

## **Analyse de contact des langues dans les pancartes. Cas du mouvement populaire algérien**

### **Contact analysis of languages in signs. Case of the Algerian popular movement**

Harig Benmostefa Fatima Zohra<sup>1\*</sup>, Khelladi Sid Ahmed<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Université Med Ben Ahmed Oran2 (Algérie), harig\_bfz@yahoo.fr  
Laboratoire LOAPL (Outils d'apprentissage pédagogiques en langues étrangères)

<sup>2</sup> Université Ahmed Draia- Adrar (Algérie), khelladi@ univ-  
adrar.edu.dz . Laboratoire LDP ( Langue, discours et plurilinguisme)

Reçu le:17/08/2021

Accepté le:27/09/2021

Publié le:30/03/2022

#### **Résumé :**

La situation linguistique en Algérie est considérée comme un champ favorable aux phénomènes imbriqués entre toutes les langues en contact depuis les premières civilisations. En effet, la cohabitation du français et l'Arabe dialectal (algérien) dans la société algérienne a donné lieu à une nouvelle langue hybride adaptée au contexte socioculturel et identitaire local. Nous voulons, à travers cet article, focaliser notre attention sur l'étude des différents phénomènes langagiers à travers les pancartes scandées lors du mouvement populaire algérien notamment dans un contexte humoristique.

**Mots-clés:** Alternance codique ; Slogan ; Néologisme; Arabe; Français.

#### **Abstract:**

The linguistic situation in Algeria is considered as a favorable field for the nested phenomena between all the languages in contact since the first civilizations. Indeed, the coexistence of French and dialectal Arabic (Algerian) in Algerian society has given rise to a new hybrid language adapted to the socio-cultural context and local identity. We want, through this article, to focus our attention on the study of

\* L'expéditeur de l'article.

different linguistic phenomena through the signs chanted during the Algerian popular movement, particularly in a humorous context.

**Keywords:** Code alternation; Slogan; Neologism; Arab; French.

## **Introduction**

Dans cet article, nous allons étudier et analyser le phénomène du contact de langues dans les affiches et les pancartes brandies lors du mouvement populaire algérien notamment dans un contexte humoristiques. Pour ce faire, nous avons collecté une dizaine de pancartes dont le contenu relève de l'arabe dialectal, du berbère, de l'arabe classique, du français et de l'anglais. Lors de la collecte de notre corpus, nous avons insisté sur les pancartes scandées dans un contexte humoristique. Nous devons rappeler que les différentes stratégies langagières employées telles que : l'emprunt, le détournement et le néologisme représentent le noyau dur de notre analyse dans la mesure où elles sont utilisées pour donner un effet amusant et permettre aux utilisateurs de faire preuve de leur créativité et d'exprimer leurs opinions en faisant appel aux différents procédés de formation connus. Il est à remarquer que ces procédés de formation permettent aux différentes langues de s'enrichir et de persister, car une langue qui ne prospère pas se voit au cours des temps se délaisser et devient une langue morte.

Afin de mettre en évidence ce contact des langues présentes dans notre corpus, nous allons faire recours à un tableau dans lequel nous présentons les différentes langues en usage. Le tableau suivant explique brièvement les langues utilisées dans chaque pancarte. Il donne aussi des explications sur les langues utilisées dans notre corpus. Le symbole(+) indique la présence de la langue et (-) son absence.

### **1. Constitution du corpus**

Le corpus auquel nous ferons référence se compose d'une dizaine de pancartes collectées durant la période allant du : 01Mars 2019 au 30 Mars 2020. Nous étions contraints de recourir aux réseaux sociaux pour les collecter et les classer selon un ordre chronologique et contextuel. Durant la collecte de ce corpus, nous avons été confronté à plusieurs problèmes tels que : la source, la netteté de la photo et

surtout le contexte qui varie d'un vendredi à un autre selon les événements qu'a connu ce mouvement populaire. Il est à signaler que lors de la collecte, nous avons beaucoup insisté sur les pancartes et slogans brandis dans la région ouest du pays.

