

La Rhetorique Dans Le Slogan Contestataire Du Hirak Algerien

The Rhetoric In The Protest Slogan Of The Algerian Hirak

Noureddine AIT MECHDAL^{1*}, Kheira YAHIAOUI²

¹ Université Mohamed Ben Ahmed-Oran 2, Algérie

mechnou@yahoo.com, Laboratoire LADICIL

² Ecole Normale Supérieure- Oran, Algérie

yahiaouikheiraasma@gmail.com

Reçu le:14/04/2022

Accepté le:01/07/2022

Publié le:30/09/2022

Résumé :

A l'instar des autres formes de langages : graffitis, chansons et gestes, les slogans de revendication s'inscrivent dans un contexte où les enjeux politique permettent une dynamique discursive spécifique. Ils constituent ainsi, un outil langagier riche dans sa rhétoricité. Le génie créatif du citoyen est aussitôt mis en pratique pour revendiquer un désir commun : celui du changement. Notre étude qui s'inscrit dans une approche rhétorique, s'appuie sur des productions langagières authentiques. Nous cherchons ainsi, à savoir comment sont constituées ces nouvelles formes du discours contestataire. Il s'agit de questionner les caractéristiques rhétoriques et discursives des slogans du hirak algérien de 2019.

Mots-clés : slogans ; Hirak ; rhétorique ; génie créatif ; humour.

Abstract:

Like other forms of language: graffiti, songs and gestures, the slogans of claim are part of a context where the political stakes allow a specific discursive dynamic. They are thus a rich language tool in its rhetoric. The creative genius of the citizen is immediately put into practice to claim a common desire: that change. Our study, which is part of rhetorical approach, is based on authentic language productions. We thus seek to know how these new forms of protest discourse are constituted. It is a question of questioning the rhetorical and discursive characteristics of the 2019 Algerian hirak slogans.

Keywords: slogans; Hirak; rhetoric; creative genius; humour.

* L'expéditeur de l'article.



Introduction

Le mouvement algérien du 22 février 2019, dit « hirak algérien », a pu mobiliser sur les lieux publics un nombre inattendu de citoyens. Afin d'atteindre une telle mobilisation, le Hirak met en circulation un discours qui, dans sa construction, ressemble à celui enregistré dans d'autres contestations qui ont bouleversé différentes régions du monde. En effet, à partir du mouvement des 'soixante-huitards', le discours contestataire survole l'Est de l'Europe et l'Asie centrale les années 2000 : Géorgie (2003), Ukraine (2004). Il contamine, une décennie après, le monde arabe notamment avec la révolution tunisienne de 2010, irakienne et égyptienne de 2011 et marocaine de 2016 après avoir signé son passage dans les pays francophones africains ; le Mali, le Burkina, le Sénégal, etc. Sous de nouvelles formes de langages : slogans, graffitis, chansons et gestes, il devient l'expression d'un mécontentement social permettant la délivrance du génie créatif du citoyen.

Le discours contestataire n'est pas seulement une arme de : lutte, mais aussi celle de mobilisation et de solidarité. Comme ingrédient de ce discours, le slogan est la forme langagière privilégiée des manifestants du hirak. Ainsi, il permet l'exhibition d'un éthos collectif : une construction discursive pour un agir en commun. Inspiré de la rhétorique classique : actionnel « il construit une réalité sociale » et persuasive « *il cherche à mobiliser l'auditoire en l'amenant à adhérer à une certaine image de la collectivité [...]* » (Amossy R, 2010 : 158). C'est : « *une image du groupe avec laquelle les membres du mouvement peuvent s'identifier et à l'aide de laquelle ils se positionnent ...* » (Orkibi O, 2008 : 3).

