

Slogan, langage du hirak dans l'espace urbain d'Annaba: enquête sociolinguistique**Dr. Sabrina MELOUAH**

Université Badji Mokhtar -Annaba, melouahsabrine@gmail.com

Soumis le: 31/01/2022

révisé le: 20/09/2022

accepté le : 20/09/2022

Résumé

L'espace public est à l'origine un lieu de socialisation où s'affichent des écriteaux urbains marqués par la pluralité linguistique. A l'instar des autres villes d'Algérie, nous portons un regard sociolinguistique sur les langues des slogans contestataires et ce qu'elles résultent de fabrications néologiques et rhétoriques innovantes issues du hirak à travers les rues du cours de la Révolution de la ville d'Annaba.

Mots-clés : *Espace urbain ; slogan ; contact des langues ; slogan ; néologie.*

شعار لغة الحراك في الفضاء العمراني لمدينة عنابة: دراسة اللغويات الاجتماعية.

ملخص

الفضاء العام هو في الأصل مكان للتنشئة الاجتماعية حيث يتم عرض العلامات الحضرية التي تتميز بالتنوع اللغوي مثل باقي المدن الجزائرية، نلقي نظرة اجتماعية لغوية على لغات شعارات الاحتجاج وما نتجت عنه من تلفيقات جديدة وخطابية مبتكرة من الحراك في شوارع مسار ثورة مدينة عنابة.

الكلمات المفتاحية: فضاء عمراني ؛ شعار ؛ اتصال لغوي.

Slogan, language of hirak in the urban space of Annaba: sociolinguistic investigation**Abstract**

Public Space is originally a place socialization where urban signs indicated by linguistic plurality are displayed .like the other Algerian cities , we take a sociolinguistic look at the languages of the antiestablishment slogans and what the yresultfrom innovativeneo logical and rhetorical making from hirak in the streets of revolution course of the city of Annaba

Key words: *Urban space; slogan ; language contact; slogan ; neology.*

Introduction:

Depuis la fin de février 2019, un nombre surprenant de manifestants qui se soulèvent contre le cinquième mandat du défunt Président Abdelaziz Bouteflika et son régime, s'accroît d'un vendredi à un autre, dans les rues d'Algérie à travers des «manifestations de sourires». Comme le décrit clairement Rachid Sidi Boumedine dans son ouvrage :

L'Algérie depuis quelque temps, sept mois à ce jour, bouillonne. Elle « s'est jetée dans la rue » dans des manifestations qui ont gardé le rythme hebdomadaire (les vendredis) de façon interrompue durant plus de six mois, pour exposer d'abord son mécontentement de la candidature (envisagée, puis concrétisée) de Abdelaziz Bouteflika pour l'exercice d'un « supposé » cinquième mandat (complet, puis réduit, selon la dernière version), puis son rejet de toutes les versions destinées, à maintenir en place, selon les manifestants, de ce qui est devenu, dans le vocabulaire courant, « le système »⁽¹⁾.

Ce « mouvement contestataire » porté par la population et particulièrement la jeunesse algérienne n'est pas inédit ni dans l'histoire de ce pays ni dans le monde arabe⁽²⁾. Cependant, les manifestants pacifiques actuels font preuve d'une imagination créatrice et d'un humour décapant matérialisés à travers un discours médiatique : les pancartes, les slogans et les chants des protestataires sont de plus en plus prolixes dans les rues. L'espace public et le réseautage numérique (Facebook) sont devenus un champ d'expression foisonnant de l'humour politique et un lieu de renaissance de la société civile. Cette « révolution de velours » comme tous les mouvements révolutionnaires s'organisent à travers les réseaux sociaux⁽³⁾. Il faut noter également que l'espace public est l'espace propice à la démocratie séparant les gouvernés des gouvernants⁽⁴⁾, le peuple algérien et particulièrement sa jeunesse a choisi cet espace de médiation qui n'appartient à personne, mais à l'ensemble pour exprimer leur droit à la démocratie. Ce mouvement de contestation s'inscrit dans la continuité du mouvement révolutionnaire du « Printemps arabe » qui a été entamé en Tunisie jusqu'au Bahreïn dès 2010.

Les discours des mouvements contestataires ont sollicité l'attention de tous les chercheurs. Nous citons les travaux de Touillier Feyrabend sur les slogans en 1983⁽⁵⁾, l'étude du « discours de l'action collective⁽⁶⁾ », d'Orkibi en 2015 et l'analyse portant sur le mouvement social algérien du 22 février 2019 : profondeur et puissance au cœur de l'espace public du Hirak algérien en 2019 de Mebtoul⁽⁷⁾, etc. A ce sujet, Khaoula Taleb Ibrahim incite les chercheurs en sciences humaines et sociales à porter un regard pluridisciplinaire sur la conception de « Hirak » qui met en mouvement la société algérienne :

Interpellés en tant qu'universitaires et spécialistes de sciences humaines et sociales par ce moment exceptionnel dans l'histoire de notre pays, nous voudrions, au-delà de l'engagement citoyen de chacune et chacun d'entre nous dans ce mouvement, proposer un regard croisé à l'une de ces sciences sur ce qui est désormais connu sous l'appellation de « hirak⁽⁸⁾ ».

Dans le cadre de cette investigation, nous tentons de porter un regard singulier sur ce mouvement populaire de protestation qui a marqué l'histoire de l'Algérie contemporaine. Il est caractérisé par une inventivité multidimensionnelle (politique, populaire, artistique, linguistique, idéologique). Nous convergeons notre réflexion vers les pratiques langagières forgées par les manifestants qui se défilent dans un espace urbain d'une des villes d'Algérie, Annaba. Nous ciblons particulièrement le slogan contestataire des manifestants annabis afin de décrypter et d'interroger : *Quelle est l'origine du mot « hirak » ? Que signifie-t-il ? Qu'est-ce que le Hirak ? Comment l'analyser comme phénomène sociolinguistique urbain ? Comment s'entremêlent les langues dans les slogans du hirak de l'an 2019 ? Comment se manifeste la créativité lexicale dans les slogans des manifestants algériens ?*

1-Contextualisation

Nous tenterons de mettre en revue, tout d'abord, l'appareil conceptuel relatif au slogan contestataire du hirak. Nous réaliserons ensuite un bref aperçu sur la sociolinguistique. Nous éclairerons, enfin, le concept de néologie.

