



Dr. Diaf Fredj

Monsieur Diaf Fredj est maître conférence en sciences du langage à l'université de Mascara (Algérie), département de langue et littérature françaises. Il est spécialiste de l'analyse des discours médiatique et politique.



VR . 3383 – 6494. B



DEMOCRATIC ARABIC CENTER
Germany: Berlin 10315 Gensinger- Str: 112

<http://democraticac.de>

TEL: 0049-CODE

030-89005468/030-898999419/030-57348845

MOBILTELEFON: 0049174274278717

Democratic Arabic Center
Berlin - Germany



Les stratégies discursives dans les textes
relatifs au printemps arabe ET leur impact
sur le discours politique ET médiatique algériens



Democratic Arabic Center
Berlin - Germany



Les stratégies discursives Dans les textes relatifs au printemps Arabe et leur impact sur le discours Politique et médiatique algériens

By :
Dr. Diaf Fredj

2021

Publication:

Democratic Arab Center

For Strategic, Political & Economic Studies

Berlin / Germany

المركز الديمقراطي العربي

للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية

ألمانيا/برلين

All rights reserved

No part of this book may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, without the prior written permission of the publisher.

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله بأي شكل من الأشكال، دون إذن مسبق خطي من الناشر. جميع حقوق الطبع محفوظة

Democratic Arab Center

For Strategic, Political & Economic Studies

Berlin / Germany

Tel: 0049-code Germany

030-54884375

030-91499898

030-86450098

Email

book@democraticac.de





المركز الديمقراطي العربي
للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية

Democratic Arab Center
for Strategic, Political & Economic Studies

President of the Arab Democratic Center : Ammar Sharaan

Les stratégies discursives dans les textes relatifs au printemps arabe
ET leur impact sur le discours politique ET médiatique algériens

Edited by : D. Diaf Fredj

Publishing Director : D. Ahmed Bouhkou

ISBN : VR. 3383 – 6494. B

First edition

March 2021

**The views and opinions expressed are those of the authors and do not necessarily
reflect the official policy or position of the Arab Democratic Center**



Les stratégies discursives dans les textes relatifs au *printemps arabe* et leur impact sur le discours politique et médiatique algériens

Docteur. Diaf Fredj

Les stratégies discursives dans les textes relatifs au *printemps arabe* et leur impact sur le discours politique et médiatique algériens

Résumé :

Notre travail de recherche traite des événements connus dans le “monde arabe” dès 2011 sous le nom du *printemps arabe* et les législatives du 2012 en Algérie portant le slogan *le printemps algérien*. Notre objectif est de rendre compte des nouvelles stratégies discursives qui leur sont relatives, étant donné que ces printemps ont mis en place des mécaniques argumentatives communes et suscité des controverses véhiculant somme toute des discours antagoniques, les uns prônant le changement et les autres plaidant pour des formes plus ou moins subtiles de conservatisme. Ce qui nous a poussés à faire ce choix c’est l’intérêt que nous portons aux dynamiques des changements sociaux et politiques et aux productions discursives (Foucault) qui en résultent. Pour mener à bien notre réflexion, nous avons opté pour un cadre théorique synchrétique et élargi où nous nous sommes référés régulièrement aux travaux de Ducrot (1980), de Culioli (1999) et d’Orrechioni (2006). Il nous a été alors possible de postuler que les stratégies discursives s’appliquent respectivement à l’intuition exacte, à des objets extra-linguistiques avec leurs propriétés physico-culturelles) et aux éléments qui ne correspondent pas aux énoncés, mais aux énonciations. Notre corpus se constitue d’affiches, d’articles de presse, de discours émanant du social media. Les stratégies que nous avons étudiées et qui sont susceptibles séduire et convaincre sont articulées autour de trois pivots : l’éthos, le pathos et le logos. Notre travail a été axé, de ce fait, sur l’explicitation d’un nouveau vocabulaire relatif au printemps arabe et, ensuite, sur ce que doit le printemps arabe audit *printemps algérien*. Une des stratégies établies et communes aux printemps arabes et algérien est celle de la captation traduite dans la formule “le peuple veut”. Rappelons à ce propos que ce type de formules a l’avantage d’optimiser les discours politique, journalistique et artistique en offrant aux locuteurs une voix et en permettant l’élaboration et la mise en œuvre d’un discours servant à annoncer et à énoncer une revendication qui se dit pacifique. Cette intention énonciative, comme le manifeste notre corpus, est plus visible dans les textes relatifs aux domaines du sport, de la chanson, du journalisme et de la caricature. Nous avons constaté que cette expression est non seulement une stratégie de revendication, d’où l’usage des verbes d’action, mais aussi d’expression à charge émotive dans la chanson rai et une stratégie de remise à l’ordre et de légitimation (crédibilité des acteurs politiques, hiérarchie des actions dans le paysage politique, etc.).

Mots Clés : stratégies discursives, mécanique argumentative, intuition exacte, intention énonciative, intuition, stratégies de revendication et de légitimation, éthos, pathos, logos

Discursive strategies in the texts relating to the Arab Spring and their impact on the Algerian political and media discourse

Abstract :

This work deals with the events known in the Arab world from 2011 under the name of the Arab Spring and the 2012 Legislative Assembly in Algeria with the slogan Algerian Spring. Doubtless, the incentive that pushes to that is to make new discursive strategies that relate to it. Indeed, the two springs gave rise to common argumentative mechanics conveying the discourse of change. As for the theoretical framework, it is related to the work of Ducrot (1980), Culioli (1999) and Orrechioni (2006). According to them, discursive strategies apply respectively to exact intuition, extra-linguistic objects with their physical-cultural properties) and to elements that do not go on par with statements but with utterances. The corpus of this work consists of posters, press articles, speeches from the social media. The strategies we have studied and which are likely to convince are articulated around three axes: the ethos, the pathos and the logos. Our thinking was focused, therefore, on the explanation of a new vocabulary related to the Arab Spring and, secondly, on what the Arab Spring owes in the Algerian Spring. One of the established and common strategies is that of capture translated into the phrase " *the people want* ". It is worth mentioning that this type of formulae has the advantage of optimizing the political, journalistic and artistic discourse by offering the speakers a voice and allowing the elaboration and the staging of a speech serving to announce and to express a peaceful claim. We have found that this expression is not only a claim strategy, hence the use of action verbs, but also of emotionally charged expression in the song RAI and a strategy of restoring order and legitimacy (credibility of political actors, hierarchy of actions in the political landscape).

Keywords: Discursive strategies, argumentative mechanics, exact intuition, strategy of claiming and legitimizing, ethos, pathos, logos

الملخص

الاستراتيجيات الخطابية في النصوص المتعلقة بـ"الربيع العربي" وتأثيرها على الخطاب السياسي والإعلامي الجزائري

سنحاول أن نتعامل في بحثنا هذا مع الأحداث المعروفة في العالم العربي، منذ 2011، بـ"الربيع العربي" والتي حملت شعار "الربيع الجزائري" خلال التشريعات 2012 في الجزائر. وهدفنا هو استقصاء الاستراتيجيات الخطابية التي صاحبت هذه الأحداث، لأنها أسست لآليات حجاجية مشتركة وأثارت جدلاً واسعاً حملته خطابات متعارضة، بعضها يدافع عن التغيير، والبعض الآخر يرافع من أجل الحفاظ على نظام الحكم. إن ما دفعنا إلى هذا الاختيار هو اهتمامنا بدinamيات التغيير الاجتماعي والسياسي والإنتاجات الخطابية (فوكو) الناجمة عنها. ولتحقيق أهدافنا، اخترنا إطاراً نظرياً توفيقاً موسعاً أشارنا فيه بشكل مطرد إلى أعمال دوكرو (1980)، وكوليولي (1999) وأوريكيوني (2006). عندئذ كان من بإمكاننا أن نسلم بأن الاستراتيجيات الخطابية تنطبق على التوالي على *الحس الدقيق*، *والمواضيع غير اللسانية* و*خصائصها المادية والثقافية* والعناصر التي لا تشير إلى الملفوظات ولكن إلى التلفظ. تتكون مدونتنا من ملصقات ومقالات صحفية وخطب من وسائل التواصل الاجتماعي. وتتمحور الاستراتيجيات التي درسناها، والتي يناط بها الإغراء والإقناع، حول ثلاثة أقطاب: الإيتوس، والباتوس وللوغوس. لذا لقد ركز عملنا على تفسير المفردات الجديدة المتعلقة بالربيع العربي، وبعد ذلك، على ما يدين به الربيع الجزائري للربيع العربي. إن إحدى الاستراتيجيات المترسخة والمشاركة بين الربيع العربي والربيع الجزائري هي تلك المتعلقة بالاسترعاء والمترجمة بعبارة "الشعب يريد". ينبغي التذكير في هذا الصدد، بأن هذا النوع من الصيغ له ميزة تكثيف الخطاب السياسي والصحافي والفني من خلال توفير صوت للمتكلمين والسماح بإنتاج خطاب يستخدم للإعلان عن مطلب يُدعى فيه السلمية. تظهر هذه المقصدية التلفظية، كما يتجلى في مدونتنا، أكثر في النصوص الرياضية والأغنية والصحافة والكاريكاتير. لقد توصلنا في الأخير إلى أن هذا التعبير ليس فقط استراتيجية مطلوبة، ولكن أيضاً تعبيراً مشحوناً عاطفياً في أغنية الراي واستراتيجية لاستعادة النظام والشرعية (مصادقية الفواعل السياسيين، تراتبية للأفعال في المشهد السياسي، وما إلى ذلك).

كلمات مفتاح: الاستراتيجيات الخطابية، آليات حجاجية، المقصدية التلفظية، خطاب التغيير، الإيتوس، الباتوس

،اللوغوس

Remerciements

Mes profonds remerciements vont à BOUHADIBA Lelloucha, MERINE Kheira, Dounia MIMOUNI MESLEM, Fatima-Zohra CHIALI LALLAOUI, Mohammed Zakaria ALI BENCHERIF, Sofiane BENGOUA et Belkacem BOUMEDINI pour tout ce qu'ils ont fait pour :

LA SCIENCE ET LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

Je remercie très sincèrement LACHKAR Abdenbi, professeur des universités, l'université Paris VIII puis l'université Paul Valéry à Montpellier.

Je tiens à remercier tous mes enseignants en graduation et en post graduation. Mes remerciements vont également à mes collègues de la faculté des *langues et lettres*, université de Mascara, notamment Menazeli Hocine, Ali Bencherif Mustapha, Hal Ikram, Makhoul Lylia et Chehidi Nabil.

Dédicace

À la mémoire de ma grand-mère

À toutes ces femmes qui marquent ma vie:

Ma mère, ma femme et mes trois filles Maissa, Wedjden et Rihab

Ecrire est une joie, voire une consolation. Dans la vie, j'ai un but : c'est d'être utile et de faire plaisir et honneur à ceux qui m'aiment et que j'aime.

Savourer cette satisfaction correspond au pouvoir de produire, d'investir ou de développer une idée. La satisfaction est plus grande lorsque l'on voit cette idée se produire et se transmettre. Elle devient immense lorsque des professeurs la discutent. Lorsque je dis qu'ils évaluent mon ouvrage à moi, ma chose ou mon bien ; cela me donne le sentiment de fierté. Je contribue donc je suis utile. J'écris donc j'existe.

Diaf Fredj

Sommaire

Introduction générale

Le cadrage général de l'étude

PARTIE I

Ledit “*printemps arabe*” et ledit “*printemps algérien*”,
nouveau paramètre du discours politique du changement

Chapitre 01 : La notion du “*printemps*” et du “*changement*”

Chapitre 02 : Le *printemps arabe*. Le néocodage

Chapitre 03 : L'étude sociolinguistique de *fankouch*, *confrérisation* et *militarisation*

PARTIE II

Les stratégies discursives dans ledit “*printemps algérien*”

Chapitre 01 : La mécanique argumentative dans le *printemps algérien*

Chapitre 02 : La polyphonie argumentative dans les slogans activés dans les législatives 2012

Chapitre 03: Le discours de l'argumentation dans le *printemps algérien*

Chapitre 04: L'analyse sémiotique des caricatures relatives au discours du changement

PARTIE III

L'impact dudit “*printemps arabe*” sur ledit “*printemps algérien*”

Chapitre 01 : Le slogan comme stratégie de programme argumentatif : entre séduction ou conviction

Chapitre 02 : La notion de changement entre l'idée de la force et la force de l'idée

Chapitre 03 : Le discours politique des hommes politiques : Du savoir-faire au devoir-faire

Chapitre 04 : L'expression “*le peuple veut*”, de stratégie de manipulation à la structure de légitimation

Conclusion générale

Introduction générale

Introduction générale

Souvent je pense à mes séances de vacation, année universitaire 2008-2009, où je dispensais des leçons pour les étudiants de la 3^{ème} année classique, module de français, faculté *des lettres, des langues, des sciences sociales et humaines* département de *sciences humaines*, université de Mascara. C'était plus précisément, et je me rappellerai bien d'une analyse d'un texte de Friedrich Nietzsche intitulé "*Dieu est mort*". Nous nous souvenons bien de la conclusion à laquelle nous sommes arrivés. Dans ce texte, Nietzsche pose que *la mort du Dieu* contribue à la liberté de l'homme; que mettre fin à la croyance en Dieu (chrétien) lui permettrait de créer, de produire, d'extérioriser son imagination, ses capacités et particulièrement exprimer son don. Pour Nietzsche, le Dieu chrétien (la tendance politique) bride la créativité et sa mort permet à l'homme de devenir lui-même Dieu, voire créateur. Et nous nous rappelons d'une autre lecture d'un passage sur la liberté individuelle tiré du "*contrat social*" de Jean Jacques Rousseau (Livre I Chap. 8) où nous avons abouti à la conclusion que si le citoyen participe à l'élaboration des lois de sa cité (par vote ou référendum), s'il assume les lois de sa cité en se sentant responsable, il aura le sentiment d'être libre. Par contre si le citoyen ne participe pas à l'élaboration des lois de sa cité, s'il n'est pas convaincu des lois de sa cité, il ne se sentira pas libre. Dans le cas où il se lève contre des lois de sa cité, il concourra à la libération. Une fois libéré, il élabore ses propres lois pour enfin être libre. L'individu s'écarterait de sa nature animale pour devenir citoyen par sa contribution politique qui, affirme Jean Jacques Rousseau, *en est la garantie* [de la liberté individuelle]. C'est la liberté politique qui traduit notre volonté de faire des choix et de prendre des décisions en renonçant parfois s'il le faut à notre vécu et au pouvoir en place.

Et, je pense aussi au jour de ma soutenance de magister, c'était le dimanche 06 février 2011 à Saida (Algérie). L'idée nous a été proposée par le jury, mon encadreur M Zenati Djamel ainsi que professeure Bouhadiba Lelloucha, professeur Benramdane Farid et professeur Mahmoudi Amar, dans le cadre du sujet qui aurait une relation avec les mutations, voire les révolutions que le monde connaissait et précisément le monde arabe. Effectivement, c'est ce qui a éclairé ma lanterne pour le choix du sujet de la présente recherche. Autour de nous, le thème de changement, de liberté et de renouveau ne pouvaient être que les caractéristiques inhérentes à la conjoncture instable de l'époque. Si nous décrivons le climat politique arabe fin 2010, nous constaterons que *le vent du changement soufflait sur tout le monde arabe*. Il soufflait sur les pays arabes, les uns après les autres. Les révolutions arabes en Tunisie et en Lybie s'étendaient à de plus en plus dans les pays voisins égyptien, syrien, yéménite et autres. La rupture entre gouverneur-gouverné risquerait d'entraîner la chute d'un système. Ces régimes devraient

concéder à des réformes. Cette chute ne correspond pas seulement à contraindre des personnalités à la démission ou des symboles à s'effondrer mais aussi à bâtir un nouveau régime. Deux leçons peuvent en être tirées. La première, c'est que les vents du changement étaient très puissants et probablement violents, ce qui a légitimer jusqu'à juger un président. La seconde c'est que une fois le système est désinstallé ce qui suivra sera loin d'être certain; ce serait souvent l'instauration des mécanismes démocratiques qui prendraient du temps et de l'espace. Nous avons constaté qu'effondrer était synonyme de bâtir dans la mesure où l'effondrement d'un régime contribuait à l'installation d'un autre. Bref, l'effondrement signifie soit que le régime tombe par démission, fuite ou assassinat d'un président soit qu'il concède à des réformes.

Pacifiste et non-violent, nous optons pour les réformes, pour la démocratie et pour les résultats des urnes, seule procédure reconnue par les instances internationales. Nous dirions que l'élaboration des lois de notre cité passe par la voie la plus légale qui est la démocratie, la constitution, voire la consultation du peuple: une stratégie qui nous fait parvenir à la participation au changement et non à la guerre civile qui ne finirait et ne cultiverait que les conflits et les tragédies.

1. Le cadrage général de l'étude

1.1 Le constat

Dans les trois cas cités plus haut à savoir les réformes, la démocratie et les résultats des urnes, nous évoquons l'idée de la liberté et de la transition. Là nous dirions qu'atteindre ces deux notions passe par la participation pacifique. Ce constat-là invoque la question de l'étude sur les stratégies discursives mobilisées dans le discours politique et médiatique du changement cas des *printemps arabe* et *printemps algérien*¹. Les uns scandent dans leur campagne électorale comme mot d'ordre "*Wind of-Change*", les autres ajoutent que le changement est une question d'actualité et ils scandent "*change we can*". Ces positions émergent des discours purement politiques. Pour eux, sortir de l'enlisement est possible (*can*) par le fait de procéder à un projet d'institution de nouvelles valeurs dépassant le vécu.

Notre première motivation, et ce qui nous a conduits vers cette réflexion c'est l'originalité du sujet qui lui confère de l'importance vu qu'il s'inscrit dans notre actualité sociopolitique.

Le corpus suggéré pour l'investigation de notre travail serait des affiches électorales ainsi que les slogans scandés lors des manifestations, aux sites web, aux caricatures, articles de journaux, réseaux sociaux, émissions radiophoniques et télévisées, à youtube...et voir comment ces procédures dites démocratiques pourraient être à la fois un moyen pratique d'accéder aux

¹ Nous entendons par *printemps algérien*, les élections législatives algériennes qui ont eu lieu le 10 mai 2012. C'est la désignation ou le slogan du ministère de l'intérieur algérien pour cet événement.

réformes et de devenir un instrument de créativité, voire d'établissement du changement ou de sa mise à niveau. Parmi les réflexions qui nous ont influencés, mentionnons “Cours de linguistique générale” de De Saussure (1974 : 13) qui explicite que “*l'immobilité absolue n'existe pas; toutes les parties de la langue sont soumises au changement ; à chaque période correspond une évolution plus ou moins considérable. Celle-ci peut varier de rapidité et d'intensité sans que le principe lui-même se trouve infirmé*”. Ajoutons les travaux de Charaudeau sur l'argumentation (séduire et convaincre l'auditoire à la thèse que l'on défend). Il affirme que l'argumentation correspond aux “*modes de fonctionnement du discours.*” Et comme production littéraire le roman de Georges Orwell, 1984, qui a connu un retentissement considérable dans le monde. C'est un roman qui explicite la machine totalitaire qui surveille tout même la pensée (nous verrons cela plus bas). Cette machine a pu installer une novlangue.

Quand nous lisons les slogans scandés lors du *printemps arabe* ou ceux affichés lors du *printemps algérien*, nous nous apercevons souvent qu'ils véhiculent un discours digne d'un statut et d'une identité particulière. Ils représentent une forme de communication entre le peuple et son gouverneur pour les uns, et entre le candidat et l'électeur pour les autres. Ces slogans monopolisent à la fois le discours des manifestants ou des partis politiques. Ils constituent *l'étalon noir* ou *le cheval de bataille* durant leur manifestation (peuple) ou leur campagne électorale (candidat). L'ordre d'apparition et de récurrence de ces slogans confirme le degré d'importance que le locuteur leur accorde d'où l'idée d'entamer une étude sur la structuration de ces slogans (scandés, écrits ou caricaturés) dans le discours de changement, cas du *printemps arabe* et du *printemps algérien* s'est présentée. Il s'agit de déterminer les mécanismes permettant à ce type de discours de fonctionner. De par les circonstances par lesquelles passe le monde arabe, en occurrence les pays voisins : la Tunisie, la Lybie et même l'Egypte, les vents des discours devraient être puissants et forts pour installer le changement. L'avènement ces dernières années du discours du changement dans le monde arabe se veut pragmatique. Ce discours devient une *passion arabe*² qui suscite plus d'analyses et de polémiques étant donné que la notion du changement revêt plus d'une acception (nous verrons cela plus bas). En effet, dans cette approche, la sémantique et la pragmatique sont deux faces pour une seule monnaie. C'est précisément dans cette optique que nous focaliserons notre présent travail de recherche.

² Expression activée par MATHIEU GUIDÈRE et Nejmeddine KHALFALLAH au Colloque international, *Le vocabulaire politique arabe : état des lieux et perspectives*. Nancy, mercredi 22 octobre 2014

1.2 Problématique et hypothèses de recherche

C'est à partir des unités linguistiques, que Oswald Ducrot (Collection "*Le sens commun*" 1980) appellent "*les mots du discours*", que le discours fonctionne et attire l'attention des lecteurs. C'est aussi, et précisément, en fonction de l'option des stratégies discursives que l'on représente une réalité. Que faut-il entendre par stratégie ? Une stratégie correspond aux opérations mises en œuvre pour transmettre un message. Plusieurs linguistes ont activé un champ lexical : mots et expressions pour exprimer le concept : nous citons, Orrechioni (manœuvres, dispositif), Christian Le Bart (jouer la carte), d'autres activent mécaniques, mécanismes, outils, s'individualiser, choix, conquête...