Dans ce présent article, nous nous intéressons aux slogans scandés lors du mouvement populaire qu'a connu l'Algérie : le Hirak. Nous les aborderons, cependant, en tant que production langagière qui s'inscrit dans une scène discursive. En d'autres termes, un ensemble d'actions verbales et non-verbales dans lesquelles le scripteur fait preuve de créativité sémiolinguistique interprétant un refus catégorique des décisions du pouvoir.

La rhétorique dans le slogan contestataire du hirak algérien

En nous référant aux travaux du spécialiste de la rhétorique, Olivier Reboul, nous nous demandons : en quoi consiste les nouvelles formes du discours contestataire du hirak ? Représentent-elles réellement le génie créatif du citoyen algérien ?

A partir de cette problématique, nous essayerons de répondre au questionnement suivant : Comment sont construits les slogans du hirak ? Quelle spécificité véhiculent-ils ? A quelle(s) figure(s) de style ont eu recours les manifestants pour exprimer leurs revendications et contrer le pouvoir ?

1. Corpus et méthodologie

Notre corpus d'étude est constitué d'un ensemble de slogans recueillis lors des marches du mouvement dit « hirak » algérien. Il s'agit d'un corpus témoignant d'une période qui s'étale entre mars et avril 2019. Le choix des slogans à traiter est, cependant, relatif à l'étude que nous comptons mener. C'est un corpus d'une centaine de slogans recueillis de différentes sources (réseaux sociaux, journaux, etc.) et triés pour les finalités de notre recherche. Nous tentons ainsi mettre en évidence ces écrits en les abordant comme un lieu de construction d'un éthos collectif et comme espace de production langagière permettant au groupe de s'identifier en tant que tel.

En nous référant aux travaux de Reboul (1975), nous entamons notre étude par un essai définitoire suivi d'une brève présentation de la vision rhétorique du slogan où, il sera question de voir si les slogans du Hirak répondent aux caractéristiques avancées par Reboul. Nous terminerons avec une analyse des figures de style auxquelles a eu recours les manifestants algériens dans l'élaboration de leurs slogans.

2. Le slogan : essai d'une définition

Le slogan est une construction linguistique qui véhicule le génie créatif de son scripteur. Sa valeur dépend du régime de discours dont il relève (politique, publicitaire, etc.). D'une manière générale, le slogan est une formule expressive attirante qui vise à communiquer

une idée. Outre celui qui relève du marketing publicitaire, le slogan manifestant est destiné à unir la foule autour d'une revendication commune. Il constitue à ce moment un logos à travers lequel la capacité à utiliser la langue est démontrée. Censé être scandé sur pancartes et/ou répété en lieu public, le slogan est le résultat d'un savoir-faire. Sa construction renvoie aux compétences encyclopédiques du scripteur qui arrive à exprimer ses idées, ses émotions et ses désirs en un nombre minime de mots.

3. La vision rhétorique du slogan

Le terme slogan est souvent rattaché à la publicité ou à la propagande politique. Nombreux sont les recherches qui se basent sur le point de vue linguistique et rhétorique dans le traitement de ce phénomène. Certains chercheurs se sont intéressés au côté argumentatif. D'autres se sont penchés sur l'aspect linguistique du slogan. D'autres encore, ont pris une position plus vaste en liant ce phénomène aux autres disciplines (sociologie, psychologie, etc.).

Le slogan contestataire est, selon les spécialistes, un ensemble de productions (verbale ou iconique) d'une manifestation. Dans cette perspective, les énoncés verbaux scandés lors d'une manifestation, forment un ensemble d'énoncés qui s'inscrivent dans cette même action. Inclus dans le genre délibératif, l'objectif premier du slogan est : d'exposer les intérêts des manifestants et/ou remettre en cause la politique du pouvoir. En effet, le but du slogan des mouvements contestataires est à la fois la persuasion et la mobilisation de l'autre. Ce qui compte : c'est sa force et sa recevabilité. Pour cela, et en vue de renforcer son impact, le slogan a souvent recours dans sa construction, à divers procédés rhétoriques.