1-1- Hirak, quelques repères

Etymologiquement, le mot « Hirak » i. ai\est d'origine arabe « الحراك », issu du verbe à l'infinitif formant le radical entrilettre « حرك », qui signifie bouger, mouvoir, et agir.

une ancienne tradition. Il est apparu dans l'ancienne Ecosse du Royaume-uni (sud Angleterre) à travers le cri de guerre «*sluagh-ghairm*» /slua' r m/ d'un clan écossais ou Irlandais (Bloch-Wartburg) en 1513. Il a été attesté en ce sens en français depuis 1842. Il a fait donc son entrée d'ordre électoral et publicitaire qu'au XIXe siècle. Comme le déclare Olivier Reboul: «*Le mot, qui en anglais était venu de la politique à publicité, est passé en français de publicité à la politique. Mais à une politique placée sous le signe de la propagande de masse*⁽¹⁶⁾». Ce concept a été déterminé par de nombreux chercheurs de disciplines diverses (philosophie, communication, sociologie, psychologie, linguistique). A titre illustratif, nous citons la définition du philosophe précité que le slogan est «*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'autojustification, passionnelle ou rationnelle, qu'elle comporte : comme le pouvoir d'incitation du slogan excède toujours son sens explicite, le terme est plus au moins péjoratif*⁽¹⁷⁾». D'après Marie-José Jaubert, le slogan «*doit être une formule courte à retenir, si possible pourvue d'un rythme interne, de rime et d'allitérations*⁽¹⁸⁾». Il est indispensable de noter que les dictionnaires généraux et linguistiques n'ont pas proposé des acceptions de ce mot, tel que : le *Trésor de la langue française*, «*Une formule concise et expressive, facile à retenir, utilisée dans la campagne de publicité, de propagande, pour lancer un produit, une marque, ou pour gagner l'opinion à certaines idées politiques ou sociales.*⁽¹⁹⁾». Ainsi que pour le *Grand Robert de la langue française* «*Formule concise et frappante, utilisée par la publicité, la propagande politique, etc*⁽²⁰⁾». De même pour les dictionnaires linguistiques de Jean Dubois, Pierre Charaudeau et de Dominique Maingueneau⁽²¹⁾ qui reprennent la signification suggérée par Reboul pour déterminer la «*sloganisation*» comme degré de figement et de récurrence dans le texte. A partir de ce qui précède, nous avançons que les définitions apportées demeurent générales sur le plan linguistique qui se résume en une formule ou un énoncé à effet. Il est nécessaire de noter que ce concept est devenu un objet de réflexion, particulièrement avec le déclenchement des révolutions arabes. Voire l'acception attribuée par Zoé Carle, ce médium de masse est une «*forme brève injonctive, à la fois présomptive et incitative*⁽²²⁾». Il est perçu comme «*un dispositif émotif, reposant à bien des égards sur la poéticité d'une forme intrinsèquement liée tantôt au geste d'inscription, tantôt à celui de la profération et à sa rythmicité singulière.*⁽²³⁾». En privilégiant le qualificatif de «*révolutionnaire*» par rapport au «*contestataire*» car ce dernier n'évoque pas la grandeur du désir de la «*contester*⁽⁴⁾». Cette distinction lui permet de classer le slogan selon son caractère polysémique, indiquant la nature des contenus, le statut des producteurs et la créativité des formes verbales⁽²⁴⁾. L'apport de son intérêt de «*fournir une définition, appuyée sur la collection, la description et l'analyse des matériaux linguistiques, sonores et iconographiques*⁽²⁵⁾». Le slogan joue un rôle important dans les révoltes. C'est donc un moyen de communication permettant de transmettre un message (écrit, oral), exprimer une idée d'un locuteur à son interlocuteur dans un espace bien déterminé. Il est exposé sur des différents supports de communication sous forme d'une inscription ou d'un dessin utilisé plus précisément sur les murs, une plaque ou une texture dans des lieux publics comme le graffiti, le panneau, la banderole, la pancarte. On rencontre quotidiennement des slogans utilisés dans de nombreux et divers domaines (publicité, politique et contestation), d'où la typologie des slogans: publicitaire, politique et enfin révolutionnaire. Le slogan révolutionnaire, objet de notre étude, sert à éveiller l'intérêt des citoyens et à répondre à des opinions sociopolitiques ou à des réclamations et des revendications. Il s'agit d'une formule qui portent un sens péjoratif visant à la réclamation d'une forte mobilisation, telles que les formules pacifiques utilisées lors du hirak en Algérie. C'est pourquoi il est important de prendre en compte les constituants du processus de «*sloganisation*», tels que les mobilisateurs le contexte et l'espace où s'inscrit l'évènement. En bref, on peut le résumer en une «*formule rythmique brève, autonome, polémique, le plus souvent anonyme car, collective, frappante et facile à mémoriser, poussant à l'action, d'origine orale, mais se déployant sur des supports écrits*⁽²⁶⁾».