## 2. Analyse du contenu des pancartes scandées

### 2.1 Les langues présentes dans les pancartes du Hirak

Pancartes PA		Tamazight TA	Arabe Dialectale AD	Arabe Classique AC	Français FR	Anglais AN
P1	« Enderdjazair Pour une Révolution qui dure longtemps ...très longtemps. Technologie Silmiya pour plus de Puissance. Rechargeable chaque vendredi. Fhamtou walla la »	-	+	+	+	-
P2	« On veut le divorce راكم مطلقين « بالثلاث »	-	+	-	+	-
P3	« راه ضدكم الشعب camel	-	+	-	+	-

	Votre système est le cancer de ce pays »					
P4	« Gouvernement gouvernement “ yes papa” Stealing money “no papa” Telling lies “ no papa” Open your files “hahaha” »	-	-	-	-	+
P5	« دوز دوز لا يجوز »	-	+	+	-	-
P6	« Bêtes لا لانتخا مع العصا »	-	-	+	+	-
P7	« Yaooo roho , andi chghoul al djamaa al djaya »	-	+	-	-	-
P8	« اللسقا لي تلسق Boute flesqa »	-	+	-	-	-
P9	Tefal الشعب يطالب بكرسي « رئاسي من نوع	-	+	+	+	-

	باش الرئيس الجدید ما یلصقش »					
P10	« Conjugaison du verbe vendredir Je vendredirai .... Ils dégageront tous »	-	-	-	+	-

Source: Hiraq algérien 2019

### 3. Analyse des formes de l'alternance codique

D'après les résultats obtenus du tableau ci-dessus, nous pouvons dire que les pancartes que nous avons récoltées sont essentiellement en Arabe dialectal mais cela n'empêche qu'il y ait une alternance entre plusieurs codes linguistiques. Dans ce qui suit, nous allons définir les différents types d'alternance codique puis nous allons analyser les formes d'alternance contenues dans chaque pancarte.

#### 3.1. Inter-phrastique

Il s'agit d'une alternance de langue au niveau des segments longs, de phrases ou de discours dans la production d'un même locuteur ou à l'intérieur d'un tour de parole.

#### Exemples :

- « *Rechargeable chaque vendredi.*

*Fhamtou walla la »*

- « *On veut le divorce* »

« راكم مطلقين بالثلاث »

- « *الشعب camel راه ضدكم* »

*Votre système est le cancer de ce pays »*

- « *الشعب يطالب بكرسي رئاسي من نوع Tefal باش الرئيس الجديد ما يلصقش* »

Dans ces quatre exemples d'alternance inter-phrastique (Hamers et Blanc, 1983), les locuteurs ont alterné entre des phrases en arabe dialectal, arabe classique et le français. Si nous analysons en détail le contexte des quatre exemples cités ci-avant, nous allons comprendre que les quatre slogans ont été tirés d'un contexte humoristique et l'alternance intra-phrastique a été utilisée comme une stratégie discursive pour attirer l'attention du public, c'est une forme qui permet d'insister sur les revendications des manifestants. Il est à rappeler que le choix des mots insérés dans chaque pancarte n'était pas fortuit, il est le résultat d'un investissement « *des marqueurs culturels et linguistico-culturels* » (Khelladi & Mansour, 359 :2021) de la société algérienne.

### 3.2. Intra-phrastique

Selon Moreau : « *Lorsque des structures syntaxiques appartenant à deux langues coexistent à l'intérieure d'une même phrase, c'est-à-dire lorsque les éléments caractéristiques des langues en cause sont utilisés dans un rapport syntaxique très étroit du type thème-commentaire, nom-complément, verbe-complément* » (1997 :32). Cette alternance renvoi au changement de code linguistique qui s'effectue a l'intérieur d'une même phrase.

#### Exemples :

- « *Enerdjazair* »

*Pour une Révolution qui dure longtemps ...très longtemps.*

*Technologie Silmiya pour plus de Puissance... »*

- « *الشعب يطالب بكرسي رئاسي من نوع Tefal باش الرئيس الجديد ما يلصقش* »

En ce qui concerne l'alternance intra-phrastique, nous avons deux exemples avec l'utilisation des segments « *silmiya* » et « *Tefal* » dans des structures syntaxiques différentes. « *Silmiya* » vient de l'arabe « سلمية », il a été utilisé à l'intérieur d'une phrase en français, quant à « *Tefal* » c'est une marque connue pour ses articles culinaires antiadhésifs. Cette marque a été placée entre deux structures lexicales différentes (l'arabe classique et l'arabe dialectal).

### 3.3. Extra-phrastique

Nous pouvons rencontrer ce type d'alternance codique que lorsque les segments alternés sont des expressions idiomatiques ou des proverbes. Ce type se caractérise par l'emploi de certains termes comme : « alors », « bien sur », « ça va », etc.