Redoul définit le slogan comme : « *une formule concise et frappante, facilement repérable, polémique et le plus souvent anonyme, destinée à faire agir les masses* » (Reboul O , 1975 : 42). A partir de cette définition, nous constatons que l'auteur considère la concision comme une caractéristique essentielle et centrale pour la réussite du slogan. Pour lui « *Allonger un slogan n'est pas le*

La rhétorique dans le slogan contestataire du hirak algérien

renforcer mais l'affaiblir, parfois le détruire [...] » (Reboul O , 1975 : 48).

Partant de cette définition, nous allons voir si les slogans du Hirak respectent ce qui est avancé. Sur le plan structurel, bon nombre d'énoncés sont des constructions brèves. Elles sont soit des structures nominales : « L'Algérie aux algérien », « la paix », ou verbale : « libérons l'Algérie », « dégagez tous », ou encore à un mot isolé : « Silmiya ». En formant leur autonomie, ces constructions sont faciles à repérer. Elles répondent ainsi à un des caractères plus haut cités. Ces énoncés sont polémiques car ils supposent un comportement critique visant une discussion. En effet, lorsque les manifestants algériens scandent ces slogans, c'est dans le but de chercher à débattre la situation politique du pays.

Le slogan « L'Algérie aux algérien » suppose que le pays n'est pas géré par ces propres fils. Autrement dit, le pays est pris en otage. Cet énoncé est renforcé par « libérons l'Algérie » qui fonctionne comme une forme d'appel à la mobilisation. Il véhicule aussi une volonté d'une action collective. Une action qui, par son pacifisme « Silmiya » cherche à changer le système et à faire dégager tous les responsables de cette situation.

Visant la mémorisation, les slogans concis laissent, en plus des traces dans l'esprit des récepteurs, une force discursive. Celle-ci ne revient pas seulement à la concision ou aux éléments linguistiques choisis, mais aussi à son caractère sonore. En effet, les procédés stylistiques (allitération), ou poétiques (rime) spécifient les messages énoncés. Cependant, ils gagnent, discursivement, plus de percussif. Dans la répétition de sons, comme procédé de démonstration, la récurrence s'opère à différents niveaux. Elle peut concerner une ou quelques consonnes comme dans : « نحرق¹ قلبوطي² وما نروحش نفوطي³ ». Les sons répétés (ن - ح - ط) se voient inclus au début, au milieu et à la fin des mots pour conserver une certaine mélodie sonore, d'une part ; d'autre part, finir la phrase avec la rime du son (ط). Les trois phonèmes composent, dans leur articulation, une musicalité attirante et mémorisable. Aussi frappants qu'il soit, ce slogan ne véhicule pas

seulement un sens explicite. Au contraire, il y a souvent un sens implicite au fond de ce qui est explicitement énoncé. L'exemple : « نحرق فلبوط وما نروحش نفوط » (au péril de ma vie, je traverse la mer à bord d'une barque pour ne pas aller voter) contient, en effet, une forme d'instruction implicite destinée au pouvoir. Le contenu exprimé ici, n'interpelle pas l'accomplissement de l'acte, mais revête une demande de sensibilisation à la question de l'émigration clandestine.

Il est de même dans le slogan « marcher c'est bon pour la santé, manifester c'est bon pour la dignité » (répétition du phonème [é]). La répétition peut aussi s'opérer à un niveau syllabique comme dans : « Blad, blad/na, ndirou ray /na ». Entre (blad/na et ray/na), la syllabe (na) répétée deux fois, forme ce que Reboul (**Reboul O , 2001 : 124**) nomme une paronomase : c'est-à-dire un rapprochement entre deux paronymes. Même si rapprocher le contenu (bladna = notre pays) à (rayna = ce que nous voulons), semble incorrecte, son expression pourrait cependant, le justifier. L'expression ne fera pas objet d'une interprétation négative. Ce qui est exprimé, en fait, à travers cet écrit, est un état émotionnel dont souffre le citoyen algérien : la liberté. C'est justement, dans le sens de braver toutes les interdictions instaurées par le pouvoir depuis 1991 que, les manifestants crient haut et fort (blad bladna ndirou rayna). Ainsi, l'harmonie phonique ou syllabique, permet la mémorisation et le renforcement du slogan. Sans elle, le slogan perd son efficacité et son plaisir.