Trois appellations renvoient à toute interaction langagière : il s'agit de "*stratégies discursives, comportements discursifs*" et "*fonctionnements discursifs*" (Détrie, 2017 : p.360). Les stratégies discursives sont les stratégies de légitimité, de crédibilité et de captation. Le recours à un tel ou tel mot, à un connecteur et non à un autre, à une formule et non pas une autre pour faire activer une phrase ou une opinion est une forme d'argumenter. Les discours médiatiques s'entrecroisent dans le fait de reprocher aux gouverneurs ou aux candidats de ne pas parvenir à façonner un discours capable de convaincre et de persuader. Nous entendons par convaincre, s'adresser à la faculté intellectuelle et par persuader s'adresser au cœur, l'émouvoir et l'ébranler. Le monde est en pleine mutation et les nouvelles générations espèrent le nouveau. Les acteurs sont contraints d'élaborer un discours de changement en relation avec le vécu et qui s'adapte avec les changements politiques que le monde connaît. En effet, le vent de changement, qui a secoué le monde arabe depuis 2011, a eu comme désignation *le printemps arabe* quant au *printemps algérien*, il fait référence aux législatives de mai 2012.

Ainsi, notre projet se situe au centre de cette problématique: comment les acteurs investissent dans la langue pour la rendre un levier et un outil de changement? Quelles stratégies mobilisent-ils pour mettre en place le changement. Le changement s'applique-t-il à la notion d'une installation (constitution), d'une mise à jour (réforme), d'une importation (d'expériences d'autres pays) ou d'une création (invention)?

Il s'agit de rendre compte des nouvelles stratégies discursives relatives audit *printemps arabe* et leur impact sur le discours politique et médiatique algériens, étant donné que des mécaniques argumentatives communes ont été mises en place et ont suscité des controverses véhiculant somme toute des discours antagoniques, les uns prônant le changement et les autres plaçant pour des formes plus ou moins subtiles de conservatisme.

Pour ce faire, nous posons le postulat soutenu par la majorité que le changement s'effectue par le peuple et pour le peuple. Le peuple est le maître des décisions selon la constitution algérienne (Chapitre II, Du peuple, Art. 6) *Le peuple est la source de tout pouvoir* [et que] *la souveraineté nationale appartient exclusivement au peuple*. L'article 7 stipule que *le pouvoir constituant appartient au peuple*. Ce que traduisent les expressions scandées lors des manifestations "le peuple veut renverser le régime" ou "dégage !". L'installation du changement nécessiterait la manœuvre d'une mécanique argumentative et une viabilisation linguistique servant à séduire et à convaincre l'auditoire. Le changement pourrait s'installer compte tenu non seulement des expériences des pays étrangers (événements historiques), à savoir les pays voisins mais aussi il faut l'algérieniser, c'est-à-dire activer des stratégies discursives compatibles à la situation du discours et l'entourage affectif de l'Algérie.

Pour approuver ou désapprouver ces hypothèses, nous avons mobilisé un discours composé des expressions scandées durant *le printemps arabe* et celui des slogans mobilisés dans la campagne électorale des législatives du 10 mai 2012 (dites *printemps algérien*) dans les affiches des candidats, voire des partis. Nous avons aussi proposé l'étude des discours journalistiques (articles journalistiques, caricatures) et les discours des personnalités nationales et historiques. En effet, le locuteur devrait manifester sa légitimité, sa crédibilité et sa captation dans son discours, une ressource stratégique pour convaincre et persuader. Le discours devient donc producteur de sens à travers lequel le candidat ou le manifestant communiquent à l'autre les conditions du décollage d'un pays. Le discours dont nous parlerons, et qui se veut politique, constitue notre corpus où nous pouvons analyser et interpréter la mise en œuvre des stratégies discursives activées. L'objet de notre étude est de déterminer les stratégies discursives mises à jour dans les deux printemps et de démontrer comment le locuteur investit dans la langue pour procéder au changement. Nous essayerons de délimiter l'espace Schengen du *printemps arabe* c'est-à-dire l'activation du vocabulaire relatif au *printemps arabe* dans le jeu politique algérien notamment les législatives 2012. Nous essayerons de discuter dans cette recherche, selon la théorie de la parole posée par Aristote, le prototype des mécanismes discursifs autour de trois pôles centraux : l'éthos, le logos et le pathos servant à exercer une influence sur l'auditoire ou à lui soumettre des positions. Nous pourrions les adapter à la fois au candidat (responsables), au message et aux électeurs (manifestants). Ces trois axes constituent le processus de l'argumentation. Ils résument la volonté du locuteur d'établir le changement.

1.3 Méthodologie et objectif de la recherche

Notre démarche est purement structurale. C'est de délimiter comment se constitue ce type de discours, comment s'organisent la production, la circulation et la réception de l'information. A ces fins, nous nous basons sur deux mécaniques argumentatives: l'une est l'argumentation linguistique (Ducrot) et l'autre fondée sur l'argumentation rhétorique (Aristote). Pour mener à bien notre réflexion, nous avons opté pour un cadre théorique syncrétique et élargi où nous nous sommes référés régulièrement aux travaux de Charaudeau (2007): *le discours politique. Le masques du discours* où on analyse le discours politique du point de vue du langage, Charaudeau (2005) qui met en place les outils d'analyse du discours suivants : la simplicité, le raisonnement, le choix des valeurs, les arguments (présupposé d'évidence), les procédés de singularisation, Ducrot (1980) qui pose l'*intuition exacte* et la coïncidence (le conditionnement) comme mécanisme d'analyse, Culioli (1999) qui fait appel à des *objets extra-linguistiques avec leurs propriétés physico-culturelles*, Orrechioni (2006) qui ajoute des éléments qui ne correspondent pas aux énoncés mais aux énonciations, Franckel (1998) y mobilise: le posé, le présupposé et les enchainements, ou la référence, la référenciation et la valeur référentielle. L'analyse du discours est donc plurielle puisque chaque discours dispose de plusieurs vérités : la vérité du fait et la (es) vérité (s) que le locuteur donne au fait. Chaque locuteur active sa propre stratégie d'élaboration de son discours.

Notre travail comportera trois parties. Nous essayerons, d'abord, de dresser le cadre théorique autour des trois concepts fondamentaux, à savoir la notion de changement, du printemps, la notion du *printemps arabe* et du *printemps algérien*. En effet, nous proposerons d'analyser en quoi consiste un discours de changement, à décortiquer les slogans scandés, les affiches ainsi que les tracts de la campagne électorale pour délimiter à la fois leurs spécificités et leurs complémentarités, et cela, à la lumière de critères bien définis. La seconde partie, quant à elle, consiste à présenter la démarche méthodologique ainsi que les principaux résultats auxquels nous sommes arrivés. Notre démarche est purement structurale. Elle nous permettra de dégager les particularités du fonctionnement qui constituent le point nodal de traitement de ce type de discours. Trois analyses apparaissent : nous essayerons, d'une part, d'étudier le *printemps arabe* dans les deux expressions "*le peuple veut...*" et "*printemps !*" Et voir l'impact sujet prédicat, discours dit politique, sur d'autres domaines en Algérie, social et sportif précisément, d'autre part. Enfin, l'essentiel dans notre recherche consiste à décrire les enjeux permettant le fonctionnement de l'information et à analyser les mécanismes de la circulation de l'information dans une campagne électorale. Nous tenterons de repérer les stratégies discursives introduites

dans les slogans lors de la campagne électorale du 10 mai 2012 que doit remplir un candidat, voire un parti. Il s'agit de soutenir une structure assise sur l'objectivité du discours. Il est pourtant faux de maintenir l'idée que nous pouvons arriver à cet idéal; il faut toujours croire que tout discours est porteur d'une charge émotive et qu'il y a toujours de la subjectivité dans le discours. De là nous essayerons de répondre à la question suivante “*Où est l'énonciateur dans l'énoncé ?*”, c'est-à-dire le repérage des marques linguistiques révélant la présence du candidat ou du manifestant. A ce niveau nous tenterons de repérer comment se manifeste l'attitude de l'énonciateur par rapport à son propre énoncé. C'est ce que nous appelons les modalités d'énoncé- la modalité de la part de l'énonciateur-.

Dans ce contexte, nous étudierons les pratiques les plus récurrentes:

- Comment se structure le discours politique et médiatique du changement?
- Sur le plan structural, le manifestant, le candidat, voire le parti politique usent-ils d'une structure bien définie pour traiter une information ? L'usage des structures (*le peuple veut*, la ponctuation, l'emploi de la négation) énonce-t-il une attitude de l'instance locutrice ? Est-ce que les votants sont impliqués ? Comment le locuteur les fait-il adhérer ? et par quels moyens verbaux, par quels mécanismes s'assure-t-il de sa force ? En énonçant surtout l'expression *le peuple veut...*, le locuteur s'adresse-t-il à un auditoire particulier ou un auditoire universel?
- Les slogans, mobilisés dans *le printemps algérien* et *le printemps arabe* relèvent-ils de la même structure ?

Enfin et dans la dernière partie, nous serons emmenés à étudier puis circonscrire l'impact du *printemps arabe* sur le *printemps algérien* suivant l'ordre chronologique des deux événements. Dans une analyse plus complète, nous essayerons d'identifier les différents emplois et particularités du lexique dans le discours de changement. Dans cette analyse, nous mettrons en évidence des mécanismes à la base de cette forme d'énonciation. Nous nous attacherons à illustrer cela par des exemples et nous regarderons l'ordre de répartition et d'emploi de ce lexique pour établir un classement et repérer les lois qui assurent sa circulation et son articulation. Nous passerons enfin à la discussion et à l'interprétation des résultats (la signification de la notion du changement d'avant et d'après vote) et de l'apport de cette recherche : proposer une définition à la notion du changement.

Ce sont les années 2011, 2012 et 2014, représentant ledit *printemps arabe* et ledit *printemps algérien*, qui ont été privilégiées lors de la collecte du corpus, un corpus situé dans un espace-temps bien limité :

- Pour le *printemps arabe*, la période s'étend du décembre 2011 au décembre 2014;

- Pour le *printemps algérien*, elle se limite du février 2012 au 2014. Nous nous concentrerons sur les affiches des 31 candidats les plus représentatifs dans les villes de Mascara et d'Oran.

PARTIE I

Le “*printemps arabe*” et le “*printemps algérien*”,

nouveau paramètre du discours

politique du changement

Chapitre 1

La notion du “*printemps*” et du “*changement*”

Lorsque nous lisons les manuels de la 3^{ème} année primaire l'école algérienne conçus pour les activités en langue arabe p11 (Cf annexe n°01) et celui de français p 69 (Cf annexe n°02), nous nous apercevons que l'évocation de l'idée de la joie, du divertissement et des vacances se traduit souvent dans les textes relatifs au thème du *printemps*. Nous pourrions nous demander pourquoi ce choix et quelle serait la signification attribuée à ce syntagme dans une sphère politique. Le dictionnaire Le Grand Robert avance que le syntagme "*printemps*", d'origine latine, se compose de deux termes "*primus tempus*"; l'un veut dire "premier", l'autre désigne le "temps". Les deux signifient la première saison. Est l'un des quatre saisons à climat modéré, le printemps constitue l'étape transitoire se positionnant entre deux saisons, à savoir l'hiver et l'été : l'une est très froide, l'autre est très chaude. Il est donc une période de transition. Quant à lui, il est mi-chaud mi-froid. C'est la saison où les herbes germent, la saison de la verdure symbole de la floraison et de la nature qui s'éveille.

Il faut passer d'abord de sa signification dénotative la plus simple telle qu'elle est présentée dans les manuels scolaires à sa signification connotative. Nous partirons d'abord, du sens dénotatif où nous verrons comment il se dote d'un autre signifié. De nos jours, lorsqu'une personne est morte nous disons "*Elle est morte au printemps de ses jours ou bien aux fleurs de son âge*" en référence à sa jeunesse. Nous écrivons à un autre dans une langue soutenue "*ma fille compte sept printemps*" pour désigner sept ans de bonheur et de joie. D'autres écrivent "*mort au printemps de son âge*" comme se figure de style dans la rubrique des condoléances dans les journaux pour signifier l'énergie d'une personne décidée jeune. On dit aussi "*une hirondelle ne fait pas le printemps*." pour indiquer qu'un seul exemple ne peut être ni généralisé et ni appliqué à toutes les circonstances c'est-à-dire le printemps est un accouplement de plusieurs éléments qui forment un cocktail. "*Tu es printanier dans ce costume*" veut dire avoir l'apparence du printemps, c'est être beau en s'adressant à un nouveau marié, par exemple. C'est "*l'hiver et pourtant une journée printanesque*" ; on fait référence au climat ensoleillé du printemps. Il fait aussi signe de retour des animaux migrateurs comme annonce d'accouplement au sens où les animaux hibernants se réveillent. C'est la période de la prolifération des animaux. "*Un printemps sans voix*" selon Rachel L. Carson, un printemps qui perd les chants bruyant des oiseaux et sa saveur à cause des effets négatifs des pesticides. Le printemps devient aussi une référence aux vacances scolaires aux spectacles culturels pour enfants. Karima Talis (2014: p11) décrit que c'est une occasion pour "*une procession d'enfants, déguisés en animaux, fées, reines, princesses, démons, clowns et autres géants, a pris le départ de la maison de la culture Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou*". Nous constatons, dans tous ces exemples, que le fait d'activer ou

d'actionner le terme dans un discours évoque l'idée de jeunesse, de joie, de l'énergie, du (re) nouveau de la nature.

Riche et variée est la culture algérienne. C'est un cocktail de cultures. Chaque lieu ou région est le théâtre d'un phénomène culturel. Nous avons la culture berbère, mozabite, de la Chaouia... Notre culture n'est plus seulement un moment pour célébrer une fête ou même pour combler la curiosité des étrangers pour un but purement touristique mais aussi c'est l'âme et l'identité d'un peuple. S'agissant de la culture berbère et si nous faisons une étude anthroponymique, nous nous apercevons que deux prénoms désignant des femmes se renvoyant à notre thème le printemps y sont très répandus. Il s'agit de *Tafsit* qui signifie "*printemps, végétation printanière*" et *Tafsut* qui renvoie au printemps. Le premier, précisément répandu au Hoggar et l'autre en Kabylie et Chaouïa. Haddadou Mohand-Akli (2014 : p20) avance que *Fsu* leur sera le verbe qui signifie "*Former des épis, pousser, éclore*", c'est à dire germer. Ce sont les trois étapes de développement d'une plante (naissance, croître, s'ouvrir -donner fruits-). Les deux prénoms, en occurrence *Tafsit* et *Tafsut* dérivés du verbe "*Fsu*" correspondent à la description des phases de croissance ou de développement d'une plante synonymes de germination, de développement et de floraison.

Les Chleuhs, peuple berbère du Maroc, ont *afessu* comme signification du printemps; une saison qui correspond au 28 février ou le premier mars, soit en avance de trois semaines du calendrier grégorien. Les Arabes et les Kabyles l'appellent (la saison citée ci-haut) respectivement (ملقى الربيع) [malqa rrabiʔ] (en français, *la rencontre du printemps*) et Tefsut. C'est une occasion (fête) ou une forme d'accueil du printemps dans les villes ainsi que la campagne où dès les premières lueurs du jour on se lève tôt pour rejoindre la montagne cueillir les fleurs, jouer, courir et danser. Bref, un signe d'optimisme ou d'une nouvelle vie. C'est aussi une fête dédiée à Lalla Tasfut dame du printemps ; nom féminin berbère à qui on prépare des repas spéciaux et traditionnels dont les crêpes. Le soleil levé, nous assistions à une autre fête baptisée rite. Il s'agit d'un jeu de balle. Il consiste à mettre une balle sur le terrain. Les deux équipes qui s'opposent sont sommées à mettre la balle dans leur camp au moyen d'un bâton ou la tirer au moyen des pieds. Ce jeu est une manière, d'une part, de défoulement, de montrer l'esprit du groupe et, d'autre part, une sorte d'affirmation du soi au sein d'un groupe, forme de solidarité et d'union d'un groupe pour un seul but commun. Les jeunes ont l'opportunité d'exposer leur force dans un jeu. En cours du jeu, si la balle éclate ou se met en pièces ce sera la fin du jeu. Le fait d'éclater ou de mettre en pièce est le symbole de mettre fin à la sécheresse et d'invoquer Dieu

pour la pluie. Cette sécheresse qualifiée comme suspension de la bénédiction nous renseigne que nous agissons mal, que les portes de la pitié sont fermées c'est pourquoi la récolte est faible. Nous devons méditer. Ce printemps est aussi l'occasion pour des rogations de pluie : une prière pour une pluie abondante pour la fortune à nos enfants. Les rogations, selon, Le dictionnaire Le Grand Robert (1530; forme pop. *rovaisons*, v. 1119) cite que “*Selon la religion catholique, les rogations correspondent aux cérémonies qui se déroulent pendant les trois jours précédant l'Ascension et qui ont pour but d'attirer les bénédictions divines sur les récoltes et les travaux des champs.*”. C'est une forme de prière pour l'obtention de pluie pour les musulmans (صلاة الاستسقاء [Salat ʿastisqa]). C'est invoquer le Dieu (Allah) pour pleuvoir. Le Grand Robert le confirme dans la mesure où il associe le printemps à la pluie, à un petit fleuve, à la verdure.

Les Arabes appellent leurs nouveau-nés de cette saison Rabii [rabʔʕ] (pour un garçon ربيع) ou [rabʔa] (pour une fille ربيعة) comme ils utilisent la pluie comme signification de printemps, voire de vie. En effet, ils disent dans leur langue dialectale (رَبَعْت) [rrabʔat], qui signifierait *on s'aperçoit les signes du printemps* (annoncer son arrivée) ou bien se serait : *ça devient printanier* pour indiquer que la pluie est tombée et que la nature est devenue verte comme si c'est le printemps. Si la même expression est destinée à une femme, nous dirions qu'elle est au quatrième mois de sa grossesse et que cette dernière est visible. Le printemps est un concept qui s'inscrit aujourd'hui dans plus d'un domaine ; nous citons la politique, la poésie, la biologie...

Nous essayerons dans notre travail de traiter deux thèmes inducteurs. L'un à caractère diachronique qui nous invite à découvrir la signification de ce terme et son évolution et effectivement, à faire une réflexion sur le sens dénotatif. L'autre est à caractère synchronique qui décrit l'usage de ce mot dans un espace et une période bien définis et pour un événement bien précis. Bien entendu le corpus qui compose notre étude est tiré dans un moment bien donné : les années 2011, 2012, 2013 et 2014. La lecture de ces définitions a lieu à plusieurs caractérisations du printemps. Comme concept polysémique, le printemps recouvre au plus d'une signification. Le mot *printemps* qui signifie le premier du mois, désigne le caractère de ce qui est nouveau, jeune et relatif à la pluie. Bref, il renvoie à l'étape importante de l'activité cycliste des toutes les espèces puisque cela renvoie à la fécondité, la reproduction et la floraison.

Lorsque le printemps s'applique ou s'active avec l'adjectif *arabe* ou *algérien*, par exemple, il habille une signification purement politique. Il renvoie à la fois à des individus par rapport à leur appartenance, à leur tendance et à l'idée de la mutation. En effet, ce concept est né lors des manifestations qu'a connues le monde arabe comme signe de revendication. Il s'est produit dans

les mass média, s'est propagé ensuite en Tunisie, Egypte, Lybie, pays en bouillonnement sous la forme de ce que l'on appelle la révolution. Les experts admettent que ce concept se caractérise par l'apparition des manifestations qui refusent le vécu qui ont comme objectif le renversement des régimes et ensuite réaliser la démocratie (réforme et liberté). Nous citons le slogan de la révolution égyptienne ["عيش، حرية، عدالة اجتماعية"], qui veut dire en français : *pain³, liberté et justice sociale*, ou la révolution tunisienne [ثورة الياسمين] (révolution de jasmin) [ارحل] (dégage), ou bien [ثورة الشباب/اليمنية أو ثورة التغيير السلمية], en français *la révolution des jeunes yéménites ou la révolution du changement pacifique*. En procédant à la caractérisation de ce concept, nous distinguons trois grandes lignes. La première représenterait l'idée du refus du vécu. La deuxième comprendrait comme élément perturbateur la jeunesse et la troisième représente le lendemain.

Avant d'aborder notre sujet, nous jugeons utile d'aborder le concept du printemps en Algérie avant la révolution arabe. Les uns estiment qu'il renvoie au printemps berbère. Le jour de 20 avril 1980, de grandes manifestations furent organisées par les travailleurs et les étudiants à l'université de Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou encadrés par les grands artistes et intellectuels kabyles, en l'occurrence Mouloud Mammeri. Les manifestants revendiquent la reconnaissance de l'identité et l'officialisation de la langue amazighe. Les manifestations ont eu un caractère pacifique. Les autres affirment que des événements de la décennie noire constituent le printemps algérien. Aujourd'hui lorsque nous entendons le mot printemps, nous nous référons toujours à une force majeure qui refuse le vécu, à une conviction d'un lendemain meilleur et d'une volonté d'agir comme constate Bachir Ben Nadji ⁴*il faut que le printemps fasse ce qu'il faut, créer la tempête de décembre, balayer tout sur son passage, telle l'ouragan, Katerina''*

A partir de 2011 l'activation du terme printemps suivi de l'adjectif épithète (*arabe* ou *algérien*) a une signification particulière. Nous le voyons décidément se doter d'un accès et d'une résonance purement politique délimitant un fait ou un événement situé dans une sphère géographique et un temps bien déterminés et se dotant de ses propres particularités. En effet, le *printemps arabe* désigne la révolution que le monde arabe a connue dès 2011 alors que le *printemps algérien* signifie la compétition institutionnelle (élections) ou une offre démocratique relative aux législatives 2012. Nous n'y voyons pas ce terme avoir une simple signification politique mais plutôt se doter d'un champ qui a vu apparaître tout un lexique caractérisant une sphère purement arabe. Essayons d'explicitier la notion du discours politique et d'identifier Les instances en constante interaction.

³ [عيش] désigne dans le dialecte égyptien non pas la vie mais le pain.

⁴ op. cit

1.1 Le discours politique du changement

Le discours politique est une interaction ou une pratique langagière qui permet, d'une part, à un candidat d'un parti politique ou candidat indépendant d'accéder au pouvoir, et de ce fait la réalisation d'un projet ou, d'autre part, aux élus, président, maire, responsable de s'y maintenir. En d'autres termes, il traduit la dualité dite constitutionnelle qui fonde la démocratie manifestée par la compétition et l'exposition des projets.