1-3- Sociolinguistique urbaine et créativité néologique, conception

Il n'est pas évident de répondre à la question: *Qu'est-ce que la sociolinguistique urbaine?* Mais il est possible de présenter ce champ d'étude et ses spécificités. Dès les années 1990, beaucoup de spécialistes, notamment des sociolinguistes français et francophones se sont intéressés à problématiser la ville, les phénomènes langagiers observés en milieu urbain. Ce qui en résulte deux principales tendances : l'étude des représentations linguistiques et l'étude des phénomènes langagiers en milieu urbain⁽²⁷⁾. Cette discipline se concentre sur l'« urbain » dans le champ d'étude de brassage des langues, de l'urbanisation sur les formes linguistiques⁽²⁸⁾, et la mise en mots de l'identité urbaine⁽²⁹⁾. Dans cette contribution qui s'inscrit dans la continuité de nos travaux ultérieurs (2011, 2019), nous tentons de traiter le message des slogans contestataires qui se défilent dans le centre de la ville d'Annaba comme espace de convergence linguistique, socioculturelle, idéologique. Il est nécessaire de rappeler que cette ville autant que les autres de l'Algérie est caractérisée par un paysage bi-plurilingue surtout après la révision constitutionnelle de 2016 : deux langues officielles (arabe et tamazight), l'arabe algérien et les langues étrangères (français, anglais, ...). En réalité, le paysage sociolinguistique algérien ne cesse de solliciter l'attention des sociolinguistes comme Derradji (1995, 1999, 2002), Rahal, Kebbas, Kara, Taleb-Ibrahimi (2007), et particulièrement sur le plurilinguisme dans les médias (Morsly (1993, 2006), Zenati (2004), Kadi et Maïche (2008), Chachou (2011, 2013), Melouah (2011, 2017, 2019, 2020), etc.

Les langues ne sont ni stables ni fixes. Elles évoluent, s'entrecroisent et se transforment au fil des temps. Elles se distinguent par les mots qui naissent, évoluent, disparaissent, réapparaissent parfois sous une forme différente. Les idiomes présentent des différences fondamentales dans leur richesse lexicale dont le vocabulaire se structure. Il est question de deux termes renvoient également à la même signification : néologie ou créativité lexicale. Ils sont définis par plusieurs auteurs, tels que : Georges Mounin entend par " *néologisme, je comprends, le mot nouveau, le sens nouveau d'un vocable déjà existant, mais aussi l'emprunt (à une langue étrangère ou à la langue spéciale d'un métier, d'un groupe social, etc. [...])*⁽³⁰⁾ ». D'après Guilbert, la créativité lexicale est une source d'enrichissement du lexique. Il commente : « *Pouvoir d'enrichir le lexique en recourant aux divers procédés de dérivation*⁽³¹⁾ ». Dans ce sens, Daniela Dinca annonce que la créativité lexicale accompagne la situation technologique et culturelle d'une société parce que, chaque langue dispose d'un nombre de procédés morphologiques, morphosyntaxiques et morphosémantiques propre à elle pour créer les nouveaux termes⁽³²⁾. C'est dans cette optique que nous allons traiter notre corpus fondé sur une typologie de néologisme des procédés de formation des mots : néologie morphologique et néologie sémantique. Pour cela, nous adopterons la typologie des matrices lexicogéniques définie par Jean Tournier (2004)⁽³³⁾. Il dénombre treize (13) matrices classées en trois (03) catégories : les matrices morphosémantiques (la composition, la préfixation, la suffixation, la dérivation inverse et l'amalgame), les matrices morphologiques (la siglaison, l'apocope et l'aphérèse) et les matrices morphosyntaxiques (la siglaison, l'apocope et l'aphérèse). Il additionne à cette double classification de douze matrices internes le troisième processus de la dynamique externe : l'emprunt. Bref, nous nous appuyons sur cette typologie afin de mettre à jour et de comprendre la fabrication des mots par le biais de procédés de créations lexicales.

2-Champ d'étude et résultats

Nous essayerons de mettre en évidence le cadre méthodologique de la recherche qui aboutira à l'analyse et la discussion des données récoltées dans le cadre de la présente enquête.

2-1-Corpus et terrain d'étude

Notre corpus est constitué de 65 slogans écrits, dont 07 sur des pancartes, 04 banderoles et 45 sur des affiches. Suite à notre posture d'observation participante, nous avons choisi une méthode de recherche appliquée, permettant non seulement de faire le prélèvement de la matière à étudier, mais d'enregistrer et de pérenniser le moment observé et vécu dans l'espace urbain cerné. L'usage de l'imagerie scientifique comme un document visiblement référentiel

et crédible permet de faire une lecture spécifique et active dans les cursus d'architecture, d'urbanisme, du socioculturel et de la linguistique. Chaque prise de photo a été identifiée, située par rapport à la scène représentée (lieu, moment de prise de vue, réaction suscitée). Cette notation de visionnements successifs des photographies est une méthode descriptive et d'investigation qui sert à contrôler la qualité, le nombre et le lieu des prises de vue sur une feuille de route⁽³⁴⁾. En effet, nous avons photographié ses slogans répertoriés durant la période qui témoigne sur la « révolution du sourire⁽⁵⁾ » qui s'est propagée sur le territoire algérien. Nous les circonscrivons lors de la première phase du hirak amorcée le 22 février 2019 jusqu'au mois de décembre de la même année. Lors de cette période, il y a eu une série des manifestations et d'arrestations. Réellement, les protestataires ont brandi des slogans contre la candidature du défunt Président Monsieur Abdlaaziz Bouteflika à un cinquième mandat. Ils ont, ensuite, réclamé le départ des dignitaires de son régime et l'annulation des élections présidentielles qui ont été prévues pour le 12 décembre 2021.