Sous diverses interprétations, les slogans peuvent exprimer l'attitude des manifestants envers quelque chose. Le slogan « Jiche cha3b, khawa khawa » (l'armée et le peuple sont frères) est une réponse à ceux qui veulent créer la division entre les éléments de l'armée et les citoyens (civils). Via ce slogan, contenant une répétition monématique, les manifestants démontrent leur comportement vis-à-vis des éléments de l'institution militaire. Aucune distinction ne sera donc acceptée, du moment que, les deux sont frères (khawa) car ces éléments sont issus du peuple. En tant que réponse, il exprime, entre autre, une attitude "contre" visant certains responsables de l'institution connus par leurs comportements à l'égard du peuple.

La rhétorique dans le slogan contestataire du hirak algérien

L'essentiel du slogan revendicateur est, en ce moment, « *de faire état d'une émotion « contre », d'appeler à la mobilisation et de faire pression sur son opposant, le tout de manière à marquer l'esprit, tant par le fond que par la forme du message* » (Barbeau B, 2017 : 3).

4. Les Figures de style dans les slogans du hirak

Avec les diverses figures utilisées, les slogans ne servent pas seulement à exprimer une dynamique discursive, à rendre compte de la créativité langagière des manifestants, ou à décrire une situation donnée à un moment précis. En somme : à documenter une période précise de l'histoire d'un pays. Ils jouent aussi un rôle argumentatif : « *il est évident que la manière de présenter les faits est déjà, en soi, un argument* » (Reboul O, 2001 : 67). En se référant au rôle argumentatif des figures de style, Reboul (2001) distingue : les figures de mots, de sens, de construction et de pensée. Selon l'auteur, Chacune de ces figures entretient un rapport étroit avec le discours. Il peut s'agir d'un jeu phonique qui s'opère au niveau des phonèmes ou des syllabes, d'un revêtement significatif, de la construction phrastique ou morphologique du mot. Les figures « *sont des formes verbales dont il s'agit d'étudier la valeur argumentative en contexte. Il faut donc voir les potentialités de la comparaison [...], en tenant compte du fait que seul l'usage qui en est fait au cours d'une interaction argumentative singulière leur confère leur poids et leur impact* » (Amossy R, 2006 : 201). Cependant, l'importance des figures est secondaire. Elle est tout de même précieuse pour le slogan contestataire. Du fait que, ces techniques, dont le but est la persuasion, ont comme objectif de « *graver le discours dans la mémoire des auditeurs, donner un corps aux arguments abstraits, orner le discours pour plaire, lui donner de la force pour émouvoir* » (Tamine J, 2011 : 129). Les slogans contestataires - dans leur majorité - sont, souvent caractérisés par l'existence d'un processus rhétorique profond. Leur construction, à première lecture dépourvue de sens, rend leur compréhension plus difficile. Le slogan « *doit cacher l'emploi des figures, le propre d'un slogan est la manière dont il dissimule la figure* » (Dominguez F-N, 2005 : 275). La présence de l'implicite et la

dissimulation figurative dans les slogans contestataires amènent le récepteur à actionner ces compétences intellectuelles et interprétatives d'un côté, et de court-circuité, de stimuler ses émotions d'un autre côté. En effet, les émotions se trouvent intimement liées à l'interprétation qui s'appuie sur les valeurs.