Dans ce sens, nous dirions que du *vouloir*, traduit dans un programme électoral et manifesté par les mécanismes qui se rapportent aux meetings, slogans, travail de proximité, débats on accède au pouvoir. Le concept *vouloir* se limite généralement à une période bien délimitée, précisément une période de pré élection ou de campagne électorale, celle de la persuasion et de la conviction, voire une étape de promesse ou de proposition. C'est ce que Charaudeau (2013) appelle "la conquête du pouvoir". Le *pouvoir*, quant à lui, renvoie à la période post élection, une étape de réalisation et de concrétisation, voire d'approbation qui se limite à un mandat. Charaudeau⁵ le désigne par "l'exercice du pouvoir". Ceci dit, le *vouloir* précède le *pouvoir*. Ainsi, le discours politique est doublement articulé ; il est à la fois le discours du *vouloir* et du *pouvoir*. Bref, le discours politique est une stratégie servant à accéder au pouvoir qui se manifeste dans un débat ou une compétition ayant pour finalité la réalisation d'un programme dit politique. Le programme pourrait être traduit dans un slogan. Signalons qu'un parti détient deux slogans ; l'un est périodique relatif à une échéance électorale, l'autre durable qui se rapporte à l'idéologie du parti.

A noter que le discours politique correspond aussi aux événements et aux faits qui se produisent lors d'un mandat ponctué par la détection des incorrections, les événements intérieurs comme les manifestations et les événements extérieurs à l'instar de la situation sociopolitique du monde lors de la réalisation du projet qui interviennent et sont, de ce fait, considérés comme une forme d'actualisation ou de mise à jour. Ce qui donne lieu à des débats politiques. De ce fait, nous constatons que les élections et les événements politiques, grève ou révolution, sont un champ fertile où les discours politiques émergent et deviendraient la UNE des débats politiques et médiatiques et une passion dont tout le monde parle.

La compétition ou la course au *pouvoir* stipule que chaque partisan, voire parti, défend son programme et critique ou concurrence celui de l'opposition. L'instance énonciative d'où émane le discours politique est plurielle : discours du pouvoir, de l'alliance, de l'opposition, des

⁵ Op.cit.

facebookeurs, de l'opinion publique, des mass médias, des caricaturistes, des monologues... En ce sens, Charaudeau (2007) qualifie le discours politique de "parole politique". La parole est la faculté individuelle de s'exprimer qui renvoie à des effets pragmatiques, psychologiques et sociaux. Le fait politique se particularise par son conditionnement (événement précis, période délimitée). Charaudeau délimite le fait politique dans une sphère bien particulière et le caractérise par la *mythique* qui correspond à une période de promesse et de persuasion ponctuée par les meetings, les sorties, la campagne électorale, la promesse de réforme, programme du devenir, puis vient la *théâtrale* qui est une mise en place du programme.

1.2 Les instances en constante interaction dans le discours politique

Les marches, les grèves, les campagnes sont les procédures reconnues constitutionnellement qui abritent et légitiment le discours politique. Puisque la parole est de nature individuelle, une nouvelle donne est appelée : propagande, mensonge, manipulation, promesse non tenues, recours à la religion. Ceci-dit, une connexion s'active entre les acteurs politiques au moyen d'un programme, l'opinion publique par le sondage ou l'acte de vote et les mass médias de par la liberté d'expression et les débats. Tous les moyens de communication sont mis mobilisés à cet effet ; nous citons la presse écrite, l'audiovisuel, le social média, le travail de proximité, les discussions quotidiennes. En ce sens, le discours politique rime entre persuasion en émouvant la sensibilité par le recours à la religion et la conviction en activant la raison : parler aux jeunes par exemple.

Certes, le discours politique est pluriel mais il contribue à émouvoir un public. Devant un public démissionnaire du jeu politique, des nouvelles stratégies interviennent pour y parvenir. Ainsi, *"l'observation empirique de la pratique des échanges sociaux et le rapport de désirabilité du groupe social via l'expérience de la quotidienneté."* constituent une dépendance du conditionnement dans toute pratique des échanges politique. Nous pouvons scinder ce conditionnement en trois principes. D'abord le principe d'altérité, c'est-à-dire l'acceptation et l'existence de l'autre dans un débat par l'exaltation d'un idéal social (constitution). Ensuite vient le processus de régulation où on assigne à l'autre (alter) une place dans une discussion. Le locuteur est contraint de soumettre l'autre au moyen de son savoir et savoir-faire. Enfin, le processus d'identification qui exalte les valeurs communautaires (ancêtres, Algériens, l'islam, région, culture, religion, fidélité au traité du premier novembre) d'où l'emploi de "ensemble, tous, nous".

Le discours politique dépend d'un conditionnement. En effet, un mot, une expression, un proverbe, un slogan, un fragment d'une chanson...deviennent un discours politique une fois conditionnés dans un fait politique. Ainsi, le fait politique s'étaie sur le savoir-faire. Ce dernier s'assoit sur un choix et un conditionnement particuliers susceptibles de recouvrir une conviction particulière. Nous essaierons dans ce chapitre d'explicitier ce savoir-faire dans ce débat relatif aux trois acteurs (cités ci-haut) animant le discours politique.

Christian Le Bart (2014) avance que les conditions de production du discours politique se sont évoluées. En effet, aujourd'hui d'autres mécanismes ont lieu de part notamment le social média où on transmet tout discours d'un candidat ou d'un homme politique via youtube ou *live*, ajoutons à cela paparazzi : le fait de s'immiscer dans la vie privée des acteurs politiques ou s'investir dans les erreurs commises lors de leur exercice du pouvoir. Cela provoquerait les commentaires et les hashtags et devient par la suite une carte de pression et de l'ironie des facebookeurs. Le Bart (2014 : p35) ajoute que "*Les politiques peuvent jouer la carte de la singularité et de spontanéité, voire l'improvisation*". L'exemple le plus convaincant pour illustrer cela le meeting et les débats télévisés. L'analyse du discours politique est scindée en deux axes. L'un est interne : une démarche de lexicométrie (une analyse quantitative). L'autre est externe : l'analyse des conditions de production du discours qui est une analyse qualitative où se croisent la sociologie, l'histoire, les sciences politiques, le conditionnement, l'intérêt porté au locuteur.

Les législatives 2012 en Algérie constituent un moment capital dans la sphère politique algérienne où se décide en espace d'une campagne, voire d'un mandat le demain d'un pays. En effet, dans le cadre de la démocratie et du respect de la constitution, la notion du "changement" est devenue la devise de la campagne électorale vu que chaque parti expose son futur projet de gouvernance.

En ce sens, l'acception de la notion de "changement" est plurielle. Que faut-il entendre par cette notion ? Elle varie d'un parti à un autre selon son idéologie, d'un parti au pouvoir ou de l'alliance aux partis opposants, d'un intellectuel ou d'un journaliste à un autre, d'une chaîne de télévision nationale à une autre privée, d'une chaîne étatique à une autre étrangère. Patrick Charaudeau s'interroge sur le discours politique et les masques⁶ qui le composent. Ainsi, le sujet parlant active des masques en fonction de la "*situation de communication*" et de "l'autre" qui est en face de lui ou qui interprète. La connexion est un pur jeu de masques : un "dit" qui suggère un "non dit". Chaque mot, expression, phrase, interjection, tonalité, redondance ne sont

⁶ Le masque selon lui, ne signifie pas dissimulation ou simulation mais la résultante de la rencontre sujet qui énonce et celui qui interprète.

activés pour une “*naïve transparence*”, ajoute-t-il, mais comme une stratégie ou un choix propre à locuteur.

Lorsque nous abordons un discours politique nous faisons vivre nos connecteurs, mots, expressions, phrases, interjections dans une situation de communication. En politique, cela est possible. C’est la situation de communication qui insuffle le discours et attribue à cette connexion un timbre politique ; “*Ce n’est donc pas le discours qui est politique mais la situation de communication qui le rend politique*”, confirme Charaudeau (2007 : p30).

Le discours politique se particularise par *l’exemplarité institutionnelle*. Le locuteur doit s’identifier à une institution, voire un parti pour que le public parvienne à l’incarner et à lui fier. Ainsi, nous entendons par l’identification à une institution répondre à une norme : habiter une langue, manière de parler (langue de l’école ou improvisation), manière d’être (habillement) et manière de vivre (physique) et, d’autre part, la dénonciation de la langue du bois ou de l’incommunicabilité du langage. Cela nous fait penser à la pièce théâtrale de Samuel Beckett “*En attendant Godo*”. Pour notre analyse, il convient de décrire comment se construit le discours politique du changement. Plus particulièrement, il s’agit de déterminer les manœuvres mises en place par celui qui énonce et celui qui interprète.

En s’appuyant de l’œuvre de Charaudeau “*Le discours politique. Les masques du pouvoir*” qui s’attache à situer le discours politique du point de vue du langage, nous tenterons de dresser une terminologie du lexique relatif au *printemps arabe* à travers, évidemment la connexion de ses trois constantes : acteurs politique, les médias et l’opinion publique.

Le thème traité dans ce chapitre est le résultat d’un long travail. Notre recherche est effectuée d’une manière exhaustive dans un seul souci de montrer et de comprendre comment fonctionne ce terme, son évolution et notamment son usage dans une dimension politique. Nous pensons que le timbre *printemps* serait le fait renverser tout un régime, donner le relai aux jeunes. Étudions désormais le nouveau vocabulaire activé lors du *printemps arabe*, en particulier son impact sur le discours politique et médiatique algérien.

Chapitre 2

Le printemps arabe.

Le néocodage

Ce chapitre s'inscrit dans la lignée d'études sur le *printemps arabe*. L'objectif de ce chapitre est de pallier les stratégies centrées sur les slogans. Cette recherche regroupera le vocabulaire actionné pour cet événement. L'objectif est non seulement de faire l'état des lieux de ce vocabulaire mais aussi de délimiter son impact sur le *printemps algérien*. Aussi, notre étude sera fondée sur une approche originelle faite sur les journaux, youtube, et les slogans scandés lors des révolutions arabes et précisément celle de l'Égypte. C'est permettre de répertorier ce lexique dit relatif au *printemps arabe* et expliciter son activation de par sa fréquence dans le discours médiatique comme instrument de combat et de revendication. Notre recherche sera axée à titre indicatif et limitatif sur le regroupement de ce lexique, déterminer les registres langagiers et, ensuite, procéder à une étude étymologique, son emploi et ensuite son intégration dans le discours de changement. Notre questionnement sera centré autour de l'interrogation suivante : comment fonctionne-t-il ? Nous proposerons des équivalents ou une traduction à ces mots à terminologie politique. Enfin, nous détecterons leur usage dans la presse algérienne d'expression française et arabophone. Notre étude interrogera les spécificités sémio-linguistique et sociolinguistiques de même que le recours aux parlers arabes pour le mettre comme outil de communication. Les travaux proposés pourront se porter, sans exhaustivité, sur les stratégies linguistiques. Nous parlerons de l'analyse lexicale, syntaxique et morphosyntaxique.

Dans son sens plus restreint, le *printemps arabe* désigne la mutation qu'ont connue les pays arabes. C'est tout ce qui est rupture avec la passé ou le régime dans le monde arabe. Dans son sens plus large, il désigne un événement historique qui a secoué le monde arabe à partir de la fin 2010 commençant par la Tunisie en passant par la Lybie, Yémen, l'Égypte et la Syrie... , activé afin de désinstaller un régime militaire ou sécuritaire longuement imposé. Certes les pays arabes ont connu des événements politiques mais avec d'autres appellations ; redressement révolutionnaire 1967 et la décennie noire en Algérie, la marche verte au Maroc, la révolution verte au Lybie, le printemps kabyle désignant une région ou une ethnie... mais le printemps arabe confère une sphère et une période bien déterminée, celle de la mondialisation, du facebook et youtube et du *Live*, voire celles du social media comme moyen de propagande. Une révolution qui a comme plan d'action : manifestation pacifique, slogans verbaux, les jeunes comme instigateurs et qui a comme stratégie de captation les moyens technologiques, voire l'Internet. Il passe pour correspondre aujourd'hui à tout changement que connaît le monde arabe dans tous les domaines, social, culturel, socioprofessionnel, sportif. L'instrument de revendication serait au départ les rues, voire les slogans scandés lors des marches et des manifestations. Il est constitué d'un lexique pris de l'arabe standard, langue familière, des emprunts... destiné à répondre à des

attentes. La rue deviendrait un espace fertile pour les lexicographes et les lexicologues. Cette sphère géographique propose une gamme de mots représentant plusieurs camps. Chaque camp a son champ lexical et propose une signification précise, voire indique leur mode d'intervention dans un domaine bien précis qui est la politique.

Répertorier ce lexique, le classer pour tel camp, déterminer son étymologie et sa signification politique à partir de son intégration dans la presse écrite et son activation dans les campagnes électorales sera notre intérêt d'étude. Le lexique prend appui ou champ d'investigation le terrain et les journaux. Les acteurs font recours à la langue de mass. Les mass médias ainsi que les candidats se sont familiarisés rapidement avec le nouveau vocabulaire qui devient par la suite leur cheval de bataille dans leur discours médiatique. Les illustrations par la presse ainsi que les slogans deviennent un outil de référence afin de répondre aux intentions des manifestants, à savoir : proposer aux lecteurs un nouveau lexique politique afin de les assimiler, exploiter, voire les réinvestir à bon escient.

Les événements politiques qui défrayent la chronique depuis 2011 dans le monde arabe arborent l'appellation *printemps arabe*. Le vent du *printemps arabe* a tellement sifflé fort qu'il constitue une des pistes qui alimente le champ de création de nouveau lexique ou registre politique. Nous dirions que le fait de l'histoire dresse l'acte de langage et détermine ses particularités. Si vous surfez sur le net, zappez sur votre tv, si vous lisez les journaux, vous observez les caricatures, vous suivez les guignols (*Nesma Tv* par exemple) ou bien vous assistez aux discussions quotidiennes, vous vous apercevez souvent que les sujets politiques sont souvent de l'actualité arabe qui deviennent, citent Mathieu GUIDÈRE (Université de Toulouse 2) et Nejmeddine KHALFALLAH (colloque Nancy 2014), une *passion arabe*. Voulant être dominant dans un langage de plus en plus originel et souvent conflictuel, certains acteurs politiques optent pour un langage qui est le leur et représentant leur camp. D'autres semblent simplement leur répondre par un autre reflétant leur position politique.

Dès lors, puisque le *printemps arabe* définit l'ère de la démocratie et de la liberté d'expression, nous nous interrogeons sur les stratégies et les pratiques langagières actualisées pour un tel événement. Le vocabulaire politique connaît d'ores et déjà un enrichissement dans la mesure où il traduit les conflits et décrit l'événement à la fois. Plusieurs camps se seraient prononcés pour décrire l'événement mais pour des objectifs ou des raisons diamétralement opposés. A l'un et à l'autre sa propre politique linguistique. La politique, l'art de convaincre et de refléter les opinions opposées figure donc comme une terre fertile servant à produire un lexique répondant aux attentes des manifestants voire celles des journalistes et des candidats. Le

printemps arabe, qui était réservé à la rue, aurait deux colorations ou deux teintes; l'une du pouvoir en place et l'autre des partisans du changement. Pour les deux camps, deux champs lexicaux spécifiques sont apparus et ont investi les mass-médias. Chacun des deux camps introduit un lexique qui représente sa position et qui développe ses idées ou défend ses convictions. Nous nous interrogeons aussi sur la structuration de ce lexique dans un espace bien défini qui est le monde arabe d'une part, et sur l'alternance des deux prises de parole, d'autre part. L'un affirme et signe que le *printemps arabe* a abouti à la démocratie et constitue un butoir au gouvernement en place, une sorte d'*application* pour sa désinstallation. L'autre ne lâche pas de lest et y tient toujours. Il rétorque que le régime armé est là et lutte pour se réactiver et se mettre à jour. Cela a stimulé notre curiosité de partager la réflexion qui répondrait au questionnement suivant : Comment les heurts et les manifestations qui ont été réservés à la rue investissent-ils les médias et la scène politique? L'acte de langage est-il fiable pour traduire ce qui passe dans la rue? S'agissant de deux acteurs politiques, pouvons-nous dire que et à l'un et à l'autre son propre lexique politique ou les deux camps contribuent à l'élaboration sans le vouloir des significations communes? Le *printemps arabe* est-il synonyme de liberté ou s'agit-il d'une printanisation (vernalisation)? Ces événements que le monde arabe a connus ont-ils pour but l'acclimatation et / ou acclimatement de la langue selon les évolutions historiques?

Les événements historiques seraient un champ fertile qui offrirait son pâturage à la richesse de la langue fondée sur les positions opposées. Les conflits seraient aussi vecteur d'enrichissement d'une langue; ce qui prête à équivoques appellations. De part notre travail, nous essayerons d'établir un état de lieu de ce vocabulaire et d'expliquer comment les événements 2011 ont un impact sur la langue vecteur d'une culture et d'une identité. Notre recherche sera axée sur le repérage du vocabulaire le plus répandu via les documents écrits et oraux. Notre lecture des journaux, observation des vidéos YouTube, slogans scandés lors des manifestations sera notre piste de recherche de ce vocabulaire décrivant la période de transition qu'a connue le monde arabe et son impact sur d'autres langues étrangères, à savoir le français qui a dû emprunter puisque ces mots n'ont de *signifié* que dans une sphère arabe. Nous tenterons aussi de leur trouver un équivalent français.

En effet, nous procéderons à une description étymologique et à déterminer leur dimension culturelle. Puis nous essayerons de les classer et de leur proposer une traduction. Dans le cadre de notre travail, nous proposerons un répertoire de lexique relatif aux uns et aux autres réuni dans une perspective d'observer leur activation dans la presse écrite algérienne lors du *printemps arabe*. Dans notre réflexion, il est tout particulièrement question de cerner notre travail dans une

sphère bien précise, qui est le *printemps arabe*. De l'autre, nous essayerons de faire une étude nomenclature. Il s'agit de répertorier et d'analyser les nouveaux mots les plus répandus dans cette sphère, des mots activés pour répondre à une certaine attente actionnée pour un besoin bien déterminé. Ensuite, nous allons voir si le lexique politique dit classique : état démocratique, partisan, opposant, redresseurs, boycotter, propagande, les anciens d'un régime a sa place dans cet événement baptisé *printemps arabe*. Et enfin nous tenterons de voir l'impact du nouveau lexique sur l'écriture journalistique et le discours politique à partir d'un corpus écrit pris du social média lors les élections.

Avant d'aborder cela, nous jugerons utile de dresser comment fonctionne le lexique politique dit classique. Le vote, le scrutin, élection sont des procédures qui renvoient à la consultation d'un peuple. Ce sont des procédures servant à offrir et à permettre au citoyen d'exprimer sa voix pour choisir librement son représentant qui agira en son nom dans un mandat allant de cinq à sept ans selon la constitution de chaque pays. En effet, les représentants sont issus d'un parti politique par vote comme ils peuvent être des candidats indépendants. Pour se présenter aux élections, chaque candidat doit présenter à l'électorat un programme qui répondra aux attentes d'un peuple. Chaque parti a des partisans qui le défendent. Ses partisans, si non convaincus de la gestion de ce parti ou du règlement intérieur pour un différend, optent pour le changement et deviennent des redresseurs. Ces derniers sont des militants d'un même parti qui se distinguent par leur propre version quant à la destinée du parti. Dans le processus électoral, les candidats des autres partis sont considérés comme des opposants, adversaires, voire concurrents ou rivaux. Le vote demeure la seule procédure reconnue pour arriver au pouvoir et qui s'applique à la course aux présidentielles, aux législatives ou aux municipales. Chaque parti a le droit d'exprimer son refus, son mécontentement, voire sa revendication dans un lieu public et date bien précis. Nous appelons cela dans le vocabulaire politique une manifestation qui est une forme démocratique qui passera sans troubler l'ordre public. Tout dépassement (changement d'itinéraire, vandalisme, insultes...) sera jugé comme délit, voire anti constitutionnel. La légitimité dans un processus électoral se repose sur la transparence et l'honnêteté. Dans un régime démocratique et selon la constitution, le candidat qui aura plus de voix, soit plus de 50 (%), sera le président ou le maire légitime. Est renversement ou coup d'état, tout régime où le président est parvenu au pouvoir de façon anticonstitutionnelle, voire par force. Essayons de voir maintenant si ce lexique cité ci-haut fonctionne toujours ou un autre a pris place lors du printemps arabe.

Nous avons constaté que la contraction de deux forces a abouti à l'émergence d'un nouveau lexique politique. Précisément, lors des événements du *printemps arabe*, un lexique a lieu d'être. Un vocabulaire puise ses racines dans la langue parlée lors des manifestations. De par sa fréquence, ce vocabulaire circule librement dans nos discours oraux et investit les médias. Ce lexique a comme mission de répondre à des attentes et de traduire une conviction voir une revendication. Phonologiquement parlant c'est de la contraction de deux syllabes contigües ou voisins qu'un ou plusieurs phonèmes subissent une modification ou une assimilation phonétique par exemple, et scientifiquement parlant c'est suite aux fortes contractions qu'une femme donne enfant et je dirais, politiquement parlant suite aux affrontements et aux contractions de deux forces en course au pouvoir qu'un nouveau langage serait instauré. Autrement dit, ce n'est plus "une dispute qui tourne au drame", comme relate le fait divers, mais c'est l'inverse : ce sont les souffrances et les misères (*drame*) qui contribuent à la formation d'un nouveau lexique répondant aux revendications des manifestants et décrivant le frottement des opinions. La nature des régimes figure comme l'une des constantes dans les constitutions de chaque pays. Le régime doit être démocratique "souveraineté du peuple". Le peuple est source de tout pouvoir (article 6 de la constitution algérienne). C'est lui qui élit son maire, son représentant et son président. Dans la course aux municipales et aux présidentielles et dans un pays où règnent la stabilité et la liberté d'expression, le jeu politique s'assoit sur le lexique suivant: partisan, redresseur, opposant, programme, propagande, état démocratique (le lexique ci-haut). Or le *printemps arabe* se particularise par la désactivation de ce lexique et l'instauration d'un autre répondant aux positions des deux forces en présence. Voici le décryptage de ce lexique relatif au *printemps arabe*.