#### Exemple :

- « دوز دوز لا يجوز »

Dans cet exemple, il s'agit de l'expression « دوز دوز », l'utilisation du numéro 12 « دوز » est récurrent dans l'arabe dialectal et il a été pris du français « douze douze ». Elle indique une date suivie d'une expression en arabe classique. Nous pouvons justifier l'usage de ce type d'expression par le fait que ces structures représentent une « *structure rimique et rythmique* » Anscombe J C, (2000 : 22).

### 4. Néologisme

L'Algérien est connu par ses stratégies de créativité et son emploi abusif de nouveaux mots à travers plusieurs procédés de formation comme l'affixation et la dérivation. Ce phénomène est présent aussi dans les manifestations de 2019 où deux néologismes ont émergé comme le mot « Hirak » « *Le mot « Hirak » a été l'objet d'étude de plusieurs chercheurs de toutes disciplines confondues (Sociologie, psychologie, sciences politiques). En arabe, ce terme Hirak ou Harak » vient du verbe harraka qui signifie en français « bouger », taharraka -se mouvoir/bouger- est un mot*

*d'origine arabe utilisé dans la scène médiatique arabophone.* » (Khelladi & Mansour, 360 : 2021). Nous avons relevé un autre terme qui a été très repris durant toute la période du Hirak; « vendreir » ce mot est composé du nom de jour « vendredi » et le verbe « dire » cela nous donne un verbe du 2eme groupe qui signifie marcher ou protester le vendredi (un caractère local des manifestations algériennes).

## 5. Le jeu de mot

Ce genre de jeu est présent dans les pancartes du Hirak comme nous l'avons déjà vu dans la partie précédente avec l'utilisation de l'expression « *Mal-barré* » à la place de « *Marlboro* » ainsi que dans le cas de « l'article sans 2 » qui est porteur d'un double sens homophonique et fait allusion à « l'article 102 » de la constitution algérienne.

Après ce petit rappel, nous allons passer à de nouveaux jeux de mots avec une alternance codique .

Exemples :

- « *Bêtes* لا للانتخا »  
*Bêtes مع العصا* »

Ce jeu de mot se base sur une alternance entre l'arabe standard et le français. Le locuteur a supprimé la dernière syllabe qui est « بت » et il l'a remplacée par le terme « Bêtes » (homophone) cela a donné un double sens à l'énoncé et a gardé le sens premier, cela a rendu possible la lecture de ce dernier dans les deux sens.

Nous tenons à signaler que le mot « *Bêtes* » est écrit au pluriel tout comme les deux mots en arabes ce qui montre que l'auteur a respecté les règles grammaticales des deux langues.

- « *الشعب camel راه ضدكم* »

L'emplacement du nom « *Camel* » au milieu d'une phrase en arabe dialectal a complètement changé le sens premier du mot qui désigne « *dromadaire* » (en anglais) pour lui attribuer un autre sens en arabe dialectal qui renvoi à « tous ».

- « *السقا لي تلسق صومييتي Bouteflesqa* »



Dans cet énoncé, il y a création du mot « *bouteflesqa* » qui semble une combinaison entre les premières lettres du nom de l'ex-président et le mot du dialecte algérien « *lesqa* » qui signifie « *la colle* ». Le but de ce jeu de mots est d'insister sur le caractère inamovible de l'ex-président qui est appelé à quitter la présidence du pays. En effet, ce mot peut être interprété selon plusieurs façons ; nous avons constaté que dans le mot « *bouteflesqa* » le « *i* » a été remplacé par un « *es* » ce qui nous permettra de repérer un nouveau terme « *fles* » qui vient de l'arabe dialectal et qui signifie « *faillite* ».

## 6. L'emprunt

Le parler algérien est trop influencé par plusieurs langues surtout le français. Cette influence donne lieu à des emprunts qui sont utilisés soit pour remplacer des lexies qui n'existent pas dans notre propre langue, soit pour donner un sens exact au *realia*<sup>1</sup>. Nous allons prendre quelques exemples de pancartes dans lesquelles les locuteurs ont fait appel à l'emprunt.

Exemples :

- « *Technologie Silmiya pour plus de Puissance.* »

Au niveau de cet exemple, il s'agit d'un emprunt à l'arabe classique « *سلمية* » qui vient du mot arabe « *elsilm* » qui signifie « *la paix* ». Ce terme a été d'abord emprunté par l'arabe dialectal pour décrire les manifestations et il est devenu comme une empreinte du Hirak, ce qui a permis son utilisation avec d'autres langues mais dans le contexte des manifestations.