Le nombre important des slogans du hirak algérien, nous amène à questionner les figures auxquelles, il a eu recours. Par ailleurs, l'examen de notre corpus, révèle autant de figures et de stratégies que, par leurs différentes manières, détournent la signification d'un mot ou d'une expression. Ainsi, l'humour en est une, parmi tant d'autres stratégies qui caractérisent le slogan du hirak algérien.

L'humour est une activité langagière qui peut prendre différentes formes. Dans le contexte algérien, il est une arme de combat efficace qui alimente le pacifisme du mouvement. Certes, le but est de taquiner le pouvoir, de s'attaquer aux chefs pour les ridiculiser, mais c'est aussi une forme de soulagement et de résistance. L'humour ne démontre pas seulement la capacité des algériens d'exprimer leur déception, il est aussi caractéristique d'un peuple conscient.

De nos jours, l'humour est considéré comme un phénomène social. Sans se gêner des normes linguistico-communicatives ou socio-culturelles, le recours à l'humour est l'une des stratégies discursives privilégiées dont le but est de persuader son destinataire. Il doit, cependant, susciter plaisir et connivence chez le récepteur afin qu'il soit pris en considération. Et « *comme tout acte de langage, l'acte humoristique est la résultante du jeu qui s'établit entre les partenaires de la situation de communication et les protagonistes de la situation d'énonciation* » (Charaudeau P, 2006 : 19). Ayant trois fonctions : ludique, cynique et critique, l'humour peut revêtir plusieurs formes allant du simple jeu innocent jusqu'à la provocation et à la critique blessante de l'autre.

La rhétorique dans le slogan contestataire du hirak algérien

Dans les slogans, objet de notre étude, la construction de l'humour emprunte des chemins diversifiés : jeu de mots, détournement de marques, comparaison, etc. Il est, cependant, l'une des stratégies les plus utilisées dans les écrits du hirak algérien. Nous la retrouvons dans le jeu de mots et de chiffres (*Fig. 1*). En faisant référence à un article de la constitution algérienne (102), et, par tournure humoristique inattendu, les manifestants passent du sérieux au ludique. En effet, dans le slogan « après l'application de l'article sans 2(avec en portrait Bouteflika et Saïd), on demandera l'application de l'article sans eux » (en portrait l'entourage de Bouteflika).

Fig. 1 : Le jeu de mots ⁴



Il est clair que par cette tournure, les manifestants rejettent l'application de l'article cité, qui devait être appliqué en 2013. Ce slogan ne reste pas clos. Il est tellement fécond qu'il subira des modifications et un enrichissement. En effet, c'est à partir de celui-ci que les manifestations font preuve d'une créativité langagière. Ils scandèrent, par la suite, un ensemble de slogans fonctionnant de la même manière. Citons à titre d'exemple : « Le 102 est une TRAHISON, non à la Régénération du Système Pourri nous avons demandé le 7 et le 8 » faisant référence à la souveraineté du peuple. Ou en guise de rappel du soulèvement populaire, celui de : « fin de l'épisode sans 2, application de l'article 22.02.2019 sans eux ». Le slogan en question véhicule en fait un argument condamnant le pouvoir de non-respect de la constitution, notamment les articles 7 et 8. L'évocation de ces articles est, dans le contexte du hirak, une stratégie de persuasion, une manière de faire adhérer l'autre dans son

discours. Ils sont des preuves qui alimentent l'argument avancé. Pour les manifestants, le recours à l'article 102 est une tentative du pouvoir pour s'emparer de la volonté du peuple. Dans une vision rhétorique, cette manière de faire fonction comme un pathos produisant la persuasion. Ce pathos résulte cependant d'un processus langagier où, par jeu de mots, les chiffres s'associent avec les mots pour exprimer un sentiment et juger un comportement.

Le recours au domaine des mathématiques (**Fig. 2**) n'a pas échappé au génie des manifestants. Effectivement, l'aspect malséant a été bien réussi dans, « l'addition des articles $102+07=$ sang 9 ». A travers ce jeu de mots et de chiffres, où se mêlent les sciences dures et celles dites moles, le slogan fait usage d'une sonorité particulière entre 109 et SANG NEUF.