Notre corpus est extrait d'un espace urbain bien cerné : le cours de la Révolution (Réf : Annexe 02, Figure n°01) qui est le cœur palpitant du centre-ville d'Annaba (Réf : Annexe 02, Carte géographique n°1). Il est le symbole de cette ville au fil des temps. Ses immeubles d'une architecture occidentale mauresque de l'époque coloniale et ses rues analogues unies par une placette publique narrant le vécu de Bône la coquette et l'actualité d'Annaba (Réf : Annexe 02, Carte géographique n°2). C'est un espace public où se concentrent et s'élèvent les voix des manifestants. Pour reprendre l'explication de Hana Salah et de Sassia Spiga : « *Les médinas sont au cœur de l'identité historique de la ville. Une identité appuyée sur l'architecture traditionnelle, mais aussi sur des référents culturels dont il importe de connaître l'origine et formes évolutives. (...)*⁽³⁵⁾ ». Par ailleurs, le thème de « *la marche dans l'espace public de la ville* » ressuscite comme objet de recherche dans les différents champs disciplinaires des sciences humaines et sociales. Nous mentionnons quelques travaux antérieurs : Emmanuel Kant (1784), Walter Benjamin (1982), Georg Simmel (1981), Lewis Mumford (2001) et de Rachel Thomas (2005) traitant les représentations, les rôles du piéton et des transformations urbaines dans l'appréhension de la ville au quotidien. Dans le contexte de cette enquête, l'espace public est perçu comme un espace de médiation politique au fondement de la démocratie où l'intérêt est accordé à la véritable pensée produite par la mobilité. Partant du fait que l'espace public est l'espace atypique à la démocratie qui distingue les gouvernés des gouvernants en faisant du pouvoir, un lieu vide et de liberté, qui n'appartient à personne⁽³⁶⁾. En réalité, les manifestations du hirak sont un instrument de composition de la ville qui expose et révèle l'art d'engagement des gens de la marche, dit contestataires ou hirakistes. Par conséquent, le choix de notre échantillonnage est directement lié à la problématique et aux objectifs ciblés par cette recherche : la classification et fonctionnement des procédés de la créativité lexicale des messages des slogans contestataires recueillis dans le cours de révolution d'Annaba (Réf : Annexe 01-S1, S2). Il s'agit d'un espace social/sociolinguistique urbain est le lieu de confrontation d'une multitude de textes des écriteaux urbain, tel est le cas des slogans, qui constituent l'objet de cette étude.

2-2- Annaba: plurilinguisme affiché

Dans les rues du centre-ville d'Annaba, le plurilinguisme s'affiche sous des formes diverses en matière d'affichage urbain. En portant un regard sur les slogans contestataires qui évoluent dans cet espace lors du hirak durant l'an 2019, nous décelons la présence des langues avec des graphies diverses (arabe, latine et symboles) comme l'arabe (standard, dialectal), le français et la darija. Nous notons l'absence de la seconde langue officielle qui peut être traduite par le rejet idéologique et l'incompréhension de cet idiome par la population annabi. Nous remarquons un emploi spontané et perspicace des langues existantes. D'ailleurs, nous prenons en compte les modalités linguistiques qui se déclarent à travers les slogans contestataires du hirak : modalité unilingue⁽⁶⁾, modalité dialingue⁽⁷⁾, modalité bilingue⁽⁸⁾ et modalité plurilingue⁽⁹⁾ (Melouah, 2020). D'après les cas relevés, la modalité unilingue domine

la modalité bi-plurilingue parce que les contestataires veulent transmettre une opinion personnelle noyée dans un groupe social exprimant un message unique aux dirigeants du régime politique. Cependant, il est important de noter que cet unilinguisme partagé entre les langues existantes affiche un bi-plurilinguisme sociétale. L'utilisation des langues unilingues individuellement par les protestataires renseigne sur les niveaux d'instruction (lettrés, universitaires, étudiants et autres) et les classes sociales des citoyens participants à travers une unique voie/voix bi-plurilingue. Voire la prédominance de l'arabe dialectal et la langue française dans les slogans qui démontrent que la cause du hirak concerne tous les Algériens de tout âge sans exception. Nous citons les cas suivants : celles des étudiants (B1, S41), celle d'un simple citoyen âgé (S43) et celle qui unit tout le peuple algérien à travers une seule voie « *_____* » (S55, S56) Ce b-plurilinguisme informe et forme sur l'emploi de la gestion « *in vivo* ⁽³⁷⁾ » aboutissant à l'émergence des langues vernaculaires insérées en désordre dans les productions des slogans contestataires. Cette gestion reflète les pratiques socio-langagières utilisées dans le quotidien algérien et particulièrement dans l'espace urbain étudié.

2-3- Recueil de créativité néologique du hirak algérien de l'an 2019 à Annaba

Il faut faire les rues du cours de la révolution d'Annaba pour y prendre le temps du spectacle gratuit à commencer à y distinguer les slogans d'inventivité vigoureusement consciencieux et d'une force de fabrication de néologismes inattendue. Pour analyser les données innovantes, nous recourons à la grille lexicogénique définie par Tournier en 2004⁽³⁹⁾ que nous jugeons adéquate à notre analyse des données. Elle permet de traiter les phénomènes néologiques selon les matrices internes et la matrice externe. A savoir :