2.1 Militarisation et confrérification de l'état

S'agissant du régime, nous entendons souvent parler dans le vocabulaire politique pré *printemps arabe* de régime militaire et de régime islamique. Un régime militaire signifie que l'installation d'un président passe par la consultation de l'armée. Seule l'armée a l'habilité de désigner et de destituer un président. Ce régime renvoie aussi à la désignation des hauts postes d'état : ministre de la défense, ministre de l'intérieur, et le ministre des affaires étrangères. Généralement, il est installé suite à un coup d'état. Dans ce régime, le président pourrait être civil mais géré par les militaires, même indirectement. Un régime islamique correspond, quant à lui, à un état qui applique la *charia*⁷ (arabe : الشريعة) [ʃariʕa], c'est-à-dire la constitution découle

⁷ Tout ce qui est prescrit par Dieu.

de l'Islam ou de la religion islamique. Nous trouvons les états dont leur régime est islamique ont comme dénomination officielle une république islamique, en récurrence l'Iran (1979) et la Mauritanie (1960). C'est un régime théocratique "le coran est notre religion" ; les lois sont tirés du livre sacré. Bref tout se règle sur la base de principes religieux. Un régime islamique passerait au pouvoir par vote ou révolution.

Avec le *printemps arabe*, une autre appellation ou un vocabulaire se référant aux deux régimes a émergé. Les uns accusent leurs opposants (les militaires) de *militariser* l'état (en arabe, *عسكرة الدولة*), les autres rétorquent que les Islamistes l'ont *confrérisé* ou *confrérifié* (en arabe, *أخونة الدولة*). Il s'agit de *Militarisation* pour les uns et *confrérisation* pour les autres. *Militarisation* est synonyme de la gestion d'un état par des militaires. Un système qui virusse tout dans la mesure où il fonctionne à la militaire. Par *militarisation*, tout poste serait géré ou contrôlé par un militaire : les postes destinés aux civils seront occupés par des militaires même retraités. Nous dirions que cette notion de militarisation est un peu restreinte : un groupe armé qui dirige, commande et contrôle. Il est installé suite à un coup d'état comme il gère par la force. Telle une caserne, pas de place à la constitution proprement dit mais à un règlement intérieur, non à un citoyen mais au militaire. Par citoyen, nous entendons l'appartenance à une cité où il a des droits et des devoirs et par militaire le citoyen est une personne engagée appartenant à une institution régissant de ses propres lois et qui a suivi une formation militaire : il obéit et s'astreint aux ordres sans les discuter. Il n'y a pas de place pour le mot peuple même si apparent, tout est militarisé. Pour toute personne commettant un délit des punitions disciplinaires seront applicables et elle comparaitra devant un tribunal militaire. Il ne s'agit pas de loi mais des directives et des instructions. Ainsi ce système est explicité dans la désignation et la nomination des wali, des syndicalistes.

Pour les autres, il s'agit de confrérification ou confrérisation de l'état (*أخونة الدولة*). Confrérier ou confrériser (en référence à une confrérie) se composent du radical "Confrérie" correspond à un mouvement ou une organisation et des suffixes (iser, ifier) qui signifient rendre ou devenir. Confrérification ou confrérisation de l'état serait un groupe, en l'occurrence l'association des Frères musulmans (*djam'iyyat al-ikhwân al-muslimîn*), à tendance islamique sunnite qui aurait un rêve d'un état, voire d'une restauration du califat islamique. C'est le Morchid⁸ et non le président qui a le pouvoir législatif. Il n'y a plus de place à la constitution mais au Motchid. Pas de consultation au peuple mais aux siens (proches) et à un clan *الأهل والعشيرة*. C'est une organisation à projet ou à plan: s'infiltrer dans les institutions étatiques puis installer leurs cadres

⁸ Un guide général d'un mouvement islamique.

dans les postes stratégiques pour une restructuration de l'état. Ses partisans n'ont de principes que l'écoute et l'obéissance au Morchid. Ils sont imprégnés d'idées d'un Morchid. Il ne s'agit pas d'un pays proprement dit mais d'une grande confrérie. Dépendant d'une religion, les partisans ont une mission dans ce pays, appliquer la charia et celui qui ne s'aligne pas est considéré comme un mécréant. Militariser ou confrériser l'état seraient deux tendances (sectes) extrémistes dans la mesure où les deux traduisent l'exclusion de l'autre qui ne leur ressemble pas dans son appartenance, soit à une institution (l'armée) soit à une doctrine (religion). Les deux notions représentent un petit état (en arabe, دولة), d'une composante (institution ou mouvement) qui se veut dominante et gouvernante, voire la tutelle. Dans les discussions quotidiennes notamment dans les blagues, le terme "إخوانجي" (mot se composant du radical إخوان qui veut dire "frère" et du préfixe turc "جی" indiquant l'appartenance ou celui qui porte) décrit celui qui se comporte dans son habillement et sa coiffure tel un musulman sunnite contrairement à ses actes qui provoquent la risée. Sur social média, beaucoup des vidéos (Cf, vidéo n°03) attribuent le terme أخينا (en français, notre frère) aux personnes musulmanes mais marioles (un barbu qui danse dans les fêtes, par exemple).

L'observation de la caricature ci-dessous publiée sur le social média indique l'activation de confrérisation de l'état (أخوة الدولة) comme obstacle à la liberté individuelle.



Le tableau qui suit met en évidence un certain nombre de traits convergents et divergents quant aux deux régimes.

Militarisation de l'état (عسكرة الدولة)	Confrérisation de l'état (أخونة الدولة)
• Petit état • Extrémisme • Institution, communauté • Pas de parti • Grande caserne • Militaire	• Petit état • Extrémisme • Mouvement, association • Pas de parti • Grande confrérie • Guide

La contraction de ces deux forces en lutte et en course au pouvoir fait que les partisans de chaque camp sont considérés non pas comme des opposants mais un groupe activé pour la violence. Bref ils ne sont autre des *Baltaguia* alors que ceux qui les soutiennent sont des *ahali* honorables.

2.2 Baltaguia

D'origine turque, le mot "*Baltaguia*", s'écrit aussi "*baltagueyya*" [baltagija], se compose de deux monèmes "بلطة" و "چي" : L'un "چي" signifie celui qui porte, l'autre "بلطة" renvoie à un instrument qui tranche, coupe ou égorge. Ce terme désigne une catégorie d'ouvriers au palais de sultan Baltacı au régime ottoman faisant partie du palais et s'occupant de la propreté de la cuisine et du gardiennage comme il s'applique aussi aux bucherons qui apportaient du bois de chauffage de palais. Plus tard, ils servent de gardiens des sultans lors des campagnes et des conquêtes militaires. Avec la colonisation ottomane, cette appellation a eu une signification particulière dans le monde arabe et particulièrement en Egypte. *Baltaguia* [baltagija] nom pluriel, singulier *Baltagui* [baltagi], le nom d'action *al Baltaga* [al baltaga], désigne dans le parler égyptien toute forme d'action criminelle où on agresse autrui pour s'accaparer de ses biens. Les *Baltaguia* peuvent être financés par un riche généralement un commerçant ou un dealer. Ils usent des armes blanches et se comptant sur leurs forces physiques. *Baltagui*, dans un espace égyptien, serait synonyme de personne *voyou*, *truand*, *mercenaire*, *hors la loi*, *bandit*. Ces *Baltaguia* sont souvent des pauvres originaires des régions les plus misérables. Forcés à la violence, ils ont un choix entre la prison et quelques sous. Ils sont généralement connus par leur vêtements (ou leur habillement) menus d'armes blanches à mains et venus des régions les plus

diminues avec des corps aux visages souvent couverts de cicatrices et séquelles. Ils ont des surnoms à l'instar de (نخنوخ البطجي) [naxnuʔ^ɛlbaltagi] et de (حسن الغول) [ʔas^ɛnɣul] (Hassan Ghoul, en français Hassan l'ogre).

Bien que le mot soit plus ancien, son apparition a pris place dans les mass média et les réseaux sociaux lors de la révolution égyptienne du 25 janvier 2011. En effet, il revêt plusieurs appellations dans les pays arabes. Nous trouvons *albalatiga* (البلاطجة) [ɛlbalatiga] en Yémen, *al chabiha* en Syrie, les mélisses en Tunisie, les rats (الجرذان) en Lybie... Avec l'avènement de *printemps arabe*, ce signifiant a acquis un signifié purement politique. Nous entendons ainsi Baltaguia comme un groupe de personnes qui entrave un parcours constitutionnel (boycotteurs), ou ceux partisans de la violence, les non pacifistes, voire les bellicistes. Comme il pourrait désigner à la fois ceux actionnés pour le désordre par un système en place et les activistes antisystème. En Egypte, ce serait tout ce qui est en relation avec l'ancien régime et ses moyens sécuritaires qui manipulent des récidivistes, des dealers, voire des mercenaires contre les manifestants et l'opposition dans les rues et les places publiques et même les mosquées et les campus. Ils seraient manipulés par l'état pour attaquer les activistes politiques. Mustapha Hammouche (La répression, ultime argument, 2014) avance que “*La prochaine étape verra certainement le retour des baltaguias, foules de jeunes “issus de la société” et “motivés” pour contrer, numériquement et physiquement, les manifestations.*”. Là tout est permis : vol, viol, kidnapping, l'usage des armes... Ils devancent souvent l'armée et l'appareil sécuritaire. Ils sont synonymes de hors la loi, des criminels, des mercenaires. Les moubarakien⁹ ont accusé les révolutionnaires ou les protestataires de *Baltaguia* qui attaquent les biens de l'état, en l'occurrence les musées et les églises.

Ce vocabulaire, grâce aux moyens d'information et de communication notamment les chaînes de télévision et les réseaux sociaux, a bénéficié de son visa *espace Schengen*. C'est-à-dire de sa libre circulation dans le monde. De par sa fréquence, le terme *Baltaguia* a été emprunté au français où les journalistes disposent de différents procédés ou mécanismes pour expliciter le sens ou citer un équivalent ou un mot voisin à ce terme et puis l'introduire dans leur langage. D'abord, le fait de le mettre entre guillemets pour annoncer son débarquement ou sa nouveauté (emprunt) et “*ils ont été attaqués par des «baltaguiya», des hommes de main du régime*” (Marion Guénard, 2014). Ensuite, par le recours au procédé de répétition en doublant le vocable arabe par son équivalent français mis entre parenthèses. “*Qui ont infiltré les campus et loué les*

⁹ Ceux qui appartiennent à l'ancien régime, celui de l'ex président égyptien Hosni Moubarek

services de baltaquias (voyous) pour s'imposer.''(Delphine Minou, 2013). De plus, la stratégie du lancement du terme suivi après une virgule de sa signification *“D'autres sont fortement soupçonnés de jouer la politique du pire en recrutant des baltaquia, ces gros bras qu'ils chargent de provoquer des troubles dans l'espoir d'inquiéter la population, et d'isoler ainsi les révolutionnaires.»* (Cyrille Louis, 2012) ou Mario Guenard (Affrontements meurtriers au Caire, 2012) qui note *“Comme le régime de Moubarak, ils lâchent des baltaquis, des hommes payés, pour «casser» du révolutionnaire!''*. Enfin, le mécanisme de commutation et d'analogie dans le passage suivant : *« Déguisés en partisans pro-Moubarak, les policiers du régime, en civil comme toujours, épaulés par les fameux gangs de baltaqueyya à la solde du pouvoir, se mêlent à la foule. »* (Ayyam Sureau, 2011), le journaliste use de l'expression *“gangs de baltaqueyya”* comme équivalent de l'expression *“gangs de malfaiteurs”* tirée des faits divers qui signifient personnes procédant à *des activités illicites, recourant à la force*. Ce vocable renvoie à ceux loués par un homme politique contre ses adversaires. Ce qui est traduit dans l'article *“Belkhadem, ses adversaires et les “baltaquiya”* écrit par A. B (Liberté, 2012, p4). Le terme réunit le champ lexical suivant : *protestataires, les jeunes armés de couteaux et de gourdins, a loué des jeunes, à 5 000 DA par tête, passer la nuit au siège du parti, enfants soient exploités, jouent aux baltaquiya.*

L'expression *baltaquia* politique (nom suivi de l'adjectif politique utilisée par Louiza Hanoun candidate aux présidentielles algériennes 2014 dans sa campagne électorale), quant à elle, renvoie d'une part à la nature du régime *“C'est du totalitarisme, du baltaquia politique”* selon Kebir Karim (Liberté, 2014, p04) et d'autre part, à la mafia infiltrée dans le jeu politique, une mafia capable de faire un coup d'état plus réussi que le militaire. Kamel Daoud (Le Quotidien d'Oran, 2014) l'affirme en témoignant qu' *“Après le 17 et avec le 17 [les présidentielles], on a compris que l'argent a investi plus lourdement les alliances et la puissance et qu'un milliard vaut plus, pour faire un coup d'Etat, qu'un régiment et une brigade de blindés”*. Mustapha Hamaouche (liberté, 2011) associe à la baltaquia politique les baltaquia médiatiques. Il les juge trop subjectifs et partiaux ; ils communiquent des informations sans la moindre critique. Il affirme et ajoute que *“Les baltaquia politiques et médiatiques n'ont même pas cherché à éviter le piège que le ministère de l'Intérieur leur a étourdiment tendu ; ils ont repris ses chiffres sans même se prémunir de résoudre l'incohérence de la parole officielle. Comment, en effet, le ministère ose-t-il avancer un nombre de 250 manifestants et reconnaître, en même temps, en avoir arrêté – puis libéré – 300”*. En politique, le concept *baltaquia* a plusieurs particularités. Nous en citons quelques : d'abord les personnes activées par un homme politique (généralement un secrétaire général d'un parti) contre ses opposants, voire les redresseurs pour s'imposer dans

les élections (Aimeur Karim: 2013, p04). Ensuite ces mêmes personnes seront mobilisées et appelées dans les campagnes électorales. AGGAD Kaci (2012) leur attribue plusieurs distingueurs : forcer la main à un citoyen, intimidation, provocation, faire pression, régler différents, agression, bataille rangée... Faut-il noter que ces accusations peuvent être adressées à un acteur politique. En effet, écrit Arab Chih (2013), Benbitour ancien Chef de gouvernement accuse Louiza Hanoune d'une "baltagua" par rapport à sa position envers les événements des Ghardaïa.

Tout activiste activant contre un camp est considéré comme baltagui alors que ceux qui soutiennent un camp sont des ahali honorables.

2.3 Al ahali ou Al ahali honorables

Nous désignons par *Al ahali* (الاهالي), ou le plus souvent *الاهالي الشرفاء* [el a'ali'forafa], (en français, *les habitants honorables ou les habitants du quartier*), les non violents souvent les partisans. Ce terme utilisé par le système en place (l'armée) pour justifier leur acte de violence et de répression et pour montrer à l'opinion publique et internationale que se sont les citoyens (le peuple) qui sont contre ces manifestants. Ils devancent souvent l'armée et la police. Mario Guenard (Affrontements meurtriers au Caire, 2012) note que "Des échauffourées avaient alors éclaté entre manifestants et habitants du quartier, connus pour être pro-armée, faisant plus d'une dizaine de morts." Ils sont actionnés par les uns pour montrer le refus du peuple maître de pouvoir de ceux qui font de la *baltaga*. Nous donnons le nom *al ahali* à ceux qui soutiennent un camp. *Al ahali* serait synonyme de citoyen qui refuse que son quartier soit le théâtre de la violence ou d'un sit-in commis par des gens venant des régions les plus éloignées. Les deux forces n'ont pas de partisans ou des adhérents mais *Ahali* ou *ahali honorables*. Cela nous emmène à une question cruciale : quelle serait la place du président dans ces deux camps.

2.4 Tartour

Pour les uns, c'est l'armée qui tient le pouvoir et pour les autres c'est le Morchid qui dicte son programme. Il ne s'agit pas d'un président premier magistrat mais au contraire d'un *Tartour*. Le président en place ne garde du grade "président" que le nom. Les médias ainsi que les activistes appellent le président manipulé par les deux camps de *Tartour* pour la fragilité de son attelage, faiblesse des prérogatives et fébrilité de la personnalité. A l'origine, Tartour (Cf annexes 3 et 4) est un nom d'un personnage tiré d'un conte populaire intitulé "طرطور و الفلاح"

العجوز” (en français, *Tartour et le vieux fellah*). C’est l’histoire d’un Cheikh¹⁰ ayant une grande ferme et un champ à grande récolte. À cause de son âge, il était contraint de chercher un associé. Il trouva un appelé Tartour, jeune, fort et robuste. Pour les récoltes, les deux associés s’entendirent que Tartour prendrait la partie supérieure de la récolte. Ils décidèrent de semer les carottes. Lors de l’arrachage, Tartour ne récolta que le feuillage et le vieux vigilant s’empare des légumes. Tartour, se sentant humilié, décida de s’associer avec le vieux mais cette fois c’est lui qui prendrait la partie sous terre. Le vieux accepta. Il sema des fèves. Tartour stupide et bête n’eut que les racines et le vieux les plantes légumineuses. Si pour une personne avare, on dit “*avare comme Harpagon*” en référence à “*l’avare*” de Molière, pour un président nous dirons “*idiot comme Tartour*”, en référence à ce conte’. Lors du *printemps arabe*, les politiciens se servent de ce vocable comme une description ou un portrait moral d’un président installé. Ils partent du constat que tout est militarisé ou confrérisé. Il est employé dans des circonstances politiques opportunes désignant un président stupide, à compréhension lente, peu vigilant.

2.5 Comparse ou la stratégie d’emprunt

Pendant longtemps le mot *comparse* a été un vocabulaire spécifique à l’art, voire le cinéma ou le théâtre. Il correspond à un rôle muet souvent sans importance et insignifiant. Ce n’est qu’avec les vagues des revendications politiques et avec l’avènement de *printemps arabe* qu’il s’est converti à la politique. Le président occupe le plus haut poste d’état. C’est lui le chef politique, le premier magistrat qui veille au respect de la constitution mais lorsque nous le caractérisons par *comparse* nous désignons un chef d’état imposé et qui participe négativement à la gestion d’un état. Il est tel un bibelot, un petit objet décoratif ou une marionnette actionnée par des personnes cachées, invisibles souvent l’armée ou un clan. Un comparse est aussi synonyme d’une personne inconsciente « *Une personne endormie, réveillé par force pour être installée comme président. Et puisqu’elle a des principes elle accepte mais elle continue à dormir* », affirme Hassan Youcef (Cf vidéo n°1). Le vocable *comparse* correspond aussi, ajoute Nouri Nesrouche (El Watan, 2014,p31), à “*une majorité silencieuse qui ne peut plus se contenter du rôle de comparse et tient à reprendre son destin en main.*” ou affirme Bensouiah Azzeddine (Liberté, 2014,p02) à un clan activé pour servir un candidat et qui est en course d’un poste politique ou diplomatique “*bon nombre de cadres, notamment au sein du mouvement de redressement, ne veulent pas trop s’avancer et refusent de servir de comparses pour la consécration de leur ennemi d’hier.*”

¹⁰ Personnage sage, âgé, vigilant et qui a de l’expérience

Nous nous interrogeons sur le discours élaboré par ces deux forces visant à justifier leur politique fondée sur le clanisme. Le duel engagé entre ces deux forces a investi les mass médias.

2.6 Al Fankouch *Fankouch* فنكوش

Pour influencer et embrigader les personnes afin de soutenir et défendre un camp, tout est permis mensonges, accusations, hostilité, rumeurs... Nous appelons cela dans le discours politique la *propagande*. Le Grand Robert avance la définition suivante “*Action exercée sur l'opinion pour l'amener à avoir certaines idées politiques et sociales, à vouloir et soutenir une politique, un gouvernement, un représentant*”. Adolphe Hitler fondait un ministère de la Culture et de la Propagande et George Orwell évoque le *ministère de la pensée* dans son roman “1984” par lesquels ils véhiculaient leur doctrine et faisaient une influence sur l'opinion publique afin de soutenir leur politique. Ils activent tous moyens étatiques notamment la presse et l'enseignement.

Avec les vents du printemps arabe un autre terme équi

valent au terme propagande a émergé. Il s'agit de *Fenkouch*. Le terme *Fenkouch* [fankuʃ] (Hocine Youcef, *El fenkouch* (Cf vidéo n°02) est tiré d'un film égyptien dont le personnage principal est Adel Iman. Le héros fait la propagande d'une marchandise qui n'existe pas. Il a tellement peur que les gens découvrent son mensonge qu'il est allé solliciter une assistance d'un homme savant pour lui inventer une chose pour la présenter aux gens. Ce dernier lui invente un *fenkouch* (Cf vidéo n° 03): une sorte de gâteau préparé avec une matière qui les rend dans un état d'ivresse. Les gens le goûtent et le trouvent délicieux. Il les rend joyeux mais inconscient. Le *fenkouch* en politique signifie tout ce qui est mensonge et alibi pour destituer un président élu et pour justifier un coup d'état. Comme *fenkouch* (prétexte), il active un discours de mensonge : au nom du peuple source de pouvoir qu'il est au pouvoir et au nom du peuple aussi qu'il suit une carte de route et pour attaquer l'autre, il l'accuse d'être manipulé par *des mains étrangères*. Pour manœuvrer l'opinion publique, les journalistes sont *domptés*, ils ont un seul *fenkouch* (discours): c'est le régime en place qui est le sauveur. C'est le militaire qui est *le candidat de la situation*, répond Mohamed Hassanin Haykal et c'est lui qui serait le rempart contre toute ingérence étrangère et veillerait à la sécurité nationale. Le régime est capable des *fenkouch* considérés comme exploits, voire des miracles; il peut même inventer un appareil de traitement des maladies des siècles, le Sida par exemple. Le séropositif, en mangeant qu'une Kafta (boulette de viande) sera conquis, un *fankouch* inventé en Egypte.

Tout système a ses hommes qui le défendent. Une fois déchu, ils deviennent des hommes de l'ex régime. Nous avons les Naciri (en référence au président Djamel Abdel Nacer), les Nazis (en référence au régime de Hitler), ... Avec le *printemps arabe*, une autre appellation est née. Il s'agit de *Al Foloul*. Que signifie *Al Foloul* ? Et quels sont les points de divergence existant avec l'ancienne appellation ?