Cette tournure humoristique exprime clairement les sentiments et les désirs des manifestants, c'est-à-dire : un sang neuf pour une nouvelle Algérie.

Fig. 2 : Mathématisation des slogans⁵



Le mouvement pacifique algérien est celui de l'humour, de la détermination et de la dénonciation. Abondamment relayés, les slogans des manifestants témoignent d'une dérision ancrée dans la mémoire des citoyens. Ce qui incarne un esprit de révolte contre l'humiliation et le mépris. Ayant une fonction cathartique, la dérision

La rhétorique dans le slogan contestataire du hirak algérien

visé à réguler l'état des choses, à instaurer un équilibre au sein d'un système sociopolitique. « *La force de contestation que détient la dérision tient notamment à l'ambiguïté de ses effets. Les liens entre dérision et pouvoirs relèvent souvent d'une dialectique entre contestation et régulation. D'un point de vue artistique, la dérision peut être utile à la création, en brisant des codes pour en implanter de nouveaux* » (Bouquet B, & Riffault J, 2010 : 20).

Sous une forme ironique, les manifestants exploitent l'invention des partisans du cinquième mandat en présentant un portrait comme candidat. Vidé de son contenu est, cependant, une stratégie aspirant la disqualification du système et ses symboles. En guise de réponse à cette humiliation, les manifestants soulèvent un cadre pour symboliser la vacation du poste présidentielle en scandant « Le cadre pour DECORER non pas pour GOUVERNER ». Dans le même sillage, un autre slogan renforce le précédent. Tout en ridiculisant la/les personne(s), le slogan « nous ne voulons ni cadre, ni des clous qui les fixent » véhicule, en fait, deux figures d'analogie. Même si c'est difficile de les détectées, ce slogan peut englober une personnification et une métaphore. Sa construction laisse, ainsi, libre cours à l'interprétation. « *Le slogan est efficace par ce qu'il ne dit pas [...] C'est le destinataire qui prend en charge lui-même le non-dit ; c'est lui qui se dit ce que le slogan se borne à suggérer* » (Reboul O, 1957 :85) . En effet, le slogan sous-entend que les manifestants ont d'un côté personnifié le cadre (président/candidat) et les clous (son entourage) autour d'une caractéristique humaine (la gouvernance). D'un autre côté, il peut recouvrir une métaphore lorsqu'on prend (cadre et clous) en tant que comparant. C'est vrai que le slogan ne contient ni comparé ni outil comparatif, mais ce qu'il suggère de dire dans une telle situation c'est : « *le candidat au 5^e mandat est comme un cadre (vu son état de santé), son entourage, qui le pousse à la candidature, sont comme des clous* ». Nous avons, donc, une combinaison de figures (métaphore et personnification).

L'humour est clairement exprimé par personnification dans l'image du mouton tondu (**Fig. 3**). Non seulement il est parmi les manifestants, mais il porte aussi sur son lainage fin, le symbole de « Non au 5^e mandat ». Il est, cependant, accompagné d'un citoyen

qui scande « Ils nous prennent pour des moutons, et ce mouton leur dit non ». Ici, la faculté humaine du verbe dire (parler) est attribuée à l'animal. Ainsi, le mouton est pris comme un citoyen qui manifeste et qui refuse, à l'égard des autres manifestants, cette candidature.

Fig. 3 : L'animal qui manifeste et refuse le 5e mandat. (Photo rahim bellem)⁶



Outre les diverses formes, l'humour est une manière qui permet aux manifestants de détourner certains propos. En parodiant quelques marques de produits célèbres et/ou de titres très connus, cette technique pourrait être insultante. C'est en effet ce qu'ont réussi les manifestants, en détournant la marque du parfum (CHANEL) dans le slogan « Il n'y a que Chanel pour faire le N°5 ». Le contenu est souvent parodié dans les marques de cigarettes comme celle de "Marlboro" qui devient « Vous êtes Mal barré, Votre système nuit gravement à notre santé ».