En premier lieu, nous tenterons de classer les procédures néologiques de la matrice interne (morphosémantiques, sémantique et morphologiques). Nous enregistrons d'abord, sept (07) constructions morphosémantiques dans notre échantillon. A titre d'exemple, les quatre (04) cas répertoriés de la composition comme le terme « *revendredication* » (S3) est une combinaison d'un nom d'action « *revendication* » au nom du cinquième jour de la semaine « *vendredi* » qui donne de l'ampleur à l'action et au jour de la manifestation⁽¹⁰⁾. Le même cas pour les deux mots sur (S4) « *bête _____* », « *bête _____* » l'amalgame graphique entre les deux codes (français et arabe) engendrant une substantivation d'un syntagme formel, inhabituel et grotesque exprimant une inquiétude de la médiocratie des élections présidentielles et de leurs représentants considérés comme une bande de voyous des imbéciles ignorants. Pareillement pour « *je ne douz douzerai pas* » (S5) juxtaposant plusieurs éléments composant une phrase déclarative de formation négative baptisant un nouveau verbe amalgamé, sensé à base de double chiffres 12 « douze + douze » et conjugué au futur simple de l'indicatif à la première personne du singulier annonçant un avis personnel : « je ne voterai pas le 12 décembre 2019 ». Il y a aussi une synthèse formée de deux substantifs dans un rapport de coordination morphologique, telle que : « *Gaid Salah vous souhaite une Tebboune année* » (S6), où le premier mot est prédominant sur les plans formels et sémantiques infligeant un sens prédicatif. Ces composés issus de ce fait sont généralement des substantifs et parfois des adverbes de formation habile appartenant au langage familier et occasionnel. En conséquence, nous pouvons avancer que les exemples identifiés sont issus d'un processus structurel formant de nouveaux mots composites, distrayantes et de défoulement qui justifient la colère dissimulée contre la réalité vécue. Nous relevons aussi trois (03) cas de néologisme par dérivation à travers l'adjectif qui contient le suffixe -iste comme le cas de (S7) « *hirakiste* » qualifiant des partisans du mouvement de contestation arabe portant le nom hirak. Prenons le cas de suffixe verbal (re) de « *Vendredire* » (S8) désignant le fait de manifester le jour de la grande prière. Le nom féminin « *Mafiocratie*⁽¹¹⁾ » (S9) qui se crée par ajout d'un suffixe (tie) à radical (mafia) en glissant avec souplesse la voyelle « o » au lieu de « a » pour simplifier son articulation surgit dans l'espace urbain annabi lors du hirak pour cerner et dénoncer la mafia du pouvoir algérien.

En plus, nous sélectionnons également les changements de sens comme la métaphore dans notre album récolté. Il y a deux (02) cas mettant en évidence la productivité langagière des pacifistes algériens à travers des représentations graphiques confrontant la constitution

algérienne modifiable à la celle qui fixe des USA sur (S10) ainsi que la conversion de la photo légendaire en une momie d'un dictateur qui a régné depuis 2012 sur (S11-1-2-B2). Par ailleurs, nous repérons cinq (05) cas des réductions morphologiques : les quatre (04) cas d'abréviation affichés sur (S12) comme « ZAIM » dont chaque lettre se réfère à un mot bien précis attribué au sens premier de ce mot en arabe standard (زعيم) un chef ou un Président qui semble être « Zerrou Arragant Ignoble Mafiaux ». Ainsi, l'appellation abrégée des partis politiques algériens FLN (Front de libération nationale), RND (*Rassemblement national démocratique*) et sur (S13) GPRA : Gouvernement provisoire de la République Algérienne, qui est le bras politique et gouvernemental de FLN durant la guerre d'indépendance de ce pays. Par conséquent, on annonce que cette procédure qui consiste à abréger un ensemble de mots en écrivant et en utilisant les premières lettres ou les initiales de termes précités n'est qu'une stratégie intelligente qui tend à exploiter les moyens de registre sociopolitique et d'histoire pour révéler le processus du problème posé et l'attente espérée du peuple.

D'autre part, nous identifions également un (01) cas correspondant à la troncature postérieure : « DEC » (S14) renvoyant au mois de décembre prévu pour les élections présidentielles. Bref, nous affirmons que nous répertorions 14 cas justifiant l'utilisation de la néologie morphosyntaxique. A partir de ses exemples, nous déclarons que l'option graphique et linguistique réalisée dans la production des slogans n'est pas aléatoire. Ils résultent de l'art de l'écriture et du savoir-faire de ses producteurs. En effet, ils se ressource de leur passé et du conservatisme populaire pour transmettre un message crucial référant à la libération du pays.

En second lieu, nous essayerons de sélectionner les procédures néologiques de la matrice externe qui se limite en un unique procédé : l'emprunt. Notre album est parsemé d'emprunts qui résultent du contact permanent des langues. Ce processus est défini comme la formation de nouveaux lexèmes dans la langue emprunteuse. Jean Dubois explique « *il y a emprunt quand un parler A utilise et finit par intégrer une unité ou un trait linguistique qui existait précédemment dans un parler B et que A ne possédait pas ; l'unité ou le trait empruntés sont eux-mêmes appelés emprunt* »⁽⁴⁰⁾. Notre corpus est parsemé d'emprunts. Nous notons qu'il y a emprunt aux différentes langues affichées sur les slogans contestataires. Nous relevons l'emprunt aux langues étrangères comme le français et l'anglais : l'emprunt à la langue française qui apparaît à travers l'emploi de 06 lexies, telles que : les verbes « ديفاج » (dégage) de (S15-1-2), « *doubliche* » (doubler à la forme négative) (S16) transcrit en graphies arabes, les noms comme « ce Watan » (nation) (S17), « *papa* », « *Magistkhrat* » (Magistrats) (S19), « *mezeria* » (lamisère) (S20), « *caserna* » (la caserne) (S21), « *ilifoune* » (le téléphone) (S22). A la différence de la langue française, la langue anglaise ne bénéficie pas d'un passé historique avec l'Algérie. Il y a emprunt des terminologies et des symboles relevant du domaine de l'informatique comme « *Cnt-Alt-sup* » (S23/S24), « *connecté, système déconnecté* » (S25), « *formatez le système* » (S26), « *formatage, mis à jour* » (S27). Nous trouvons également le phénomène de l'arabisme à travers l'emprunt à la langue arabe standard parce qu'il n'y a pas d'équivalent français ou une insuffisance au niveau de l'emploi d'un certain type de vocabulaire difficilement nommable dans la réalité française. A titre illustratif : sur (S29), il y a la lexie « *fatwa* »⁽¹²⁾ qui relève du registre religieux arabo-musulman ainsi la lexie « *moudjahidines* » renvoyant aux combattants d'un mouvement de libération nationale dans le Maghreb et le Moyen-Orient. De même, nous repérons aussi l'emprunt à l'arabe algérien à travers la lexie « *Harragas* » qui désignent « les migrants clandestins » et la lexie « *bled* » sur (S30) généralement utilisés par les maghrébins à l'occident en faisant référence à leur pays d'origine. La lexie « *nif* » (le nez) (S31) est d'origine algérienne renvoyant à l'orgueil, l'honneur et la fierté. Contrairement à langues précitées qui jouissent des graphies qui lui sont propres, cette langue orale et populaire profite de son statut *facto* qui lui attribue le rôle de la langue véhiculaire. En bref, cette créativité chez les contestataires annabis est renforcée par le malaise social vécu et le mouvement populaire