- « *دوز دوز لا يجوز* »

L'utilisation des numéros en français est très pratiquée dans le parler algérien. Cet emprunt du numéro douze « *دوز دوز* » est utilisé pour

---

<sup>1</sup> Mots et expressions désignant des éléments spécifiques à une culture..." les choses réelles" ...<https://fr.wikipedia.org>.

rimer avec « لا يجوز » qui signifie « *ce n'est pas permis* » pour créer une certaine sonorité.

- « *Bouteflesqa* اللسقا لي تلسق صوميبيتي »

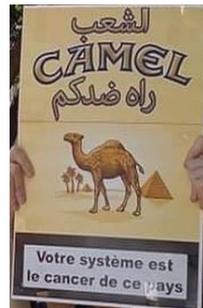
Le terme « *sans pitié* » est transposé en arabe dialectal et emprunté du français, il signifie « *sans pitié* » par contre dans ce contexte « *صوميبيتي* » a la même charge sémantique que : « *trop fort* ».

## 7. Le détournement

Le détournement a été relevé plusieurs fois dans notre corpus. Ce qui a suscité chez nous un intérêt spécial pour ce procédé. Dans l'étape qui suit, nous allons présenter les deux affiches ensemble, l'affiche publicitaire originale à droite et son détournement à gauche.



Version originale



Version détournée

Si nous analysons en détail les deux versions proposées, nous allons nous rendre compte que l'opération de détournement est centrée autour du mot commun « *camel* ». La prononciation algérianisée du nom « *Camel* » est synonyme de « *tous* ». Dans ce contexte, les manifestants ont repris le nom de la marque de cigarette dans un autre milieu discursif dans le dessein d'attirer l'attention et d'ajouter un élément de plaisanterie. L'auteur de cette photo a gardé le nom de la marque et a opéré ces changements autour de lui en ajoutant « *راه... الشعب ضدكم* » « *Tous le peuple est contre vous* » ainsi que la modification du message informatif. Nous avons remarqué que le locuteur a gardé l'idée principale en ajoutant l'expression «  *votre système* » et « *ce pays* » qui ont changé complètement le sens global.

Le concepteur de la photo n'a pas touché à l'image afin de maintenir son sens symbolique.



Version originale



Version détournée

Dans ce deuxième exemple, le concepteur de cette photo a détourné le nom de la marque « *Pétrole Hahn* » (un shampoing) à « *Pétro Peuple* ». Il a aussi créé un jeu de mot au niveau du texte informatif avec l'utilisation des deux termes séparés « *poux + voir* ». Ce qui donne un drôle de sens à l'énoncé. Le shampoing « *Pétro Peuple* » est une « *lotion anti poux voir* » qui signifie anti-pouvoir. L'auteur n'a pas oublié d'éclaircir la source de sa création en mettant en gros le nom « *Algérie* » avec les couleurs du drapeau en dessous.



Version originale

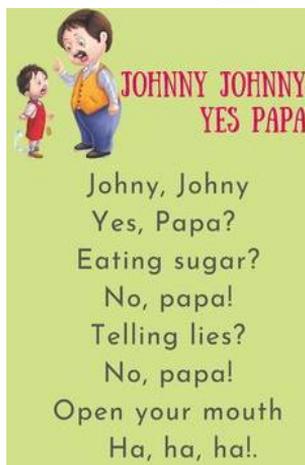


POUR UNE **RÉVOLUTION**  
QUI DURE LONGTEMPS...  
... **TRÈS LONGTEMPS**

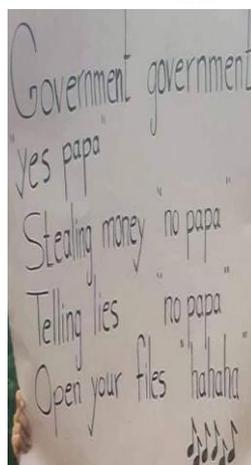


Version détournée

Le concepteur de cette pancarte a choisi de remplacer les couleurs de l'affiche originale par celles du drapeau algérien. Au niveau du caractère d'écriture, nous avons remarqué clairement les trois couleurs « rouge , vert , blanc », il a aussi placé trois drapeaux dans différent endroit de l'affiche, ce qui reflète une sorte de fierté « Algérienne » . Du côté du support écrit, le locuteur a détourné le logo « Energizer » a « Enerdjazair » où nous remarquons la présence du mot « djazair »(arabe dialectale). Le graphiste a choisi une publicité qui a pour thème « l'énergie rechargeable » pour garder le thème et le combiner avec le mot « Révolution » et « silmiya » ce qui a créé une image métaphorique d'une « révolution durable » grâce à l'expression « *technologie silmiya* ».