La gradation est aussi présente dans les slogans du hirak algérien. Ayant recours à cette figure, les manifestants expriment à des degrés divers une idée similaire. Dans le slogan « 57 ans de dictature de vol-viol-fraude-crimes-complots-division-trahison..!?, les manifestants expriment leur colère et leur détermination. S'appuyant sur une progression thématique, même si les éléments véhiculent un sémantisme différent, cette gradation ascendante dévoile les comportements du pouvoir en place depuis plus d'un demi-siècle. La

La rhétorique dans le slogan contestataire du hirak algérien

suite logique des termes est une amplification dont la fin est la force de mot ‘ TRAHISON ’. Dit autrement le peuple est trahi par son propre pouvoir. En plus de cette gradation, le caractère majuscule des graphèmes ainsi que la ponctuation, renforcent le slogan et intensifie le degré de colère et de déception que ressentent les manifestants. Par ce choix lexical qui semble familier, les manifestants répondent en fait objectivement à un état de chose. L’usage des termes dans une telle succession n’est pas cependant dénué de valeur argumentative. Ils sont ainsi utilisés pour exprimer une idée ancrée dans la mémoire des citoyens. Cette succession lexicale voile en effet un argument profond. Les manifestants exploitent ces termes, avec tout le sémantisme qu’ils peuvent véhiculer, non seulement pour décrire une période précise (57 ans), mais aussi pour juger les actes commis tout au long de ladite période. Un jugement qui fonctionne comme argument qui délégitime en fait, le système.

Le recours à la gradation, lors du mouvement du 22 février, ne s’explique pas seulement via des signes linguistiques. Elle est aussi présente lorsque la technologie se mêle à la politique. La pancarte (Fig. 4) présente un slogan qui fait référence au développement technologique d’une marque de téléphone mobile, or que le candidat cadre qualifié implicitement de dépassé, est toujours en place. Il s’agit d’une énumération ascendante qui, par sa forme humoristique, présente un paradoxe, une remise en cause du système et de sa gouvernance : en somme la condamnation du candidat. Cette énumération fonctionne comme un argument qui justifie le positionnement du citoyen à l’égard du 5^e mandat. L’enchaînement axiologique des modèles de la marque citée dans le slogan, débouche sur un étonnement indiqué en arabe algérien et renforcé par les trois points d’exclamation dans « وانت مازال مارحتش » (et toi tu n’es pas encore parti !!!).

Ce contenu, explicitement comparatif, véhicule d’une part, une déception émotionnelle du citoyen ; d’autre part, il porte la responsabilité, quant au développement du pays, non seulement à

celui qui veut briguer un 5^e mandat, mais aussi à ceux qui s'accrochent au pouvoir dès 1962.

Fig. 4 : L'étonnement et la déception⁷



Conclusion

Durant toutes les marches, les manifestants algériens ont pu transformer les contestations souvent connues par leur brutalité, à un mouvement pacifique inédit. Ce qui a permis entre autre, de dévoiler l'image réelle du citoyen algérien. Les slogans choisis dans cette étude mettent en évidence le caractère rhétorique des écrits revendicateurs. L'étude révèle l'omniprésence de certains aspects rhétoriques dans le discours protestataire. A travers les slogans étudiés, la rhétorique dont a fait preuve les manifestants, apparaît comme une forme d'expression authentique. Une forme qui résume la trajectoire d'une situation socio-politique du pouvoir algérien. Elle est aussi celle qui a permis aux citoyens algériens de se libérer, d'exhiber son génie créatif. C'est en effet, grâce aux slogans que l'algérien a démontré ses compétences linguistiques. A cet égard, les procédés rhétoriques mis en œuvre dans les slogans, témoignent d'une compétence discursive qui ne cesse d'être performante.