2.7 Al Foloul

En arabe classique, Le Nouveau Dictionnaire pour Etudiants (1984), *Al Foloul* (الفلول) pluriel de *fol* (الفل) *falla* (verbe) le sabre) signifie casser sa lame, c'est tout ce qui est tombé comme les étincelle du fer et du feu. S'agissant d'une personne, c'est la battue ou la vaincue.

Le mot foloul, et avec le *printemps arabe*, désigne les anciens d'un régime déchu qui sont installés dans le nouveau système et qui au nom de la révolution doivent comparaitre devant le tribunal et être écartés de la scène politique. *foloul* désigne ce qui reste d'un régime destitué, les résidus "Leurs candidats sont des *felouls* (résidus) de l'ex-régime qui ont infiltré les campus [...] pour s'imposer." (Delphine Minou, 2013). Il a plusieurs appellations : les caciques de l'ancien régime, le régime déchu *أزلام النظام*, les anciennes figures, Les nouveaux mobarakien... Passons maintenant au slogan mobilisé lors du *printemps arabe*.

2.8 Zanga zanga

Zanga (nom singulier), pluriel *zankat* (زنقات en arabe), d'origine arabe¹¹, précisément dialecte libyen. Il désigne un passage rétréci (ruelle) dans un quartier. Comme il peut correspondre à un problème dans l'appareil respiratoire, voire manque de respiration. Nous utilisons souvent ce terme surtout pour les marchés des femmes. Nous disons généralement (الزنقة الضيقة), en français une ruelle pour désigner un endroit où se rencontrent les femmes. Nous citons l'exemple *زنقة* (السنات en Egypte).

Avec l'avènement du *printemps arabe*, l'expression *zanga zanga* a été activée le 22 février 2011 dans le discours de président Libyen Mouammar Kadhafi (Cf vidéo n° 04) à son peuple. Pour exprimer sa décision d'éradiquer l'opposition, il s'exprime : « *zanga zanga*, empan empan, maison maison, partie partie » ...etc. Les révolutionnaires investissent dans cette formule et considèrent son discours comme creux et le prennent comme une forme d'ironie et de moquerie envers son peuple. Cette expression devient par la suite une expression qui fait un timbre risible pour la vie d'El-Kadhafi. Elle fait la UNE des réseaux sociaux. En effet, elle envahit l'art où

¹¹ Le dictionnaire قاموس المنجد p. 263.

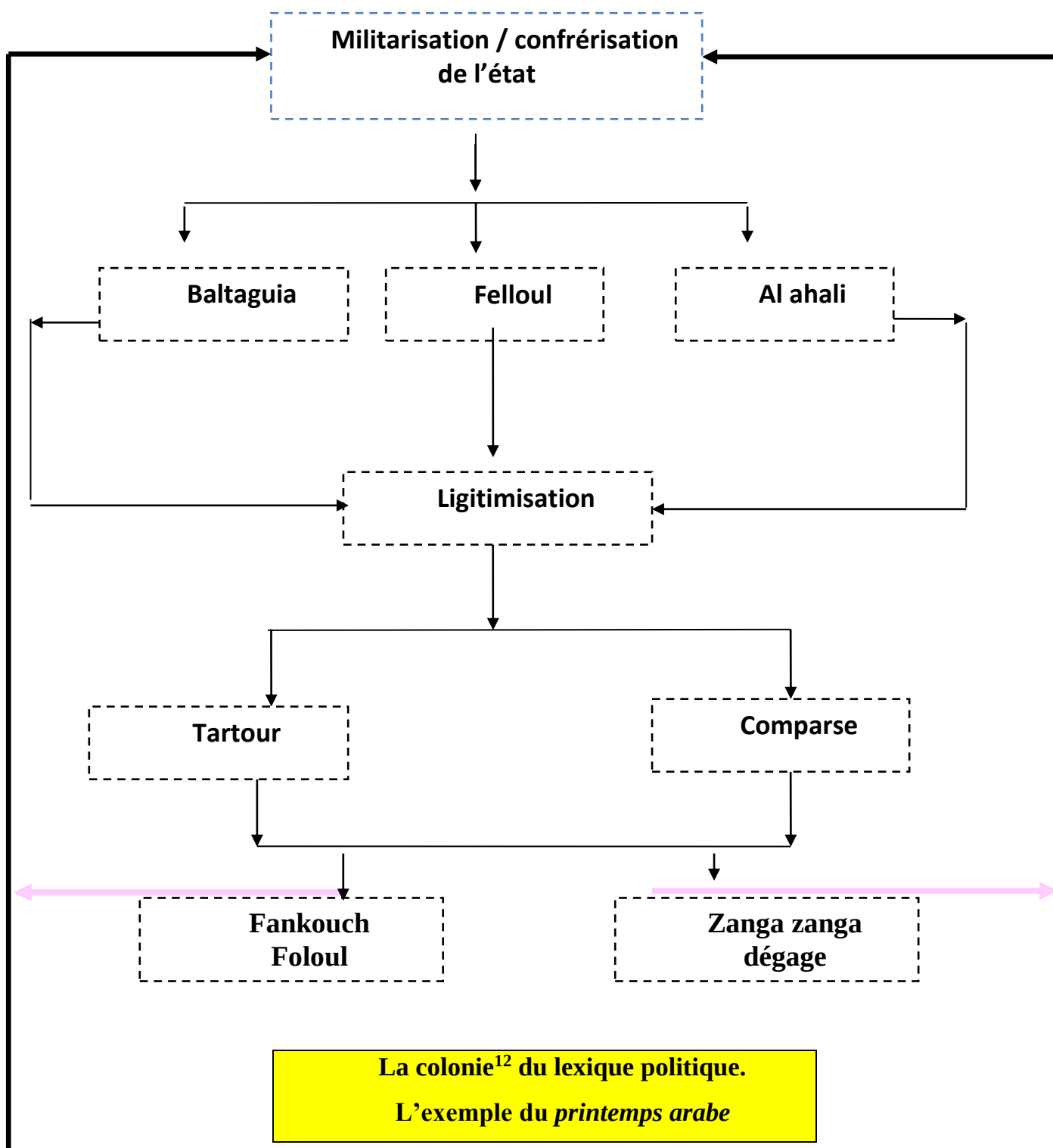
nous citons les opérateurs téléphoniques qui s'en servent comme sonneries de téléphone portable. Plusieurs groupes musicaux et jeunes chanteurs ont zanga zanga comme appellation. Cette dénomination devient, par ailleurs, un pseudo sur facebook et même un nom d'une cafétéria. Ensuite, elle passe pour un sujet d'humour que l'on voit quotidiennement à la télé (la chaîne télévisée algérienne El-cherrouk, le net (Facebook, Youtube), les caricatures et la radio). Sur les réseaux sociaux, on y trouve toute une page de zanga zanga où on expose les caricatures de Kadhafi, comme elle est un espace pour publier des blagues...L'expression « *zanga-zanga* » a eu sa place dans la musique. Lorsque nous cherchons dans le répertoire de la musique le Rai ou le Rap à titre d'exemple nous trouverons la présence et l'émergence de l'expression *zanga-zanga* sous forme d'une chanson attirante. Elle a été modifiée par la technique (techno musique) par le chanteur Israélien d'origine tunisien -Nourri Alouche- pendant la période de la guerre civile libyenne en 2011. En effet, elle s'est basée sur le discours de Mouammar Kadhafi. Cette expression fait partie du discours d'une campagne électorale, nous citons l'activation de *zanga zanga*) par Abdelmalek Sellal l'ex premier ministre algérien. Les chanteurs algériens Reda Taliani (Cf vidéo n° 05) et Cheba yamina (Cf vidéo n° 06) utilisent cette formule comme synonyme de "faire tout ou se sacrifier".

2.9 Dégage !

Ce qui caractérise le lexique relatif au *printemps arabe* c'est sans doute les verbes exercitifs (décider des actions à suivre). En effet, le slogan "dégage !" (en arabe, ارحل) est "un mot libérateur" confirme Ons Trabelsi (2014). Son usage traduit le caractère violent ou non violent de l'idée de part que le peuple est source de pouvoir. Nous dirions que "dégage" serait pris une émotion mi-violente dans la mesure où dans le sport, comme illustre journal Al Haddaf à la UNE, cette formule passe pour exprimer le mécontentement suite à une défaite humiliante. C'est une forme de dire : le temps de quitter est venu.



Nous proposons un le schéma du fonctionnement de ce lexique, ensuite proposer un équivalent et puis énumérer le lexique qui lui correspond (tableaux ci-dessous).



¹² Ensemble de mots appartenant à un domaine bien précis et qui s'introduisent dans un nouveau domaine (politique). La colonie est assimilée à un flux de mots représentant deux prétentions rivales mais forment une structure permettant la contribution à la formation d'un lexique commun.

2.10 Terminologie du lexique relatif au printemps arabe : terme, transcription et équivalent

Terme ou expression	transcription	Equivalent
الدولة المدنية	Dawla madania	Etat technocrate (civil) ni militaire ni à tendance religieuse
عسكرة الدولة	Militarisation	Militarisation
أخوة الدولة	Confrérisation	Confrérisation
الشرعنة	Légitimisation	Légitimisation
الفلول	folouf	Les anciens d'un régime déchu, Les anciennes figures, Les caciques de l'ancien régime
البلطجية	Baltagua	Opposants, voyous, mercenaires, hors la loi,
أهل الشرفاء	Ahali honorables	Partisans, patriotes, nationalistes, citoyens les habitants d'un quartier, les non violents
الطرطور // الكومبارس	Comparse /Tartour	Personnalité insignifiante d'un président
الفنكوش	Fankouch	La propagande, le grand mensonge
	Dawla madania	
Régime militaire	Militarisation	Petit état, l'exclusion, extrémisme, sauveur, militaire (général), Institution, caserne, règlement intérieur, tribunal militaire
Régime islamique	Confrérisation	Petit état, Confrérie, sauveur, extrémisme, clan, Morchid, obéissance et écoute, projet, l'exclusion
Légitimité, constitution	Légitimisation	
	folouf	Résidus, nouveaux mobarakien, anciens d'un régime
Opposant, détracteur	Baltagua	Regain à l'agressivité, violence, boycotter, redresseurs, contestateur, fitna, main étrangère, répression, mafia
partisan, adhérent, défenseur,	Ahali honorables	Les siens, les habitants d'un quartier
1er magistrat	Comparse /Tartour	
Propagande Campagne	Fankouch	

Nous venons de constater que de par le *printemps arabe*, nous sommes à l'affût de nouveaux mots. Le *printemps arabe* se caractérise non seulement par les moyens technologiques activés, en l'occurrence le facebook et le youtube mais aussi par sa nomenclature, une liste de mots "entrées", voire un nouveau vocabulaire politique. Nous avons essayé, dans ce chapitre, de déchiffrer les mots candidats à l'introduction dans le discours politique à travers les dicos. Ces postulants ont passé l'épreuve de l'usage et de fréquence qui est facteur de sélection. Le *printemps arabe* figurerait comme la piste ou le sujet de leur recrutement. Après l'épreuve de l'entretien oral représenté par les manifestations et écrit indiqué par les média, ils seront nommés et recrutés, voire même affectés. Le *printemps arabe* devient une forme d'enrichir et d'enter¹³ la langue. Nous sommes arrivés au constat suivant que le *printemps arabe* constitue un conflit qui a développé deux prétentions rivales, chacune marque un camp bien défini. En effet, les deux protagonistes sont représentés par l'armée et par la partie dite civile, voire musulmane. Les deux acteurs défendent non pas les idées mais les valeurs représentées par la lutte du bien contre le mal tant contesté et aussi d'ordre esthétique (qualité et défaut), intellectuel, (le vrai et la faux, cohérent, incohérent, réel irréel), pratique (l'utile, inutile) et religieux (bénédiction, châtement). C'est l'apparition d'un nouveau lexique subi d'un contact de deux forces et qui a consisté pour les deux forces en contraction à contribuer à la formation d'un lexique commun. Ce lexique est ensuite ponctué selon une organisation qui lui attribue une adresse, voire une signification. "*Le langage politique fonctionne comme langage qui affronte des prétentions rivales et qui contribue à la formation d'une décision commune. C'est donc un langage à la fois conflictuel et consensuel.*", affirme Paul Ricœur.

Aussi ce lexique, qui répondait à une sphère bien délimitée par la géographie, aurait son espace Schengen. De par sa fréquence, de par les moyens de communication : les réseaux sociaux, le Tv, videos youtube) comme équivalents du visa, il a pu circuler librement. Il n'aurait donc pas de frontières. Le lexique est né de contact de deux forces contigües. Par effet de contraction un lexique émerge pour décrire toute une sphère ainsi qu'une vie politique. Ce vocabulaire est là pour poncturer une situation politique. Nous entendons par ponctuer une phrase c'est lui donner un sens. Les signes typographiques activent une signification, ils traduisent ce que l'énonciateur ressent. Le lexique est aussi un signe de description d'un événement politique. Nous disons souvent à chaque époque ses hommes et je dirais aussi qu'à chaque époque son propre lexique. Ce lexique serait, je dirais, un lexique de violence plus qu'un

¹³ Mot utilisé par Du Bellay Joachim, *Défense de la langue française*, 1549 décrivant le fait de greffer le français par de nouveaux mots pour son enrichissement

lexique d'une honnête et légale concurrence. Cela s'explique par le fait que c'est la résultante d'une contraction de deux forces en lutte pour atteindre pouvoir. Un lexique né non pas d'une charte, d'une consultation, d'une constitution, d'un consensus, voire d'un dialogue mais d'une contraction de deux forces diamétralement opposées: On a le droit de parler de manifestations. Ils ont tous l'attribut de *baltaguia*. Les manifestations pacifistes sont un droit constitutionnel. Ils leur reprochent l'appellation *baltaguia* pour les accuser de violents, bellicistes, c'est-à-dire anticonstitutionnel. Alors on a le droit de les emprisonner, les mater, les disperser par force, voir se doter d'une légitimité internationale.

La remise en question de ce nouveau lexique relatif au *printemps arabe* a donné et donne lieu encore à la naissance d'un nouveau lexique jugé plus communicatif. Le chapitre présent s'occupera de discerner l'originalité de ce lexique utilisé. Plus précisément, il s'agit d'une étude sociolinguistique de trois vocables : fankouch, confrérisation et militarisation.

Chapitre 03

L'étude sociolinguistique de fankouch, confrérisation et militarisation

3.1. Les paramètres de la rétrovision des valeurs

Nous avons montré et démontré dans le chapitre précédent la naissance, le développement et l'adaptation du nouveau lexique relatif au *printemps arabe* aux discours médiatique et politique. Nous nous sommes appuyés essentiellement sur les trois paramètres correspondant à la production, à la circulation et à la réception du discours. Notre centre d'intérêt dans le chapitre présent s'attèlera, quant à lui, de déceler l'originalité de ce lexique utilisé. Plus précisément, décrire les procédés activés dans sa création morphosyntaxique ainsi que retracer sa cognoscibilité. De ce fait, nous tenterons, d'une part, de repérer le type de langue mobilisé dans le parler oranais et d'analyser son activation et son fonctionnement par et les médias et le public oranais, d'autre part. Guidés par le lexique étudié dans le chapitre précédent, nous nous focalisons sur les trois vocables suivants: fankouch, confrérisation et militarisation comme cas d'étude.

Partons d'une ventilation du mot fankouch. L'origine du lexème fankouch [fankuʃ] proviendrait du verbe فَكَّ qui signifie selon *Le Nouveau Dictionnaire* (édition en arabe) p.78 “اسْتَرْخَى وَضَعَفَ” (en français, se relâcher et s'affaiblir). S'agissant d'une personne, ajoute le même dictionnaire «حَمَقَ فِي اسْتِرْخَاءٍ وَضَعَفَتْ شَخْصِيَّتُهُ» (en français, une personne persistant dans son idiotie et de faible personnalité). C'est ce que nous avons démontré dans le chapitre précédent. L'acception du terme fankouch [fankuʃ] dans le contexte égyptien réfère, voir le chapitre précité, à un gâteau servant à endormir les gens. En effet, le vocable Fankouch est un plat, voire un casse-croûte, facile à préparer et vendu par les ambulants en Egypte. Cette même dénomination chez les Tunisiens renvoie à un gâteau facile à préparer ; c'est le petit pain ou casse-croûte. Évoquer le vocable *pain* correspond à tout ce qui est facile à y accéder. Une question se pose : quelle est la relation entre la notion de pain ou gâteau et la notion de fragilité, de la faiblesse, de l'idiotie? Dans notre discours quotidien, nous caractérisons un sujet d'examen facile ou une personne naïve par le vocable *pain* (en arabe *khobza* [xobza]). Nous disons, par exemple, qu'un sujet ou une personne est *khobza*, ou une situation par *raha khabza*, *sujet gâteau* pour caractériser respectivement que le sujet est à la portée de tout le monde et que la situation est favorable à agir ou à en profiter. Dans notre culture, la chose la plus facile et élémentaire qu'une femme peut cuisiner serait le fait de préparer du pain. Passons au sujet de l'action référant au *Khobza*, un *Khobziste*. Un *Khobziste* est une personne faible qui ne veut ou qui n'attend que le minimum pour survivre. En politique, il qualifierait une personne complice ou à intérêts, voire opportuniste. Dans le monde professionnel, ça désigne une personne occupant un poste d'une manière malhonnête, voire un attentiste. Il correspond aussi à celui qui n'a pas le droit de

rouspéter (en arabe dialectal un kassar, كسار), selon l'expression: *tout va bien* ou *les béni oui oui*. Dans notre parler quotidien, toutes ces caractérisations se convergent dans une acception particulière et péjorative. Notre recherche sur ce terme dans un contexte algérien a fait la surprise. Au vocable fankouch, nous associons deux morphèmes (formes) fréquents usités et utilisés dans le parler oranais et un troisième activé et caractérisant une classe sociale qui est les jeunes. Il s'agit de hankouch (en arabe, هنكوش), de hankouch (en arabe, حنكوش) et le troisième anouche (en arabe, انوش). Les deux premiers sont marqués par une variation phonique en position initiale tout en gardant le même signifié. En effet, ces trois vocables, s'associant au terme étudié ci-haut, circulent dans le parler oranais. Ils partagent la même acception : désigner le portrait moral, particulièrement les défauts. Nous avons constaté la circulation de deux termes usités à diverses variantes phonétiques et un troisième renvoyant au parler des jeunes (sociolecte de jeunes). Il s'agit de hankouch [hankuʃ] (en arabe هنكوش) et de hankouch [ħankuʃ] (en arabe حنكوش), deux vocables qui s'alternent phonétiquement. Quant au troisième Anouch (a) انوش [anuʃ], pluriel أنانش [ananiʃ], il décrit une classe sociale bien définie dans une époque bien déterminée.

Analysons les deux premiers dans une autre situation de discours et entourage affectif qui est l'oranais (l'ouest algérien). La vérification démontre qu'ils ont la même origine de par leur signification ou leur acception dans le discours quotidien. Essayons de passer à l'observation du terrain afin de discerner leur fonctionnement dans le parler oranais avec les variations phoniques. Les Oranais activent deux vocables qui sembleraient proches de fankouch avec une légère variation phonétique. Il s'agit de hankouch (en arabe هنكوش) et de hankouch (en arabe حنكوش). Ces deux vocables s'alternent avec celui activé en Egypte. Malgré les changements phoniques subis de par l'environnement un rapprochement s'est établi. Par rapprochement, nous dirions que les [ħ], [h] et [f] dans respectivement [ħankuʃ], [hankuʃ] et [fankuʃ] sont des allophones (d'autres variantes d'un seul phonème pour une seule signification.) Les trois sons ne sont pas pertinents dans la mesure où ils sont trois variantes d'un seul phonème.

Dans un premier temps, nous allons procéder à une signification des trois concepts pour en relever la *coïncidence* en fonction des paramètres d'analyse : classificateur et distingueur. Par classificateur, nous entendons la catégorie à laquelle il renvoie et par distingueur les caractéristiques et à partir de ces données, un tableau synthétisera. Nous partons de l'hypothèse que ces deux mots s'attachent et se joignent au fankouch et auraient comme même origine le verbe arabe relevé ci-haut. Quel en est la coïncidence?

Nous commencerons par la signification hankouch (هنكوش) dans un contexte algérien. En effet, Le terme hankouch (هنكوش) dans le parler oranais a une signification particulière. Il se manifeste dans la caractérisation d'une personne naïve et timide, voire une mesquine « *On dit hankouch pour quelqu'un qui est naïf ou trop gentil, qui fait pas de problèmes ou de mal, qui dit toujours : oui, un serviable hadah had rohah* » répondent des Oranais à qui nous avons posé la question sur social média. Passons à (hankouch (حنكوش). A l'analyse anthroponymique du mot hankouch : nom de famille. Nous connaissons tous l'ancien joueur et entraîneur et de Ghali de Mascara et de l'équipe nationale Med Hankouch. “*Pendant la colonisation, les français, et pour des raisons purement administratives imposent un état civil pour les autochtones, ils dénomment une personne de par plusieurs facteurs. Nous citons ses particularités morale ou physique et ses qualités (vertus ou défauts)*” cite Boumedini Belkacem (colloque, 2010). Il se pourrait que ce nom ait été attribué à une personne à caractère naïve. Ça désigne une personne très douce dans ses actes, ses intentions et son comportement et qui suscite la pitié ou le profit d'autrui. Ils (hankouch (هنكوش), hankouch (حنكوش) rejoignent le vocable fankouch pour signifier une personne naïve et faible.

Enfin, un autre vocable dérivant de la racine /N, CH/ [n ʃ] caractérise une classe sociale. Il s'agit de انوش; un lexème récurrent notamment chez les jeunes d'où des pseudos sur facebook qui y font surface. En effet, la force la plus visible chez notre jeunesse réside dans sa capacité de caractériser une action. Aujourd'hui nos jeunes ont un langage propre à eux. Tout ce qui est nouveau leur est apprécié. Ils sont plus sensibles à l'usage des nouveaux mots avec des légères déformations ou un usage des variantes. Cela leur permet, en effet, d'être originels sans se distinguer du groupe (champ de déséquilibre) et de sceller leur caractérisation par rapport aux autres générations, voire couches sociales (adultes). Le constat de cette force est perceptible par l'emploi d'un mot nouveau pour désigner une notion ou une idée bien déterminée. La fréquence de ce mot sac serait une forme d'accélération et de raccourcis; un mot qui réunit plusieurs attributs. Il est une description d'une fille idéale (jeune, charmante, douce, attirante, par ses gestes par sa façon de s'habiller, de parler ...). Une amie sur facebook a utilisé la mot anouch. En lui demandant la signification de ce mot, elle m'a répondu qu'il veut dire “beau gosse”. Nous observons ce mot circuler dans le discours quotidien comme une stratégie servant à entrer en contact avec une fille : une appellation d'une fille -généralement pour la première fois- et une forme de draguer.