L'original



Le détournement

Contrairement aux trois premières pancartes, cette dernière est un détournement des paroles d'une chanson d'enfant anglaise très connue. Il s'agit d'un dialogue entre un père et son petit-fils. L'auteur a repris la voix du père pour s'exprimer à sa place. Il commence par appeler le gouvernement ensuite tout comme le père il rappelle deux actions à éviter qui sont : « *stealing money* » (voler de l'argent) et « *telling lies* » (dire des mensonges). Il fini par donner un ordre « *open your files* » (ouvrez vos dossiers). Parmi tout le changement que le locuteur a accompli, seule la réponse de l'enfant n'a pas changé. Il est aussi important de préciser que l'auteur a gardé le même rythme et la même rime de la chanson originale.

### Conclusion

Au terme de cette étude, nous pouvons dire que le recours à ces phénomènes linguistiques dans ces pancartes scandées a pour but d'attirer l'attention de l'interlocuteur par le biais d'un message humoristique amusant qui le pousse à réfléchir à l'idée qui se cache derrière ce message. L'hétérogénéité linguistique et culturelle peut être considérée comme une stratégie linguistique adoptée par les concepteurs de ces photos pour séduire leur l'interlocuteur.

Pour cela, nous nous sommes intéressés à chaque phénomène pour mieux déceler leur rôle dans la construction des énoncés de notre corpus en commençant par l'alternance codique qui est une pratique courante chez les Algériens. Selon notre analyse, cette pratique aide le locuteur à mieux s'exprimer en fonction de ses compétences linguistiques pour assurer une meilleure communication. Ensuite, nous nous sommes tournés vers les néologismes, les jeux de mots et l'implicite dans le détournement.

Pour conclure, nous pouvons dire que la compréhension de ces pancartes et de leur contenu nécessite une connaissance approfondie au préalable du contexte algérien et de la réalité linguistique locale puisqu'elles sont porteuses de sens implicite qui ne sera déchiffré que dans un contexte local très précis.

## **Bibliographie**

AUSTIN, J. (1962), *Quand dire c'est faire*, Paris : Seuil.

BOYER, H. (1996), *Éléments de sociolinguistique : langue, communication et société*, Dunod.

CHARAUDEAU, P. & MAINGUENEAU, D. (2002), *Dictionnaire de l'analyse du discours*, Paris : Seuil.

CHARAUDEAU, P. (2006), « *Des catégories pour l'humour ?* », In : *Revue Questions de communication*, N°10, Nancy : Presses Universitaires de Nancy.

DABENE, L. (1994), *Repères sociolinguistiques pour l'enseignement des langues*, Paris: Hachette.

Dubois, J. (1969), « *Énoncé et Énonciation* », In : *langages* 13 mars, 1969.

Dubois, J. *et al*, (2007), *Grand dictionnaire linguistiques et sciences du langage*, Paris Larousse.

HAMERS, J. & BLANC, F. (1983), *Bilingualité et bilinguisme*, Bruxelles : Mardaga M.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. (2001), *Les actes de langage dans le discours*, Paris : Nathan.

Kerbrat-Orecchioni, C. (1986), *L'implicite*, Armand Colin.

Moreau Marie-louise (1997), *Sociolinguistique : les concepts de base*, Paris : Mardaga.

SEARLE, J.R. (1972), *Les actes de langage. Essai de philosophie linguistique*, Paris : Hermann.

TALEB IBRAHIMI, K. (2004) « *L'Algérie : coexistence et concurrence des langues* », In : *L'Année du Maghreb*, I, Paris : CNRS

MANSOUR, L & KHELLADI, S(2021) « *Analyse polyphonique des pancartes scandées lors du mouvement populaire à ADRAR* », In : *ElHakika journal*, Vol20. N03PP 358-388.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/164669>

### **Sitographie**

- <https://www.lopinion.fr/edition/international/rue-algerienne-detourne-slogans-grandes-marques-defier-regime-181016>  
Consulté le: 25/02/2021
- <https://orientxxi.info/magazine/les-mots-du-hirak,3643>  
Consulté le: 02/03/2021
- <https://www.algerie360.com/la-hirakologie-naissance-dun-neologisme-en-plein-mouvement-populaire/>  
Consulté le:19/042020  
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/164669>  
Consulté le : 15/09/2021