La rhétorique dans le slogan contestataire du hirak algérien

L'usage des diverses figures de style dans la construction des slogans du hirak algérien est nettement observé. Par leur forme concise et frappante, ces différentes figures assurent leur impact auprès du destinataire. Elles permettent ainsi aux citoyens algériens d'assumer le statut de militant actif, d'adhérer le mouvement et de dénoncer le pouvoir. Elles sont aussi celles qui permettent l'exhibition d'un ethos collectif, à l'aide duquel, les manifestants s'identifient et se positionnent face au camp adverse. En effet, cet ethos s'est manifesté à travers certaines caractéristiques observées dans les énoncés scandés. Le langage utilisé, les croyances partagées et les valeurs défendues constituent ainsi l'ethos collectif de la société algérienne.

Constituant un discours contestataire, le slogan du hirak est l'expression d'une société victime d'humiliation et de marginalisation. Celle qui, dans son action collective a eu recours à une nouvelle forme de dire. En actionnant son génie créatif, elle a pu exprimer une image de soi avec toutes ses composantes culturelles.

Références bibliographiques :

Ouvrages :

Amossy Ruth (2006), *L'argumentation dans le discours*, Armand Colin, Paris.

Amossy Ruth (2010), *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, PUF, Paris.

Reboul Olivier (2001), *Introduction à la rhétorique*. PUF, France.

Reboul Olivier (1975), *Le slogan*. Edition Complexe, Bruxelles.

Tamine Joëlle (2011), *La rhétorique*. Armand Colin, Paris.

Article du Journal :

Barbeau Geneviève Bernard (2017), *Reprise, reformulation et réappropriation : les traces de discours antérieurs dans les slogans écrits du printemps érable* », *Pratiques* [En ligne], pp.173-174.

<http://journals.openedition.org/pratiques/3258>

Bouquet Brigitte & Riffault Jacques (2010), l'humour dans les diverses formes du rire, Vie sociale 2

<http://www.travaissocial.com/spip.php?article818>

Charaudeau Patrick 2006, des catégories de l'humour ?, Questions de communication, no 10, pp. 19-41.

<https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7688>

Dominguez, Fernando Navarro (2005), la rhétorique du slogan : cliché, idéologie et communication. Bulletin hispanique, 107-1, pp. 265-282.

https://www.persee.fr/doc/hispa_0007-4640_2005_num_107_1_5231

Orkibi Eithan (2008), « Ethos collectif et Rhétorique de polarisation : le discours des étudiants en France pendant la guerre d'Algérie », *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne], <http://journals.openedition.org/aad/438>

Sites web des figures :

1. <https://www.parismatch.com/Actu/International/A-Alger-la-foule-encore-massive-malgre-la-proposition-d-ecarter-Bouteflika-1615721>, (consulté le : 09/12/2021).
2. Fatiha Zamamouche : « la constitution algérienne a-t-elle besoin d'être réécrite ? » (Je traduis). <https://ultraalgeria.ultrasawt.com/> (consulté le : 13/12/2021).
3. <https://www.letelegramme.fr/monde/algerie-face-au-pouvoir-la-rue-brandit-l-humour-09-03-2019-12227524.php> , (consulté le : 13/12/2021).
4. <https://twitter.com/bouhadjamohame3/status/1104315127954849792> (consulté le : -12/9/2019).



Notes :

1. Dans le langage algérien (نحرق) veut dire littéralement “ je brûle “ dans le sens de brûler les étapes de..., traverser clandestinement la mer au péril de sa vie, être un migrant clandestin, un HARRAG.
2. Le terme (البوطي) en arabe classique (القارب) est en usage dans le langage algérien notamment à l’ouest du pays par emprunt du mot espagnol “ bote “, en anglais “ boat “, une barque ou un pneumatique en français.
3. Algérianisation du verbe “ voter “.