espéré. Cet éveil national dithirak algérien fournit aux langues existantes un lexique inventif et fécond, mêmes'ilestparfoisqualifié de comique, drôle, grotesque, grossier ou vulgaire. A ce sujet, Bautier indique:

Qu'un tel rapport au langage va également de pair avec la vulgarisation de pratiques d'oralité liées à la condensation de sens et de créativité quotidienne telle que celle qui est présente dans les injures et, lorsqu'il y a jeu de langage, c'est un jeu de vanes dont il s'agit pour reprendre le terme de W. Labov, c'est-à-dire surenchère créative dans le domaine des formes d'insulte don't l'enjeu est d'avantage de montrer la maîtrise du jeu et du langagequel'injurierréellement⁽³⁸⁾.

En dernier lieu, nous indiquons la dominance de la matrice externe par rapport à la matrice interne. En effet, cette créativité néologique est issue des langues qui s'entremêlent dans les slogans. Ce mélange des langues est significatif. Il permet non seulement de séduire et de sortir du cadre sérieux pour décrypter les liens compliqués entre les dirigeants du régime et son peuple, mais il renforce le sens de la réclamation afin de la transmettre au monde entier.

2-3- Revue de littérature du hirak qui se fabrique dans la rue

Durant les manifestations qui se déroulaient dans les rues du Cours de la Révolution d'Annaba, nous relevons d'autres particularités langagières comme 03 cas de calques, 07 cas d'alternance codique et 09 cas des formes stylistiques.

Les manifestants algériens de tout âge démontrent une souplesse intelligible et quasi-systématique en mélangeant des langues existantes affichées à travers les slogans qui se défilent chaque vendredi. En effet, nous trouvons l'emploi du calque et de traduction littérale qui résultent des cas modalités dialingues (B4, S59, S62). Ces slogans respectant la législation de l'affichage ont été investis pour ancrer leur réclamation dans la mémoire collective. Nous relevons aussi l'alternance codique fusionnant les idiomes et leurs graphies en couple comme (français-arabe standard) sur (B4, S60), (français-arabe dialectal) sur (S61, S62, S63), (anglais et arabe) (S59). Suites aux cas répertoriés, nous remarquons une véritable démonstration d'habileté, une manière d'être « in » et de se rapprocher de la culture des pays développés et occidentaux.

Pour le volet des nuances esthétiques et stylistiques, nous retenons les cas suivants: deux (02) cas de la comparaison, un (01) cas de l'anaphore, un (01) cas de l'antithèse et trois (03) cas du détournement. Nous identifions deux (02) cas de comparaison collant une étiquette péjorative et dangereuse au pouvoir à travers l'insertion des comparants comme « *camembert* » (S32) « *tumeur* » (S33) révélant la situation nauséabonde, alarmante et d'impasse dans lequel le pouvoir a introduit le pays. Nous relevons aussi, le procédé d'enrichissement rythmique de l'anaphore à travers la répétition d'un même mot ou expression à la tête d'un message où les mots s'enchaînent pour exposer l'illégitimité des gouverneurs en Algérie (S18). Ainsi, nous trouvons un emploi de l'antithèse qui consiste à mettre en valeur les mots qui s'opposent à travers le contraste déterminant l'objectif de la lutte menée pour ne pas reproduire les mêmes faits. Les protestataires annabis se ressource des médias pour exprimer un détournement à travers l'investissement des personnages des films et des animateurs anglo-saxons dans les (03) trois exemples: les personnages « *Le Bon, la Brute et le Truand* » du film western confrontés aux trois personnalités du pouvoir algérien (S34), celui du maître « *Yoda* » de la « *Sagastar wars* » (S35) décrivant le dirigeant dictateur. Il y a aussi l'usage du jeu télévisé de TF1 « *qui veut gagner des millions* » présenté par Jean-Pierre Foucault introduisant la réponse du peuple qui se résume en un verbe d'action « *dégage* » sur (S36). Les hirakistes algériens, notamment annabis se ressource dans les répertoires historiques, socioculturels et artistiques afin de capter l'attention, de transmettre un message et de faire comprendre au monde la cause défendue. En somme, ils sont en train de confectionner un glossaire vivant qui se fabrique en maniant d'une manière artistique le français de la télévision, l'anglais de l'informatique, l'arabe des livres et de la rue dans les espaces urbains de la contestation.

A partir de ce qui précède, nous affirmons que le corpus récolté constitue un laboratoire permettant d'étudier la créativité néologique et l'expression de la citoyenneté révoltante à travers le contact des langues dans l'espace urbain où se déroule le fait. Nous pouvons

également souligner que les matrices lexicogéniques contemporaines de Jean Tournier complétée par un répertoire artistique et stylistique permettent de décrypter les slogans néologiques des manifestants. En faisant le bilan de formation néologique sur les slogans contestataires du Cours de la Révolution d'Annaba, on démontre que ces derniers ont forgé un glossaire dédié au hirak de 2019 en investissant leurs capacités sociolinguistiques, leur registre culturel, leur historique et humoristique pour des fins politiques et militantes. Il s'agit donc d'une émancipation sociolinguistique qui émane d'un esprit créatif ayant pour visée l'émancipation sociopolitique.