Cette étude de la ventilation du syntagme “fankouch” a tenu à déterminer son adaptation morphologique et sa cognoscibilité par rapport à d'autres situations de discours et entourage

affectif. L'action a été mise sur sa cognoscibilité et sa morphologie. De par sa fréquence, le mot *fankouch* a pu envahir le cinéma et le discours journalistique. Il exprime une idée, voire une conviction. Nous avons résolu que les mots, à savoir [hankuʃ], [hankuʃ] et [fankuʃ] partagent la même signification: description morale d'une personne, généralement énoncer ses défauts. Quant à *anouch* (a), c'est une forme d'appréciation des jeunes. Nous dirions que chaque mot nous suggère une nouvelle image, voire une représentation. Pour caractériser une fille attirante, mignonne et agréable à contempler, les jeunes ont tendance à activer le vocable *anoucha* et ne pas mobiliser le mot *sexy* terme relatif à un contexte sexuel et érotique. Même *Costaud* est classique : il renvoie à une période bien déterminée quant à *anoucha* ça réfère à la jeunesse d'aujourd'hui, à leur conception des choses, voire à leur vision de la vie. La majorité des jeunes soutenus par le social média refusent l'ancien et optent pour le leur. *Sexy* ferait rupture tandis que *anouch* rassure. La création compte autant que l'ancien lexique sinon comment expliquer l'activation de ces termes dans le discours quotidien? Quel en est le secret? Il y a dans tout cela le paramètre de *made in* ou le qui fait quoi, être un sujet de la mode, mais surtout une volonté d'appartenir à leur cité et être moins dépendants des adultes. Chaque génération s'identifie et se démarque par son propre inventaire de mots qui la particularise des autres soit précédentes ou suivantes. C'est une stratégie de s'imposer et s'identifier. Un autre principe intervient, ce serait celui de faire rupture aux générations de non social média, s'exprimer au moyen des Tics. Pourtant, il ne faut pas étendre la rupture, lorsqu'on ne pense qu'à ça, on crée des conflits de générations et là personne ne comprend l'autre et la connexion sera faible sinon inexistante. Il ne faut pas chercher le nouveau et rejeter l'ancien mais voir derrière tout cet héritage. Il faut reculer pour sauter.

Après avoir analysé ces trois vocables, passons aux deux autres qui ont fait surface (fréquence): *militarisation* et *confrérisation*. Nous offrons une étude cognitive en tenant compte dans une certaine mesure de la constitution lexicale pour proposer une définition particulière et originelle, voire une représentation d'une notion ou d'une idée. En effet, nous distinguons deux vocables caractérisant la nature des régimes mis en place lors du printemps arabe. Il s'agit de deux camps diamétralement opposés; l'un représente une institution, l'autre une association, Pour mieux comprendre de quoi il s'agit, nous nous attacherons à décrypter leur classification ainsi que leurs particularités. Nous ferons une approche cognitive des deux vocables. Nous procéderons à l'organisation des connaissances lexicales en répondant au questionnaire suivant: comment ce lexique contribue-t-il à construire non pas une banque de mots ou un champ lexical relatif à un événement mais une valeur? Comment les *nouvelles classifications* sont-elles

un paramètre de cognoscibilité de ces deux vocables? En d'autres termes comment parvenir à les percevoir et à les saisir dans ce processus cognitif ?

Construire une valeur ou une représentation nécessite une rétrovision des valeurs c'est-à-dire les connaissances antérieures existant et cerner leur dimension cognitive en faisant appel à la mémoire individuelle et collective (culturelle et culturelle). C'est aussi mesurer leur épaisseur au niveau des distingueurs pour en relever les nuances de différenciation. Cela signifie distinguer les connaissances lexicales conditionnelles qui dépendent des paramètres bien définis et restreints. Selon ce parcours, nous devons passer par l'étape métacognitive: le stade de préconnaissance d'un concept, une procédure de soumission au contrôle. De ce fait, *militarisation de l'état* dans l'expression (عسكرة الدولة) se distingue cognitivement de celle de *régime militaire* (نظام عسكري). Le premier concept se rattache au *printemps arabe* et l'autre au système politique des années ante- *printemps arabe* (60et 70 et 80). Notre travail requiert aussi de classer le vocable *confrérisation* (أخوة الدولة) qui se distingue lui aussi cognitivement de *la république islamique* (en arabe : الجمهورية الإسلامية, aljomhuria Eslâmia) et du *régime islamique* (نظام اسلامي) (60et 70 et 80). Ils décrivent très bien le phénomène que l'on appelle en langage politique savant le type de régime. Les trois renvoient à un régime à caractère religieux (l'islam). Nous signalons que *l'état islamique*, autre les régimes cités, renvoie aussi à une organisation terroriste précisément ayant son armée multinationale qui s'active illégalement en usant la force (guerre et guérilla) pour installer une république islamique. Elle caractérise le post *printemps arabe*. Elle est donc exclue de notre étude.

Passons à *confrérisation*. C'est en effet, une véritable description d'une période bien déterminée qui est le *printemps arabe*. Le radical "frère" qui signifie membre a une acception purement islamique dans cet exemple. L'Islam considère que tous les liens entre musulmans doivent être pris comme relation entre frères. C'est dans ce parcours que le vocable *frère* ne correspond pas seulement, atteste le hadith, au frère de sang mais l'œil qui guide et qui ne trahit pas, qui n'opprime et qui ne trompe pas (en arabe,

”المؤمن أخو المؤمن، عينه ودليله لا يخونه ولا يظلمه ولا يغشاه، ولا يعده عدة فيخلفه“

De même, nous distinguons le préfixe |con| (Élément, du lat. *cum* qui veut dire «avec»), du suffixes |iser|qui signifie donner le caractère de, quant à |ation| qui sert à former des noms et à désigner l'action. Le tout propose la définition suivante : l'action de faire fonctionner un système suivant le modèle d'une confrérie. En politique ça donne : gouverner un état selon le règlement intérieur d'une association religieuse musulmane sunnite.

C'est aux sujets interprétant de mobiliser des outils favorables à proposer les équivalences, des interprétations tenant compte selon les expressions de Ducrot de la situation de discours et de

l'entourage affectif dans lesquels ces vocables sont nés et connus. Ce sont ces paramètres qui suggèrent des équivalences potentielles et effectives. *Militarisation* vocable à trois monèmes: on distingue le radical [militar] du lat. *militaris*, signifiant «soldat» et du suffixe [iser], qui sert à (donner le caractère de) et le suffixe [ation] qui aide à former des noms et qui désigne l'action. Le tout composé est synonyme de toute action qui prend le caractère d'une gestion à la militaire. *Militarisation de l'état* dans l'expression (عسكرة الدولة) se spécifie cognitivement de *régime militaire* (نظام عسكري). Si l'une renvoie au *printemps arabe* (généralement arriver au pouvoir par élection), l'autre caractérise les régimes installés lors des années 50, 60 et 70 suite à un coup d'état.

D'une manière précise, il s'agit de classifier ces deux vocables dont le fonctionnement s'explique par le fait de placer une institution ou un mouvement (clan) au pouvoir. Ces deux vocables sont donc à la fois des nouveaux concepts de par la démarche cognitive suivie (une institution ou un mouvement qui gère). Donner une définition, c'est d'abord, comme on a vu ci-dessus, présenter un classificateur et des distingueurs. On peut, assurément, dire que donner un sens précis c'est répertorier un nombre maximal de distingueurs c'est-à-dire de sèmes pour avoir une puissance d'informations. Selon ce parcours, des mécanismes ont lieu. D'abord, le paramètre de rétrovision des valeurs pour faire circonscrire les particularités de chaque concept. Enfin la mise à jour de ce concept suivant la situation de discours et l'entourage affectif.

Ce sont deux régimes à caractère militaire dont le fonctionnement diffère. L'un correspond à la gestion d'un pays à la militaire telle une caserne, pas de place à la constitution. L'autre gérer un pays par des militaires, consulter les militaires dans le choix d'un président. Ce régime véhicule une idéologie, socialisme par exemple.

Deux types de régimes nouvellement établis et attestés lors du *printemps arabe*. Il s'agit de deux types de régimes, relatifs à deux tendances, l'une islamique, l'autre militaire.

3.1 Le tableau des connaissances lexicales conditionnelles

Sème	À caractère militaire	Renversement	Gestion		Gestion à la caserne	Pas de constitution Même si ça existe	Notion du peuple		Gestion de l'état par les militaires	Institution qui gouverne	Les partis, associations, société civile, syndicats, organisations	<i>The big brother</i>
			Consulter l'armée	L'armée qui gère			citoyen	militaire				
Militarisation	+	+	-	+	+	-	-	+	+	+	-	+
Régime militaire	-/+	+/-	+	-	-	+	+	-	-/+	-	+	-

Nous arrivons à la définition suivante: par Militarisation, nous désignons gouvernance à caractère militaire installé suite (généralement) à un renversement militaire. L'armée gère tel une caserne : pas de constitution même si apparente. Un tribunal juge pour tout délit. C'est une institution (ou petit état) qui gouverne, pas de place pour la démocratie. Une sorte de *The Big Brother*. Les hauts postes sont gérés par les militaires. Militarisation et régime militaire ont tous les deux un caractère militaire, référence à une institution non à une religion. C'est une institution qui gère l'état. Militarisation veut dire gérer à la caserne : pas de place au peuple mais aux militaires d'où la comparution devant un tribunal militaire, pas de constitution mais des directives. Et Régime militaire s'applique à un régime à caractère militaire installé suite à un renversement. Pour la désignation d'un président, l'armée est consultée. Le président pourrait être militaire ou un civil. La constitution est là. Les postes clés, à savoir le ministère de l'intérieur, de la défense ou de l'extérieur sont gérés par les militaires. Il y a place pour les compétitions démocratiques, participation des partis politiques, associations, société civile.

Passons maintenant à décortiquer en quoi consistent les dénominations suivantes relatives à la tendance religieuse: Confrérisation, État islamique (a), État islamique (b)

Observons le tableau suivant :

Sème	Association qui gouverne	Type du régime	À tendance religieux, islamique	consulter		Tendance		Notion du peuple		Gouverneur	
				Constitution (la charia)	confrérie, (programme)	Sunnite	Chiite	les siens	Citoyen	Morchid Guide spirituel	président
Confrérisation	+	-	+	-	+	+	-	+	-	+	-
État islamique (a)	-	+	+	+	-	+ /-	+/-	-	+	-	+
État islamique (b)	Ø			Ø		Ø		Ø			

De ce tableau nous arrivons aux spécifications cognitives suivantes. Un état islamique renvoie à un type de régime à tendance religieuse qui a comme constitution la charia (le coran). Ce vocable s'astreint à développer une tendance religieuse adaptée à l'islam sunnite (Mauritanie) ou chiite (Iran). Le peuple est le citoyen. Place au président. La constitution dispose que l'Islam est la religion de l'état. Appliquer la charia (loi islamique, religion source de législation, référence juridique). Quant au concept *Confrérisation* et après soumission au contrôle nous sommes arrivés aux équivalences suivantes : Nous appelons *confrérisation* la désignation qui, dans une situation de discours bien définie, implique une association qui gouverne. Le vocable désigne un type de régime. C'est une association à tendance religieuse islamique sunnite ayant comme programme celui la confrérie. On ne consulte pas la constitution mais un Morchid. La notion de peuple renvoie aux siens ou à un clan. Il ne s'agit pas de président mais plutôt d'un Morchid.

Ainsi, Nous venons de déceler l'originalité de ce lexique utilisé. Plus précisément, décrire la langue mobilisée en se focalisant sur trois vocables: fankouch, confrérisation et militarisation comme cas d'étude. Concentrons- nous maintenant dans le chapitre suivant sur la mobilisation de ce vocabulaire dans le discours médiatique algérien.

PARTIE II

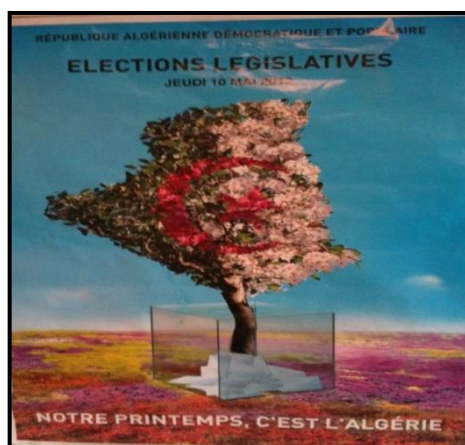
Les stratégies discursives dans ledit *"printemps algérien"*

Chapitre 1

La mécanique argumentative dans le *printemps algérien*

1.1 Le *printemps algérien* et le discours de changement

Le présent chapitre vise à expliquer et à expliciter le concept du *printemps algérien*. Les affiches de la campagne électorale, les articles journalistiques et les réseaux sociaux sont les lignes directrices à suivre durant notre réflexion. D'abord, nous signalons que plusieurs désignations ont été confiées à cette appellation. Nous citons la description ironique présentée par Berbiche Omar (2014 : p4) désignant le jeu de théâtre des acteurs politiques avant la candidature du président algérien Bouteflika aux élections présidentielles où les uns activent le discours de l'opposition et les autres celui du soutien dans un show médiatique pour que les deux camps s'entendent pour un consensus de soutien lors de sa candidature. Berbiche Omar (2014, p4) décrit ce coup dit "Théâtre de boulevard" en s'interrogeant "Un simple orage de printemps spécifiquement algérien ?" Ensuite la seconde désignation qui est notre choix d'étude renvoie à la campagne électorale du mai 2012 qui avait comme slogan opté par le ministère de l'intérieur algérien "Notre printemps, c'est l'Algérie".



La première lecture de l'affiche ci-dessus signale le caractère pacifique de l'action de changement. Elle constitue une forme d'appel à la culture de la non violence et au respect des voies constitutionnelles servant à parvenir au pouvoir. Partons des partis politiques, Amara Benyounes secrétaire général du parti MPA, attribue au *printemps algérien* une compétition politique qui contribue à installer le changement. Il lance un slogan de campagne électorale identique à celui du ministère de l'intérieur "Notre Printemps, c'est l'Algérie" (Ferhat Zafane, 2012). Pour lui, le *printemps algérien* est synonyme des procédures de changement pacifique situé dans un espace temps bien délimité. Il s'agit d'une période d'un mois de campagne où les candidats opèrent le changement par le vote significatif d'un acte de résistance civique, par l'action de proximité, par la participation massive aux élections, par le non à l'abstention et par

le quota de la femme d'où la présence des femmes comme candidates têtes de listes. Passons au niveau social, le *“printemps algérien”* rapporte le journal Le Matin dans *“Le "Printemps" des gardes communaux”* (R.N, 2012), correspond à tout mouvement de protestation pacifique traduit par des *“marches, sit-in et coordination”*. Une particularité dont régit le *printemps algérien* est observable dans son caractère pacifique. Si les partis politiques s'entendent que parvenir au pouvoir se réalise par la voix légale qui est le vote la société civile campe sur les revendications des droits constitutionnels au moyen des manifestations pacifiques. Deux stratégies qui démentent le discours de Clinton Hillary (Salem Ferdi, 2012, P5) qui énonce après l'assassinat de l'ambassade de USA en Lybie que *“Les peuples d'Egypte, de Libye, du Yémen et de la Tunisie n'ont pas trop troqué la tyrannie d'un dictateur pour la tyrannie des foules.”*

Pour collecter notre corpus, nous avons pris en photos 31 affiches (voir le CD) prélevés des panneaux réservés à la campagne électorale du 10 mai 2012 à Mascara et Oran. Nous avons réalisé tout d'abord une enquête sur le terrain en les photographiant dans les places publiques réservées à cet événement devant la grande mairie de Mascara et le stade Kacem Benlimem¹⁴ à Oran. Il s'agit plus particulièrement de ceux des partis les plus médiatisés et représentatifs ayant plus d'expérience dans les courses électorales et de représentativité exprimée par le nombre de sièges. En effet, tout programme d'un candidat ou d'un parti présenté pour les législatives se repose et se résume dans un slogan qui devrait fonctionner à un niveau satisfaisant de la conviction. La disjonction que traversent les pays arabes en 2012 atteint l'Algérie de plein fouet. En dépit des réformes jugées courageuses entreprises pour combattre le chômage et la crise de logement, l'écart entre gouverneur et gouverné prend de l'ampleur. Bachir Bennadji avance qu'avec l'avènement 2012 la politique est devenue une passion arabe, ce qui permet aux Algériens de devenir des politiciens et des politologues. Ils en discutent dans les rues, dans les places publiques et sur les réseaux sociaux. De part les années de silence et de la démocratie à l'arabe dus au système de gouvernance imposé, l'opinion publique serait devenue un simple perroquet qui parle sans la moindre critique. Toutefois le printemps s'annonce et le peuple, qui était muet, se voit le décideur qui propose et qui guide. Le journaliste affirme que *“toute la Tunisie s'est mise à la politique, toute la Tunisie s'est mise à la revendication. Bien sûr, un muet que l'on soigne et auquel on rend la parole ne se taira jamais, il veut récupérer toutes ces années de silence forcé, lui qui ne s'exprimait que par des gestes et des onomatopées.”* Cela nous fait penser à Gustave Flaubert qui manifestait sa haine et son mépris pour la société du XIX e, une société à deux mondes dans son roman *“Madame Bovary”* par l'image d'une petite vieille

¹⁴ Une aire de jeu mitoyenne de l'ancienne gare routière El Hamri, ORAN

femme venant recevoir une médaille et un prix en récompense de son demi-siècle de servitude dans une ferme. Dans sa compagnie des animaux, elle avait pris leur mutisme. L'auteur décrit que " *Dans la fréquentation des animaux, elle avait pris leur mutisme et leur placidité.*" Les difficultés dues à la crise de confiance ont accru la frustration accumulée qui s'est traduite par la volonté du boycott. C'est pourquoi le lectorat voit que les législatives sont insignifiantes. C'est ce qui remet en cause l'unité du pays. Le ministère de l'intérieur pour les législatives 2012 a opté pour le slogan "*Notre printemps, c'est l'Algérien*" et le public lui a répondu, écrit ironiquement Kada Benamar (2012, p2), par une simple opération de commutation "*Notre printemps, c'est la pomme de terre*"; une expression qui résume la démission du peuple de l'action politique.

Les élections législatives démontrent à quel point le défi est appelé lorsque l'avenir de l'Algérie est compromis. C'est au tour des candidats de cultiver la confiance et de relever le défi. Comment lever l'ambiguïté et y parvenir? Il faudrait leur parler en leur présentant un discours de réconciliation et de faire activer l'*intuition exacte* (Ducrot, 1980, p.8) pour séduire l'électorat. Parler à la masse au moyen des affiches, voire des slogans suscite des structures discursives servant à convaincre un public déçu et méfiant à la fois. Cela a stimulé notre curiosité de procéder à une étude sur le comment par un slogan aussi court et bref les acteurs communiquent un programme et par quels mécanismes le candidat, voire le parti, influence un public démissionnaire de la scène politique. Dans la politique, chaque parti faisait sa rentrée officielle pour les mérites des législatives du 10 mai par les slogans. La première lecture des affiches nous interpelle sur si les affiches sont au niveau du *printemps algérien*. En effet, les affiches sont généralement rectangulaires mesurant environ un mètre de longueur et 85 centimètres de largeur conditionnant le discours d'une campagne électorale. Pour chaque parti un emplacement disposé de même dimension, numéroté et tiré au sort. Pour le cas du *printemps algérien* 31 candidats se sont lancés en course. Dotée d'une forme officielle et légale, l'affiche est toujours peinte en blanc et encadrée en noir et fait partie d'un mécanisme mis en place légalement, voire constitutionnellement pour présenter les candidats et même le programme d'un parti. Elle est constituée de photos en couleurs, du slogan du parti ainsi que celui relatif à l'événement des législatives. Nous trouvons sous chaque photo d'un candidat son identité : nom, prénom, fonction ou le niveau intellectuel. Toutes les affiches se convergent dans le choix tricolore : rouge, blanc et vert, couleurs de l'emblème algérien comme un signe d'appartenance, d'engagement et de référence. L'affiche doit être mise en place suivant le règlement suivant: pas de place pour les dépassements, voire les affiches sauvages. C'est pourquoi des commissions de surveillance des élections se sont installées et même des observateurs étrangers représentant UE et la ligue arabe

sont appelés. Une amende est remise aux colleurs d'affiche sur les murs. Le journaliste Yacine Alim (El Watan, 2012) rapporte que *“Pour affichage sauvage, le représentant du Mouvement national d'espérance du Dr Hadeef a été verbalisé par la commission judiciaire de surveillance des élections législatives. Il doit verser une amende de 200 millions de Cts.”* Et c'est dans les places publiques réservées à ce sujet que les affiches sont mises pour annoncer les "courses au parlement". Tout le parti est mobilisé à cet effet par affichage, travail de proximité et meeting. Chaque parti devrait présenter et résumer au moyen d'une affiche son programme pour les mérites à venir. Nous mesurons donc la place confiée à l'affiche. Si nous procédons à une lecture personnelle de mouvance verticale le l'œil, la première lecture de ces affiches fixera une particularité quant à l'emplacement des candidats. Les uns prennent la forme de U où la tête de liste est le premier. Les autres rapprochent de la lettre arabe (ن) (le phonème [n]) où le point (.) représentant le candidat tête de liste comme c'est cas du RND. Dans certaines affiches, elles sont prises dans une forme de carte géographique de L'Algérie comme c'est le cas de PT. La



langue utilisée est l'arabe, l'amazigh et le français. Les deux premières langues sont nationales et la dernière est une langue vivante étrangère. Passons aux candidats, tout se porte sur le regard de face. Dès la première lecture, nous sommes en vivo que tous les candidats (les têtes de listes) sont cravatés synonyme de modernisme et de civilisation. L'affiche est donc devenue une partie prenante dans le système de communication d'un parti et de connexion candidat - électeur. Aujourd'hui, nous, en tant qu'électeurs, apprécions tous le rôle des affiches. Les couleurs, les photos, les slogans font augmenter la qualité de l'affiche. Une affiche bien travaillée conditionne la réussite d'une campagne. Les affiches doivent être disponibles sur le marché durant la période des campagnes pour faire passer un discours c'est à dire plaire et convaincre. Une affiche

comprend généralement le nom du parti suivi par les noms des candidats et ensuite vient le slogan. Nous mesurons ainsi la place du slogan et de l'image dans cette connexion. Les affiches disposent d'une notoriété particulière. Nous trouvons peu de mots, l'usage des couleurs rouge, blanche et verte, peu de décors, phrases nominales et photos des candidats.