En guise de conclusion, le hirak met en mouvement les langues à travers un comportement de révolte et une nomenclature néologique qui témoignent sur la dynamique langagière et l'ouverture du citoyen algérien. En ce sens, il génère une source productive et innovatrice comme une preuve réclamant leur trajectoire de renouvellement en se fondant sur leur mode identitaire, leur environnement urbain et sur leur exercice de liberté pour accompagner de nouveaux mouvements socio-politiques. Le langage du hirak algérien sur les slogans dans le contexte urbain n'affiche pas uniquement une pluralité des langues en évolution créatrice, il tend à l'unicité d'une Algérie nouvelle plurilingue.

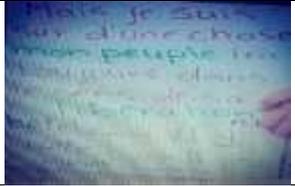
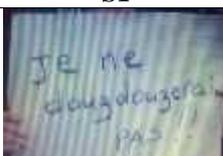
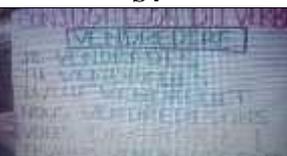
Références bibliographiques

- 1-Sidi Boumedine, R., *Aux sources du hirak*, Edition Chihab, Algérie, 2019, p. 25.
- 2-Khelladi, A., « Rire quand même : l'humour politique dans l'Algérie d'aujourd'hui. In: *Revue du monde musulman et de la Méditerranée*, n°77-78, 1995. *L'humour en Orient*. pp. 225-237. Disponible sur: Rire quand même : l'humour politique dans l'Algérie d'aujourd'hui - Persée (persee.fr)(Consultée, le 12/12/2021).
- 3- Bodin, C., Chambru, M., « Fake news ! Pouvoirs et conflits autour de l'énonciation publique du « vrai » ». *Études de communication - Langages, information, médiations*, 2019/2 (n° 53), pages 7.
- 4-Lefort, *Essai sur la politique*. Paris, Seuil, (1986).
- 5-TouillierFeyrabend, H., « Un discours d'agitation sur les slogans par l'image les affiches de Mai 86 », Dans *Ethf*, 13, 3, 1983: p. 251-264.
- 6-Orkibi, E., «Le(s) discours de l'action collective : contextes, dynamiques et traditions de recherche». Dans *Argumentation et analyse du discours*, 2015. Disponible sur : <https://journals.openedition.org/aad/2002>(Consultée, le 12/12/2021).
- 7-Mebtoul, M., « Le mouvement social algérien du 22 février 2019 : profondeur et puissance au cœur de l'espace public ». Dans revue des *Sciences Sociales*, Volume 1, Numéro 7, Pages 25-37.
- 8-Benfoudil, M., « Regards Croisés Sur Le «hirak» ». Dans *Revue des Sciences Sociales*, Volume 1, Numéro 7, Page 51.
- 9-« Le « Hirak » à l'heure du 5 juillet ». Disponible sur : *Al HuffPost Maghreb*, 5 juillet 2019 (Consultée, le 12/12/2021).
- 10-Mokrani, I., « Me uk/Amussu n i ak: tuddsa n Yinemyura War Tilisa yec eb-itt we bas n yiwen n une mas ». Dans *Algérie Presse Service*, 2018. Disponible sur : sur www.aps.dz (consultée, le 08/07/2020).
- 11-Belkaid,,A., « HIRAK, DANS d'Orient XXI », publié le15/11/2019. Disponible sur:Hirak (orientxxi.info) (Consultée, le 12/12/2021).
- 12-Ferhani, A., « Du hirak au harak, tentative de lexique ». Dans *EL WATAN*, publié le17/05/2019. Disponible sur:Du hirak au harak, tentative de lexique | El Watan (Consultée, le 12/12/2021).
- 13-Benfoudil, M., « Regards Croisés Sur Le «hirak» ». Dans revue des *Sciences Sociales*, Volume 1, Numéro 7, Pages 51.
- 14-Madjid Zerrouky, « A Kherrata, aux sources du soulèvement algérien » [archive], sur *Le Monde*, 8 juin 2019 (consulté le 31 décembre 2019). Disponible sur : A Kherrata, aux sources du soulèvement algérien (wikiwix.com). (Consultée, le 12/12/2021).
- 15-« Algérie : retour sur une journée de mobilisation inédite contre la candidature de Bouteflika », *Le Point Afrique*. Publié le 22/02/2019. Disponible sur : <https://archive.wikiwix.com/cache/index2.php?url=http%3A%2F%2Fafrique.lepoint.fr> (Consultée, le 12/12/2021).
- 16-Reboul, O., *Le slogan*, Bruxelles : Editions Complexes/Paris:Presse Universitaire de France, PUF/Édition Composition, 1975, p. 14.
- 17-Reboul, O. *Op .cit*, 1975, p. 14.

- 18-Jaubert, M.-J., (Ed), *Slan, mon amour. Textes reïnés et présentés par...* Paris : Editions Bernard Barrault, 1985, p. 10.
- 19- Trésor de la langue Française. Paris : Gallimard, 1992, volume 15, p. 561-562
- 20-Grand Robert de la langue française, 1981 : vol. 6, p. 270.
- 21- Dictionnaires linguistiques de Jean Dubois, Pierre Charaudeau et de Dominique Maingueneau
- 22- Carle, Z., *Poétique du slogan révolutionnaire*. Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2019, p 14.
- 23- Carle, Z., *Op.cit*, 2019, p.23.
- 24- Carle, Z., *Op.cit*, 2019, p. 15.
- 25- Carle, Z., *Op.cit*, 2019, p. 23.
- 26- Carle, Z., *Op.cit*, 2019, p. 155.
- 27-Melouah, S., « Langues, cultures des écrits dans la ville : affichage publicitaire urbain de la téléphonie mobile d’Annaba (Algérie). Dans Revue *El-Tawassol*.département de français, université Badji Mokhtar – Annaba, Algérie, Article à paraître.
- 28-Calvet, J.-L., *Les voix de la ville : Introduction à la sociolinguistique urbaine*, Paris, Payot, 1994.
- 29-Bulot, T., (éd.) et Tsekos, N., avec la collaboration de Gamberini, G., Grosse, S., Bauvois, C., et Diricq, B., *Langue urbaine et identité : Langue et urbanisation linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons*, Paris, L’Harmattan, 1999.
- 30-G. Mounin, 1974 : *Dict. de la linguistique*.229-230.
- 31- Guilbert, L., *La créativité lexicale*, Paris, Larousse, 1975, p. 11.
- 32-Dinca, D., « Du néologisme au néonymie », Dans *Studii icercet ri de onomastic i lexicologie*, 2008, p. 820.
- 33-Tournier, J., *Précis de lexicologie anglaise*. Ed. Ellipses, 2004.
- 34-Melouah, S., « Langues, cultures des écrits dans la ville : affichage publicitaire urbain de la téléphonie mobile d’Annaba (Algérie). Dans Revue *El-Tawassol*.département de français, université Badji Mokhtar – Annaba, Algérie, Article à paraître.
- 35 Salah, H., et Spiga, S., a médina de Annaba: Histoire, mémoire et identité, dans *El -Tawassol: Sciences Humaines et Sociales N°50*, Facultés des sciences et technologies, département d’aménagement, université Badji Mokhtar – Annaba, Algérie, 2017. Disponible sur : [صالح-صالح-هناة-50-20.pdf](#) (Consultée, le 10/03/2021).
- 36-Dacheux, E. « TIC et espace public : leçon du printemps tunisien ». *Vers une culture mediatic ?* 2015, 147.
- 37-Calvet, J.-L., *Les voix de la ville : Introduction à la sociolinguistique urbaine*, Paris, Payot, 1994, p 8.
- 38-Bautier, E., « Pratiques langagières, pratiques sociales. De la sociolinguistique à la sociologie du langage ». Dans *Revue française de pédagogie*, volume 118, 1997, p 6.
- 39-Tournier, T., *Précis de lexicologie anglaise*. Ed. Ellipses, 2004.
- 40-Dubois, J., *Stendhal une sociologie romanesque*, Paris, éditions la découverte, « textes à l’appui / laboratoire des sciences sociales », 2007, 251 p117.

Annexes:

Annexe 01 : Slogans récoltés lors des manifestations sur le cours de la révolution d’Annaba.

			
S1	S2	S3	S4
			
S5	F6	S7	S8

S9	S10	S11-1	S11-2
S12	S13	S14	S15-1
S15-2 en fr	S16	S17	S18
S19	S20	S21	S22
S23	S24	S24	S26
S27	S28	S29	S30
(S31)	S32	S33	S34
S35	S36	S37	S38
S39	S40	S41	S42

- 3-** C'est un Professeur de linguistique arabe à la faculté de Langue et Littérature arabes de Ben Aknoun à Alger en Algérie.
- 4-** D'après le dictionnaire Trésor de la Langue Française informatisé, il signifie : « Discuter l'appartenance d'une chose à quelqu'un et la revendiquer à son profit. *Contester un bien, un héritage, un territoire.* Synonyme. *Réclamer.* » Disponible sur : <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/contester> (Consultée, le 22/01/2022).
- 5-** « *La Révolution du sourire* » est l'intitulé du premier livre sur Mouvement populaire en Algérie », publié aux éditions Franz Fanon à Alger. Il a été co-écrit par dix (10) écrivains et poètes et journalistes écrivains algériens, notamment, El-Mahdi Acherchour, Kamel Bencheikh, HediaBensahli, Salah Guermiche, Mohamed Kacimi, Amina Mekahli, Mohamed-Anis Saidoune, RabehSebaa, Lynda-NawelTebbani.
- 6-** Nous identifions le monolinguisme arabe standard sur (S45/S46/S47/S48/S49), le monolinguisme arabe dialectal sur (S50/S51/S52/53/54/55/S56/S/S63), le monolinguisme français sur (B3/S38 jusqu'au S43) et le monolinguisme anglais sur un slogan (S57).
- 7-** Nous empruntons cette notion à Prorquier. Nous relevons cette modalité en couple : (français et arabe standard) sur (B4, S62) et le couple (arabe et anglais) sur (S59).
- 8-** Nous repérons deux cas en couple (arabe et français) sur 5S61/S62).
- 9-** Nous la trouvons sur un cas, tel que : (S37) unissant toutes les langues en présence.
- 10-** Nous indiquons que ce jour est particulier pour plusieurs religions (juive, chrétienne et islam). Pour les musulmans, le vendredi est le jour où Adam fut créé. C'est aussi le jour où il entra dans les jardins du Paradis, le jour où il en fut chassé et le jour où il quitta ce monde. Le vendredi est également le jour où aura lieu la Résurrection. Pour les Algériens, c'est le jour du week-end (repos) pour manifester. A vrai dire, ils manifestent en dehors des heures du travail et de la prière.
- 11-** Il est important d'indiquer que ce terme a été emprunté à la parodie de la démocratie française en Polynésie occupée. Il se réfère à l'association de malfaiteurs, soutenu par L'Etat français depuis 1842.
- 12-** Elle signifie un avis religieux donné par un spécialiste de la loi islamique, appelé el-mufti.