Le slogan et la photo embrassent tous les deux la totalité de l'affiche électorale. Si le slogan se distingue comme formule concise, l'image traduit cette formule par couleurs et par la disposition des candidats. En réalité, le slogan et la photo s'unissent à tracer un seul objectif. Entre autre le slogan politique résume le programme d'un candidat et même l'idéologie d'un parti. Il passe pour une publicité électorale ou une forme de marketing électoral. Tout programme d'un candidat ou d'un parti politique est représenté dans un slogan. Ce dernier est utilisé lors des campagnes électorales comme instrument de communication directe avec le public. Par ailleurs sa fonction est de donner des réponses à des attentes ainsi que celui de proposer et de responsabiliser. Convaincre son auditoire demeure le seul objectif d'un candidat, voire d'un parti. Pour y parvenir, le locuteur active des stratégies discursives. En effet, l'usage des types de phrases, de temps et des modes, des procédures rhétoriques est permis. Nous essayerons dans notre travail de décrypter les affiches des candidats aux élections des législatives du jeudi 10 mai 2012 en Algérie. En effet, les slogans scandés et les affiches de campagne démontrent un nombre important de messages à destination des électeurs. Ils sont faits "soigneusement" et nous essayerons de déchiffrer comment ils se structurent et ce qu'ils véhiculent. Dans cette analyse, nous nous concentrerons sur les affiches des 31 candidats présentés dans la wilaya de Mascara et d'Oran. Les tableaux qui suivent exposent respectivement la liste des partis politiques participant aux élections du 10 mai 2012 et le résultat du tirage au sort pour l'affectation d'un numéro à chaque liste de candidature ; deux tableaux illustreront nos analyses qui suivront.

Liste des partis politiques participant aux élections du 10 mai 2012		
	Désignation	Sigle
01	Front de Libération Nationale	FLN
02	Parti NI pour la Solidarité et de Développement	PNSD
03	Parti du Renouveau Algérien	PRA
04	Front des Forces Socialistes	FFS
05	Parti Socialiste des Travailleurs	PST
06	Parti des Travailleurs	PT
07	Front National Démocratique	FND
08	Front Républicain Progressiste	PRP
09	Mouvement pour la Jeunesse et la Démocratie	MJD
10	Mouvement de l'Entente Nationale	MEN
11	Rassemblement Algérien	RA
12	Mouvement de la Nahda	MN
13	Rassemblement Patriotique Républicain	RPR
14	Harraket Moudjtema Essilm	HMS
15	Ahd 54	AHD 54
16	Front Nationale des Indépendants pour la Concorde	FNIC
17	Mouvement National pour la Nature et le Développement	MNND
18	Alliance Nationale Républicaine	ANR
19	Rassemblement National Démocratique	RND
20	Mouvement National d'Espérance	MNE
21	Mouvement Islah	M. Islah
22	Front National Algérien	FNA
23	Parti de Liberté et de la Justice	"P L J
24	Front National pour la Justice Sociale	FNJS
25	Front El Moustakbal	FM
26	Front de l'Algérie Nouvelle	FAN
27	Parti El Adala	El Adala*
28	Parti El Karama	El Karama
29	Front National pour les Libertés	FNL
30	Mouvement Populaire Algérien	MPA
31	Parti El Fedjr El Jadid	PFJ
32	Union des Forces Démocratiques et Sociales	El Ittihad
33	Front du Changement	FC
34	Mouvement des Citoyens Libres	MCL
35	Parti des Jeunes	PJ
36	Parti National Algérien	PNA
37	Parti des Jeunes Démocrates	PJD
38	Mouvement des Nationalistes Libres	MNL
39	Jil Jadid	Jil Jadid
40	Parti Patriotique Libre	PPL
41	Parti de l'Équité et de la Proclamation	PEP
42	Front de la Bonne Gouvernance	FBG
43	Parti Ennour El Djazairi	PED
44	Aliance (HMS. M Islah. MN)	ALLIANCES

NATION, HORIZONS • Mardi 17 Avril 2012. p.3

La conception sémantique d'un slogan conçu pour cet événement repose sur des thèmes visant à édifier un état de droit et de justice. Une lecture rapide dévoile que les mots thèmes de cette campagne 2012 serait au nombre de deux: L'Algérie et le renouveau. De ces deux substantifs, nous aurons l'idée explicitée à partir des affiches résumée dans les phrases suivantes : le demain de l'Algérie est compromis, la jeunesse algérienne veut le changement, ou bien l'Algérie interpelle toute sa jeunesse pour le renouveau.

Résultat du tirage au sort pour l'affectation d'un numéro à chaque liste de candidatures

Le tirage au sort pour l'affectation à chaque liste électorale d'un numéro qui sera porté sur le bulletin de vote a été organisé hier à Alger. Les numéros ont été affectés comme suit :

- Le Rassemblement algérien (RA)	N° 10	- L'Alliance nationale républicaine (ANR)	N° 42
- Le Mouvement populaire algérien (MPA)	N° 24	- Le Parti Jil Jadid (PJJ)	N° 32
- Le Parti Ennour El-Djazairi (PED)	N° 11	- Le Parti des jeunes (PJ)	N° 31
- Le Mouvement En-Nahda (MN)	N° 34	- Le Parti du renouveau algérien (PRA)	N° 29
- Le Parti socialiste des travailleurs (PST)	N° 12	- Le Parti de la liberté et de la justice (PLJ)	N° 01
- AHD 54	N° 33	- L'Union des forces démocratiques et sociales El-Ittihad (UFDS)	N° 07
- Le Mouvement El-Infatih (ME ex MNJA)	N° 43	- Le Parti des travailleurs (PT)	N° 44
- Le Front El-Moustakbal (FM)	N° 06	- L'Alliance «L'Algérie verte»	N° 40
- Le Front de la justice et du développement (El-ADALA)	N° 18	- Le Parti El-Karama	N° 35
- Le Front national pour la justice sociale (FNJS)	N° 09	- Le Front national des indépendants pour la concorde (FNIC)	N° 02
- Le Mouvement des citoyens libres (MCL)	N° 28	- Le Mouvement Islah (MI)	N° 36
- Le Parti républicain progressiste (PRP)	N° 30	- Le Rassemblement national démocratique (RND)	N° 23
- Le Front du changement (FC)	N° 14	- Le Mouvement national pour la nature et le développement (MNND)	N° 45
- Le Front national pour les libertés (FNL)	N° 27	- Le Front national démocratique (FND)	N° 41
- Le Parti du Front de libération nationale (FLN)	N° 05	- Le Mouvement des nationalistes libres (MNL)	N° 25
- Le Mouvement de l'entente nationale (MEN)	N° 39	- Le Mouvement pour la jeunesse et la démocratie (MJD)	N° 19
- Le Mouvement de la société pour la paix (MSP)	N° 26	- Le Parti national pour la solidarité et le développement (PNSD)	N° 08
- Le Parti patriotique libre (PPL)	N° 04	- Le Mouvement national de l'espérance (MNE)	N° 21
- Le Parti national algérien (PNA)	N° 13	- Le Parti El-Fedjr El-Jadid (PFJ)	N° 16
- Le Parti de l'équité et de la proclamation (PEP)	N° 15	- Le Front de l'Algérie nouvelle (FAN)	N° 22
- Le Front de la bonne gouvernance (FBG)	N° 20	- Le Rassemblement patriotique républicain (RPR)	N° 03
		- Le Front des forces socialistes (FFS)	N° 17
		- Le Front national algérien (FNA)	N° 38
		- Le Parti des jeunes démocrates (PJD)	N° 37

1.2 L'acception du concept “slogan”

Assurément, le slogan fait la UNE de toutes les disciplines et les secteurs : santé, code de la route, éducation, manifestations, publicité, sport (*fair play*)... Nous nous y sommes attachés à identifier pourquoi le recours à ce signifiant et de quel pouvoir il se dote pour séduire et convaincre les électeurs. S'agissant d'un slogan politique pour une campagne électorale, quelle (s) stratégie (s) d'écriture affiche-t-il? Pour le lectorat, l'affiche constitue une image qu'un parti

donne de lui-même. Elle sert essentiellement à séduire et à persuader par la mise en scène de moyens interpellant les trois axes d'argumentation : pathos, logos et ethos. Par extension, l'éthos est l'image que présente le locuteur à son auditoire. Pour y parvenir, il use du *logos*, qui signifie le discours qui contribue à attirer l'attention de l'auditoire. Alors il doit toucher la sensibilité des lectorats (ses désirs, ses passions, ses émotions...), c'est ce que nous appelons le *pathos*. En suivant le schéma de communication de Jakobson, l'*ethos* le *pathos* et le *logos* seraient respectivement l'émetteur, le récepteur et le message. Observons les slogans mobilisés dans les élections des législatives 2012.

Listes et slogans des partis politiques participant aux élections du 10 mai		
Désignation	Sigle	slogan
Front de Libération Nationale	FLN	Pour la fidélité à la patrie, votez Front de Libération Nationale
Parti National pour la Solidarité et de Développement	PNSD	De la solidarité renaît l'espoir
Parti du Renouveau Algérien	PRA	Pour une nouvelle Algérie
Front des Forces Socialistes	FFS	L'honnêteté et la crédibilité
Parti Socialiste des Travailleurs	PST	Pas de slogan
Parti des Travailleurs	PT	44 pour la rupture! Votez Parti des Travailleurs !
Front National Démocratique	FND	Pour le respect de la dignité du citoyen
Front Républicain Progressiste	PRP	
Mouvement pour la Jeunesse et la Démocratie	MJD	L'avenir de l'Algérie entre vos mains, vous les jeunes, l'Algérie vous appelle. L'Algérie avant tout
Mouvement de l'Entente Nationale	MEN	Pas de slogan
Rassemblement Algérien	RA	Pour bâtir un état algérien dans la cadre de la justice et de l'équité. Pour la première fois un candidat parmi vous et pour vous
Mouvement de la Nahda	MN	Pas de slogan
Rassemblement Patriotique Républicain	RPR	Ensemble pour réaliser la justice et la justice sociale
Harraket Moudjtema Essilm	HMS	Pas de slogan
Ahd 54	AHD 54	Pas de slogan
Front Nationale des Indépendants pour la Concorde	FNIC	Semer les graines de la réconciliation par la science et le travail
Mouvement National pour la Nature et le Développement	MNND	Pas de slogan
Alliance Nationale Républicaine	ANR	De façon constante, nous parvenons au changement
Rassemblement National Démocratique	RND	Ensemble, réconfortons la cohésion nationale et bâtissons un avenir commun prospère bon
Mouvement National	MNE	L'Algérie mon amour

d'Espérance		
Mouvement Islah	M. Islah	Pas de slogan
Front National Algérien	FNA	Oui pour l'autorité du peuple.
Parti de Liberté et de la Justice	P L J	Le changement par l'acte ...non par le verbe
Front National pour la Justice Sociale	FNJS	Pas de slogan
Front El Moustakbal	FM	Pas de slogan
Front de l'Algérie Nouvelle	FAN	Vote pour le nouveau
Parti El Adala	El Adala	Nous sommes tous avec Abdellah Djebballah
Parti El Karama	El Karama	Avec vous, Algérie
Front National pour les Libertés	FNL	Pas de slogan
Mouvement Populaire Algérien	MPA	Notre Printemps algérien
Parti El Fedjr El Jadid	PFJ	Soyons à la grandeur de ce peuple
Union des Forces Démocratiques et Sociales	El Ittihad	Le changement est une obligation nationale
Front du Changement	FC	Le peuple veut le changement
Mouvement des Citoyens Libres	MCL	Le changement par la jeunesse et pour la jeunesse
Parti des jeunes	PJ	Pas de slogan
Parti National Algérien	PNA	Pas de slogan
Parti des Jeunes Démocrates	PJD	Pas de slogan
Mouvement des Nationalistes Libres	MNL	Nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas mais plutôt nous tenons paroles
Jil Djadid	Jil Djadid	Pas de slogan
Parti Patriotique Libre	PPL	Engagement pour le développement et votre confiance sera tenue
Parti de l'Équité et de la proclamation	PEP	Pas de slogan
Front de la Bonne Gouvernance	FBG	La franchise et la crédibilité
Alliance (HMS. M Islah. MN)	ALLIANCES	Le peuple veut le changement

D'abord et avant de poursuivre cette exploration, nous jugeons utile de voir en quoi consiste un énoncé appelé *slogan*. Une présentation des définitions s'impose. Les dictionnaires Hachette et Le Grand Robert s'entendent pour avancer que le mot "slogan" est d'origine anglaise, exactement au Gaélique connu aujourd'hui par l'Ecosse. En effet, il remonte à langue écossaise gaélique, une famille de langue celtique. Selon le Dictionnaire Grand Robert, le slogan désigne en langue écossaise "*cri d'un clan*", du gaélique *sluagh* "troupe", et *gairm*, "*cri*". Les Ecossais se servent de ces cris de guerre appelés aussi cri d'armes. Ce sont des anciennes exclamations et hurlements guerriers, voire des chants ou des clameurs conçus en phrase courte souvent deux mots -sujet et prédicat- sous forme de rite. On procure aux guerriers des armes et on leur apprend de cris signes d'appartenance, d'union, de fidélité et de dépendance à la fois. Les Ecossais scandaient ce chant au commencement, en plein et après combat par un chef ou unanimement. Les slogans étaient jadis une arme de guerre et faisaient partie de l'uniforme. Les guerriers les scandent pour se munir de plus de la force, de l'énergie et de l'union quoiqu'on ignore leur signification. A vrai dire, il produit un effet que l'on attend. Ces clameurs avaient, d'une part, un caractère politique. Leur objectif était d'animer les soldats, d'exciter et d'enflammer leur courage, voire de rallier les troupes et, d'autre part, avait un caractère religieux dans la mesure où on implorait la divinité et on marquait sa fidélité au roi : "*In My Defens God Me Defend*" (signifie en français, dans ma défense Dieu me défend) et "*In deffens*" qui correspond à (Pour ma défense). En plus des deux références citées ci-haut, TLF (1992, vol. 15, pp. 561-562) ajoute que le slogan désigne une formule courte, facile à apprendre ayant un effet. Il désignait avant 1933 la devise commerciale (Dictionnaire Grand Robert): une petite phrase gravée sur la monnaie. *Liberté, Égalité, Fraternité* représentant la devise de la République Française. Toutefois, dès cette date, il a pris un autre ressort, extension ou dimension aux formules de propagande politique et devient un moyen de diffusion d'un programme d'un parti et un instrument de communication avec la masse. C'est par le biais de l'Angleterre, que le terme "slogan" s'est réellement embarqué en France. Vers 1933, quoiqu'il garde sa valeur politique, il prenait une autre signification (se) et une autre extension ; il s'agit d'une acception purement commerciale. Ainsi et contrairement à l'Angleterre où le slogan a passé de la politique à la publicité, en France il a connu la publicité avant de conquérir la politique où il devient une image de marque pour chaque campagne électorale, écrit M. Galliot (Essai sur la langue de la réclame contemporaine, p. 521). "*C'est sous l'influence de cette formule et de l'exemple américain que le terme « slogan » fait son entrée avec une acception strictement commerciale et publicitaire. Ensuite, dans les années 30, il acquiert un sens politique, quand la propagande de type fasciste n'hésite pas à recourir aux techniques de la publicité*", ajoute Navarro Domínguez Fernando (2005 :p266).

Aujourd'hui, il conquiert tous les domaines, sport, santé, manifestations...etc. En Algérie, dès le début du 20^eS, il désignait le mot d'ordre des partis politiques et des associations. Nous citons le mot d'ordre du mouvement de l'Association des Oulémas Musulmans Algériens, par exemple était " *L'arabe est ma langue, l'Algérie est mon pays, l'islam est ma religion.*"

Le slogan, qui a des traits pertinents qui le différencient des proverbes ou autres, la maxime par exemple, correspond à une phrase ou expression courte et brève de deux, trois mots ou une petite expression souvent nominale. Une forme déterminée qui exprime une idée, vivante et qui retient l'attention. Toutes ces formules sont anonymes où ni le destinataire ni les destinataires (au pluriel) ne sont mentionnés. On peut suggérer le destinataire comme source collective, en l'occurrence une institution, une organisation, une association, une autorité, ou bien un parti politique et les destinataires le lectorat. Une formule servant à inciter à réagir et à faire une action. On cherche à gagner l'esprit à certaines idées politiques en s'appuyant sur un savoir commun ou un intérêt public. Entre slogan et proverbe des similitudes s'imposent. Nous trouvons toutefois une distinction. En effet, l'un et l'autre sont concis, frappants, mémoriaux. Nous trouvons dans les deux procédés stylistiques une structure binaire, la rhétorique, l'assonance et la rime. Le premier s'utilise dans un facteur espace temps bien déterminé qui est une campagne électorale, à titre d'exemple, alors que l'autre se caractérise par sa dureté et sa permanence. Le slogan est une réalité immédiate alors que l'autre est un énoncé autonome qui dure. Le slogan émane d'une institution, une organisation, l'autre pourrait provenir un homme sage, âgé et expérimenté. Le slogan politique a à la fois une fonction séductrice et persuasive. Néanmoins, A. Maurois, signale que le slogan pourrait avoir un *goût dangereux*. Le lectorat ne doit pas donc se fier au slogan qui pourrait être agressif ou violent et les slogans racistes n'en manquent pas. Un parti peut, au moyen d'un slogan, véhiculer une idéologie et diffuser des idées racistes fondées la couleur, la race, la religion, l'appartenance géographique, le niveau social... Concentrons-nous maintenant sur la particularité des slogans dans une campagne électorale

1.3 L’affiche publicitaire comme stratégie de communication et d’argumentation

Le slogan excite donc le courage des hommes. Il charme par son effet poétique et expressif. Cela nous fait penser à une femme. En politique, il a un effet sur l'opinion. Il véhicule les idées et l'idéologie politiques. Il est une forme de propagande politique. Prenons l'exemple du slogan de la révolution agraire en Algérie “الأرض لمن يخدمها” (en français, la terre à celui qui la travaille) proclamé par l’ancien président algérien Houari Boumediene du 1965 au 1978. Cette formule brève constituée d’un sujet et un prédicat régit d'un rythme interne et frappant qui retient l'attention et qui a un but incitatif et exhortatif. Il adresse un appel aux paysans algériens à travailler la terre lors de sa nationalisation. *“Les slogans de campagne électorale sont des stratégies verbales qui exercent souvent une influence subreptice sur l’électeur”*¹⁵. L'objectif d'un candidat, voire d'un parti est de faire passer une vision. Cela nous emmène à s’interroger sur les stratégies discursives qu’il suit pour séduire l’auditoire, d’une part, et de le faire fier à celui qui va conduire la politique du pays pendant les cinq années, soit un mandat de gouvernance, d’autre part. En effet, un slogan politique ou un slogan de campagne constitue l’une des stratégies de communication. Il est partie prenante d'un marketing électoral. Les slogans scandés et les affiches de campagne dans respectivement *le printemps arabe* et *le printemps algérien* traduisent un nombre important de messages à destination des électeurs. Delà, nous essayerons de déchiffrer comment ils se structurent et ce qu’ils véhiculent. A la fin de chaque analyse, nous tenterons de conclure en donnant la particularité de chaque affiche pour enfin déterminer leur complémentarité.

Dans cette analyse, nous nous focalisons sur les affiches des partis les plus médiatisés. Ils sont classés selon l’ordre parvenu du tirage au sort pour lever tout signe partisan. Chaque poster doit se conformer et correspondre aux dispositions de la loi relative au déroulement de la campagne électorale. Une campagne électorale ne peut fonctionner seule. Elle a besoin de mécanismes qui l’actualisent et sûrement d’un ensemble de règles et de structures qui la gèrent pour son propre bien et pour le bien de l’électorat. L’affiche électorale ainsi que les tracts ou les meetings constituent un instrument engagé de façon à répondre à l’attente d’un public. Bref il est une forme de communication. Notre travail se situe au cœur de ce questionnement: comment fonctionne l’affiche publicitaire? Répond-elle aux exigences des circonstances que vit l’Algérie? Quelles sont stratégies activées pour être plus influentes et influençables? L’affiche publicitaire a

¹⁵ Disponible sur : <http://blogs.rue89.nouvelobs.com/rhetoriques-2012/2012/04/19/presidentielle-les-slogans-des-candidats-decryptes-227234>

une durée de vie qui est la campagne électorale généralement 30 jours. Elle est destinée à un public bien délimité et défini qui est les électeurs. Néanmoins il est nécessaire de signaler que les stratégies de séduction et de conviction varient d'un patri à l'autre. L'arabe n'est pas la seule langue présente dans les affiches, elle est concurrencée par bien d'autres langues. Notre chapitre se situe au centre de ce questionnement. Nous pouvons constater d'après le modèle des affiches que les slogans ne sont plus immuables puisqu'ils varient d'une campagne à une autre et les présidentielles ne sont pas les municipales ou les APW. En effet, le linguistique Ferdinand de Saussure l'a déjà signalé dans son *"cours de linguistique général"*, « *l'immobilité absolue n'existe pas* » et que « *le fleuve de la langue coule sans interruption* ». En réalité, il y a une filiation profonde entre les deux processus, entre ce qui est slogan et ce qui est photo, les deux notions s'engendrent l'une de l'autre. Nous essayerons d'étudier l'affiche par rapport aux visions et aux pensées de ses pratiquants et de ses locuteurs en tant que sujet dans le langage qui peut caractériser l'origine ethnique, la profession, le niveau de vie ou une appartenance géographique ou à une classe sociale donnée. Nous nous engageons et nous nous impliquons sur les observations des pratiques langagières assises sur des normes réparties à ces « 5w » Who, What, Why, When, Where (qui, quoi, pourquoi, quand, où). A signaler que les slogans étaient les mêmes pour chaque parti même la ville est différente. Notre démarche est empirique dans la mesure où elle se base essentiellement sur la description et l'analyse de données relevées des affiches, il s'agit de 31 affiches publicitaires de candidature.

Ainsi, nous sommes partis de l'hypothèse selon laquelle l'affiche est source non seulement de contact mais également de rapport complexe, celui d'influencer. Notre travail se subdivise en deux points. Le premier portera sur le repérage des concepts récurrents et le second sera axé sur l'analyse des représentations des affiches. Il est à noter tout d'abord que notre analyse portera essentiellement sur les affiches photographiées (Cf CD, fichier des affiches électorales législatives 2012) et qu'elle ne prend pas en compte les tracts qui portent d'autres slogans. Par ailleurs, le public de cette enquête est constitué d'une population bien délimitée. Il s'agit des électeurs âgés de 18 ans et plus. L'objectif est d'étudier les stratégies langagières activées dans une affiche électorale qui englobent : les concepts récurrents, le phénomène de la séduction et de la conviction. Pour faire extraire les stratégies, notre étude se focalise sur 31 affiches. Afin d'analyser les données recueillies, nous suivrons la méthodologie préconisée dans les analyses sociolinguistiques, une méthode qui nécessite, d'abord, un dépouillement des affiches en présentant les slogans de chaque parti et, ensuite, l'analyse de cette connexion affiche-société-électeur.

1.4 L'analyse et interprétations du corpus

Dans les paragraphes qui suivent nous allons tenter d'analyser le corpus recueilli afin de voir de plus près le fonctionnement des affiches d'une façon particulière. C'est pour cela, nous allons revenir un peu en arrière où nous essayerons de vérifier le degré de certitude de nos premières hypothèses: l'affiche est un pont de connexion entre candidats et électeurs. Le programme se résume dans une affiche. Nous avons décidé, mon encadreur et moi, d'analyser les phénomènes les plus récurrents dans ce type de discours: l'image et le slogan puis leur complémentarité. Les couleurs dans notre corpus sont d'un nombre peu important, puisque tous les candidats ont opté pour trois couleurs dominantes qui sont le blanc, le vert, et le rouge, évidemment trois couleurs de l'emblème national.

Avant cela, nous dirions que les slogans des partis politiques de Mascara sont identiques à ceux d'Oran. Ce qui indique l'option de chaque parti pour un seul slogan. Il faut savoir qu'il y a des partis sans slogans qui se focalisent totalement sur l'expression : votez + le n° (ou que le n°), à l'instar de du MEN et du FNJS, FM, PNSD. D'autres activent les deux, l'un de parti politique et l'autre destiné pour l'événement de campagne électorale, à l'instar du MNL et MJD qui ont respectivement comme slogan du parti et de l'événement *l'Algérie avant tout* et *l'avenir de l'Algérie entre vos mains, vous les jeunes, l'Algérie vous appelle*. Il en est de même pour parti EL KARAME qui a le slogan du parti (*science, travail, justice*) et celui de la campagne (*Avec toi, l'Algérie*). Il opte pour un slogan sous forme de chanson sportive, *Avec toi, l'Algérie*. Le parti RND a le slogan le plus long ! (*Ensemble, reconstruisons la cohésion nationale et bâtissons un avenir commun et prospère*). Le parti FAN, quand à lui, présente une affiche en noir et blanc et le slogan portant un tutoiement (*Vote pour le nouveau*). Le parti PPL serait un parti régionaliste en se focalisant sur la ville de Mascara (*Engagement pour le développement de Mascara et votre confiance sera tenue*). Ce dernier, contrairement à tous les partis, n'a affiché que six candidats et sans profession. Le PT opte pour la phrase exclamative (*44 pour la rupture ! et Votez Parti des Travailleurs !*). Des partis indiquent leurs adresses électroniques et leurs sites, à l'instar du PLJ (www.plj.dz.com), (pljalger@hotmail.com). Voyons le FBG, il opte pour un slogan identique au logos d'un journal à forte lectorat en Algérie. Il s'agit du logos du journal El Khabar : *Franchise et crédibilité*. Enfin, pour la langue, nous citons trois langues mobilisées : le parti PFJ (que l'arabe), le Rnd (français, arabe), pour PT, et l'arabe et le français et l'amazigh. A noter qu'aucuns n'activent le dialecte. A Oran, nous signalons la participation de quatre partis indépendants: il s'agit de la liste indépendante d'EL AMANA (الامانة), LA FEMME ET LA JEUNESSE (المرأة و الشباب), EL NADJEMA (النجمة) et EL MACHAAL (المشعل). Nous avons

remarqué lors de la lecture qu'un bon nombre de phrases est affirmatif et actif : une forme de la volonté des candidats, futurs décideurs d'être plus actives et à l'écoute. Nous avons décidé de les analyser avant de passer aux phénomènes les plus récurrents dans notre corpus.

Chapitre 2

La polyphonie argumentative dans les slogans activés dans les législatives 2012

Le présent chapitre entend contribuer à une analyse menée sur la notion de la polyphonie argumentative dans le discours politique, cas des élections législatives algérienne 2012. Nous tenterons de donner une orientation polyphonique à ce type de discours et voir comment se viabilisent les stratégies discursives relatives au printemps arabe dans un tel événement. Par viabiliser un mot ou une expression, nous voulons dire les rendre compatibles à une autre situation de discours et aptes à exprimer un point de vue et à convaincre dans un autre espace temps. L'approche se veut sur la conception énonciative du sens et se porte sur un corpus composé de 29 slogans engagées dans la course citée ci-haut. Nous nous référons régulièrement, durant notre analyse, aux travaux menés par Ducrot Oswald (1980) et Franckel Jean-Jacques (1998), dans respectivement "*Les mots du discours*" et "*Référence, référentiation, et valeurs référentielles*". Selon eux, la conception de sens, en plus de l'énoncé, dépend d'autres (en)(je)ux. Les significations au moyen de la polyphonie sont définies par les paramètres suivants: le présupposé, le posé, les enchaînements (Ducrot) ou Référence, référentiation, et valeurs référentielles (Franckel). Ces concepts, qui connaissent le caractère constitutif de l'altérité, s'imposent comme un outil fondamental pour la conception énonciative du sens, nous verrons tout ça ici-bas. Notre analyse porte sur la notion de point de vue ou de l'énonciation dans les slogans relatifs aux élections. Nous essayerons de revisiter cette notion de point de vue dans les slogans pour prélever la charge énonciative dans de tel discours à partir des niveaux d'analyse suivants : *syntaxico-énonciatif et polyphonique*. Notre recherche vise à rendre compte de la place de la polyphonie dans la conception du sens à l'aune du questionnement suivant: Comment présenter aux destinataires potentiels -électeurs- un discours séduisant et convaincant à la fois. Indépendamment de l'acte de parole, comment se manifeste le locuteur dans son énoncé? Quelle(s) stratégie(s) aménage le sujet modal pour assurer (ou s'assurer de) sa rentrée politique? Et quelle structure pour quel point de vue?

Tout énoncé se dote d'une signification de part son énonciation, autrement dit, c'est l'énonciation qui conditionne la valeur d'un énoncé. J'explique: pour toute conception énonciative du sens, il faut discerner le locuteur responsable des paroles, les agents des actes illocutoires (énonciateurs) et aussi d'une façon correspondante à qui les paroles sont destinées (allocutaires) et ceux les patients de ces actes (destinataires). *S'exprimer* veut dire, selon le Grand Robert, "*Manifester sa pensée, ses sentiments par le langage, les gestes, l'art*". Dans ce cas le sujet parlant n'est plus l'auteur des actes mais l'intermédiaire. *S'exprimer* renvoie à une pluralité de voix intervenant dans un même discours; une voix différente de celle du locuteur, traduite dans l'usage du style direct et style indirect et même indirect libre. C'est en quelque sorte le fonctionnement de plusieurs voix différentes de celles du locuteur. C'est ce que nous

appelons en grammaire le phénomène de la présence de plusieurs voix dans un discours (manifesté implicitement ou explicitement par le recours au style direct ou indirect) la polyphonie. Pour Ducrot (1980), le discours ne se limite pas à l'activation de deux discours : celui du locuteur A et de locuteur B mais à deux énonciations. Il écrit :

‘‘L'idée centrale est que l'on doit, dans cette description de l'énonciation qui constitue le sens de l'énoncé, distinguer l'auteur des paroles (locuteur) et les agents des actes illocutoires (énonciateurs) et en même temps, d'une façon corrélative, l'être à qui les paroles sont dites (allocutaire) et ceux qui sont les patients des actes (destinataires). Si l'on appelle « s'exprimer » être responsable d'un acte de parole, alors ma thèse permet, lorsqu'on interprète un énoncé, d'y entendre s'exprimer une pluralité de voix, différentes de celle du locuteur, ou encore, comme disent certains grammairiens à propos des mots que le locuteur ne prend pas à son compte, mais met, explicitement ou non, entre guillemets, une « polyphonie ».’’, p 44

Le mot *polyphone* se compose de deux mots *poly* et *phone*. L'un veut dire *plusieurs*, l'autre le son. Ils signifient : plusieurs sons. Ce concept tire la musique comme origine désignant, selon Le Grand Robert, une *‘‘Combinaison de plusieurs voix, de plusieurs parties, dans une composition musicale, chaque partie étant traitée de manière indépendante (écriture horizontale), mais formant avec les autres un tout.’’*. Le dictionnaire ajoute que *polyphonie* renvoie aussi à un chant à plusieurs voix. Dans le domaine de la didactique, ça renvoie à un son à plusieurs graphèmes ou prononciations. Nous donnons comme exemple : le son [s] est polyphonique dans la mesure où il peut être représenté par plusieurs graphèmes : /c/, /s/, /ss/, /t/, /sc/

La conception sémantique d'un texte ne dépend pas seulement de l'énoncé *‘‘le dit’’*, l'étude de l'énonciation fait révéler *‘‘le non dit’’* à travers l'énoncé. Dans cette perspective, le linguiste intervient pour proposer une signification à l'énoncé et il devient *‘‘source d'hypothèses’’*. Il lui convient de repérer les techniques véhiculées pour donner sens à son énoncé. Comprendre un texte impose aux lecteurs de suivre les enchaînements. Ducrot (pp10-11) constate que *‘‘Chaque fois que nous nous trouvons dans une situation de ce type [le non-dit] -et cela s'est souvent produit- la linguistique devenait, pour l'analyse de textes, une source d'hypothèses, dans la mesure où elle amenait à imaginer les stratégies imposées par le locuteur au destinataire pour l'interprétation de son discours. Or, ce qui est important pour la compréhension d'un texte, ce sont non seulement les indications qu'il apporte au destinataire, mais tout autant les manœuvres auxquelles il le contraint, les cheminements qu'il lui fait suivre.’’*

Cela nous pousse à nous investir les manœuvres et les paramètres que le locuteur manipule pour faire fonctionner son discours. Ducrot (p.12) répond que le *“Premier exemple d'instructions contenues dans la signification de la phrase : ce que J.C. Anscombe et moi nous appelons « variables argumentatives.”* Pour ces variables nous citons, *les traits essentiels ou les variables argumentatifs d'une énonciation qui sont : la négation, classification de pour, le mais du pouvoir, la polyphonie musicale, polyphonie historique, la ponctuation...*

Les hypothèses dont on a parlé ci-haut feraient la richesse d'un énoncé. Deux conditions s'imposent dans toute conception énonciative du discours. D'une part, la *situation du discours* est une condition nécessaire de lecture ou de compréhension. Nous entendons par situation de discours les multiples significations (décryptages) d'un énoncé par rapport à l'effet de temps et d'espace (le moment et le lieu) où la production de l'énoncé (le discours) a lieu. Ducrot (p.17) affirme que *“La description linguistique d'une phrase implique que le sens de ces énoncés soit différent selon la situation de discours, et même qu'il y ait de multiples lectures possibles pour un énoncé donné.”* La situation du discours renvoie à l'énonciation, c'est à dire à l'évènement relatif au sujet modal, au fait qui a abouti à la réalisation de l'énoncé et à l'apparition ou au surgissement de ces énoncés en plusieurs espaces et temps. Ducrot (P.24) assure : *“J'appellerai « énonciation » l'évènement, le fait que constitue l'apparition d'un énoncé - apparition que la sémantique linguistique décrit généralement comme la réalisation d'une phrase [...] c'est que l'on compte parmi les faits historiques le surgissement d'énoncés en différents points du temps et de l'espace. L'énonciation, c'est ce surgissement.”*

Ce qui importe, Ducrot va plus loin, pour la sémantique linguistique, non pas repérer l'auteur de l'énoncé mais comment il (l'énoncé) nous a été présenté, voire comment il fonctionne. *“La sémantique linguistique telle que je la conçois [...] n'a pas besoin, je l'ai dit, de faire l'hypothèse que l'énoncé est, dans la réalité, produit par quelqu'un. Ce qui importe, c'est qu'il présente comme tel.”*, précise Ducrot (p.35). Et d'autre part, il faut aussi savoir *l'entourage effectif* qui a fait apparaître l'énoncé. Par entourage affectif, nous entendons le rapport (l'impact, l'influence) du milieu émotionnel sur le surgissement d'un énoncé et ça implique une émotion ou un sentiment imposé par le milieu où on vit (on s'exerce) ou l'état d'âme du locuteur lors de son énonciation. *“Il n'est pas besoin de comprendre un discours pour savoir qui en est l'auditeur ; il suffit de connaître l'entourage affectif dans lequel le discours a eu lieu”* (Ducrot, p.36). Le lexique mis en place dans un énoncé n'est plus exhaustif pour donner une signification exacte d'un énoncé. La signification est une résultante de l'équation suivante : la dissociation du lexique, de la situation d'énonciation et du phénomène espace-temps. Antoine Culioli (1999 :47): affirme que *« C'est que le problème clé reste celui de la signification, c'est-à-dire*

d'une relation complexe entre des énoncés (textes), une situation d'énonciation, un sens (relation entre des « objets » linguistiques qui renvoient à des objets extra linguistiques avec leurs propriétés physico-culturelles), des valeurs référentielles (modalités, temps, aspect, quantification, etc.) ».

Enchainons dans le même angle de lecture, Jean-Jacques Franckel met en place trois concepts résumant la notion de la conception polyphonique du sens. Il s'agit des concepts suivants : *Référence, référentiation, et valeurs référentielles*. Commençons par la Référence. Elle est la particularité des unités et des énoncés de langage de se renvoyer au monde réel ou idéal dans une communication. Nous entendons par monde réel le temps et l'espace défini comme *stable et immédiat*. En effet, nous accusons une relation de fusion entre la pensée et le monde, une relation purement à dimension connotative (Références déictiques (ici, maintenant) et Références anaphoriques (Algérie, 2012). Aristote le mathématicien affirme qu'il existe plusieurs langues mais un seul état d'âme, voire une seule pensée. Le point de divergence réside dans les particularités des langues. Chaque langue a sa spécificité de précision et de *peinture* des idées. Le langage n'est qu'un auxiliaire de la pensée. Nous entendons par auxiliaire le reflet, l'imitation et l'écho. Il est donc fiable et il canalise la pensée. Entre mot et pensée une coïncidence parfaite s'impose, ajoute Leibniz (mathématicien) où chaque terme dénote une pensée. *Référence* correspond à la relation du monde réel avec les expressions linguistiques mises en place. L'art de penser en est un c'est pourquoi on parle de grammaire générale ou générative, universaux de langage et même grammaire particulière. Beauzée dans l'encyclopédie 1757 confirme que "*la parole en est le tableau dont la pensée est l'original*". Alors ce que fait la parole par rapport à la pensée c'est simplement l'opération de l'imitation, de fidélité, voire de logique. La preuve dans les équations mathématiques ou chimiques où nous démontrons la coïncidence parfaite entre pensée et langage et où la pensée est cognitivement traduite par le langage et les unités utilisées. La langue n'est donc qu'un référent externe. Même pensée même langage avec différentes structures. *Franckel Jean-Jacques (1998 : 66)* ajoute que "*Le référent relève d'une relation plus ou moins directe et immédiate entre une portion cognitivement et symboliquement déterminée par 'le monde réel' et des expressions linguistiques*"

Nous reprochons à ces positions émanant des mathématiciens Aristote et Leibniz d'être restrictives. D'abord, cette réalité est trompeuse : le temps et l'espace ne sont pas deux constitutifs de référents fidèles de la pensée puisque le monde est en mouvance et est en perpétuel mutation. Comment ? Le temps est subjectif. Rien ne prouve son existence hors notre vie. Emmanuel Kant, (1993, p. 63) avance que le temps est "*une forme, à priori, de sensibilité*" et qu'il n'est ni inhérent aux choses ni une vérité absolue. En effet, les moments de tristesse sont

plus longs alors que ceux de joie sont très courts. Prenons l'exemple d'une partie de football où dans les moments difficiles nous sentirons que le temps passe vite alors pour l'adversaire qui avance dans le score le temps n'avance pas. Nous évoquons deux temps : le temps vécu et le temps en mathématique. Kant ajoute que le temps est une forme de sens interne d'où l'existence de l'axe du temps. Quant à l'espace, il n'est plus objectif et fiable puisqu'il dépend des cinq sens: la montagne est plus petite que mon doigt et les goûts et les couleurs ne se discutent pas.... Antoine Culioli (1973) soulève d'autres problèmes qui renvoient à la *quotité* (p 84) et l'aspect (p 86). En effet, les formes relatives aux temps et espaces sont restrictives (ici, longtemps). Il arrive qu'on ait une pensée mais le langage nous échappe (pas d'unités) et que le langage déforme la pensée. Emile Benveniste (1966, p29) confirme que le langage constitue un des *truchements de la pensée*. Il s'oppose à Aristote qui avance que le langage est l'écho de la pensée et que le monde est stable. En effet, chaque langue a ses propres spécificités dans la mesure où on trouve des catégorisations dans une langue qu'une autre n'a pas (méchoui, oued). Pour les constructivistes, le sens est construit au moyen du matériau verbal. Le langage n'est plus fiable: un seul sujet de recherche et plusieurs pensées. Le matériau verbal traduit la pensée et *qui dit traduire dit trahir*. Catherine Kerbrat-Orecchioni (2006:79) « *Il va de soi que toute unité lexicale est, en un sens, subjective, puisque les "mots" de la langue se sont jamais que des symboles substantifs et interprétatifs* ». Il s'agit du concept de l'opacité du langage : pas de lexique intérieur, le lexique extérieur n'est plus parfait (perfection). Puisqu'on n'a pas de lexique intérieur, le lexique dit extérieur ne fait que *reformuler* ou *paraphraser* la pensée (Fuchs Catherine : 1994). Il y a des trous de langage. Il n'y a pas une représentation mais des représentations. On représenterait une pensée par schéma (représentation figurale) ou par texte (représentation discursive). Chaque langue a ses propres particularités. Même si on parle d'universaux de langage on ne peut pas dire tout est partageable.

Passons à la référenciation et aux valeurs référentielles. L'une renvoie à la structure, le système ou la forme engagée pour extérioriser la pensée. Cela veut dire qu'il n'y a aucun élément de stabilité. Il ne s'agit pas d'une structure mais des structures. Les structures sont compatibles avec le monde qui évolue. L'autre renvoie à l'existence de contexte référentiel (selon Ducrot). C'est le nouage opéré par la syntaxe (structuralisme) en sens qu'on puisse traduire une pensée en langage (sens connoté et sens dénoté). Pour Ducrot, le point de vue est la propriété non du sujet parlant mais du sujet modal (responsable de l'énonciation). Le sujet parlant adopte le point de vue. "*Ce programme appréhende le sens comme entièrement à partir des unités de la langue, de leur agencement dans des énoncés et de l'intonation de ces énoncés*" (Frankel: 72). Ces formes agencées plus l'intonation (ou les intonations) renvoient à des valeurs

référentielles (sociale, politique, idéologique, religieuse, philosophique...). En plus du langage engagé, il faut passer par des paramètres relatifs à la situation de discours, les entêtes externes c'est à dire la contextualisation de discours. La valeur référentielle est construite à partir des opérations énonciatives. Elle est donc instable. La construction des valeurs référentielles repose sur le *sens en devenir* (pas le dit mais le dire). Dans la construction du sens, il ne faut se passer ni du sujet parlant ni du sujet modal. Le sujet parlant est le producteur matériel de l'énoncé. Il n'est plus l'auteur de ce qui est dit, voire ce qui est à dire dans un sens où des fois il serait contre ce qui a été dit, voire ignorer ce qui est à dire. Il ne faut pas entendre que sa voix au contraire il y a plusieurs voix. Le sujet modal, quant à lui, est attribué à la pensée (*drame* chez Bakhtine et *intertextualité* chez J. Kristiva). La représentation est alors la réaction de plusieurs. Cette multiplicité des voix est représenté par Ducrot (1984, p. 231) comme *une métaphore théâtrale* où « *La dissociation des voix qui s'opère au niveau du discours permet de parler d'une métaphore théâtrale. L'auteur, qui est censé s'adresser à son public, y est assimilé au locuteur. L'auteur met en scène des personnages, tout comme le locuteur se fait le porte-parole des points de vue des énonciateurs: le locuteur fait de son énonciation une sorte de représentation, où la parole est donnée à différents personnages, les énonciateurs* »

Pour donner plus de clarification à la conception énonciative du sens, nous allons procéder à illustrer ce phénomène par l'étude des slogans engagées dans la campagne électorale 2012. A noter que certains partis dont FNJS, FM n'ont pas mobilisé des slogans. Cette non activation aurait une lecture : d'abord cela présuppose leur faible représentativité. Ensuite ça supposerait : participer pour participer, peu de moyens y compris les moyens de créativité. Et enfin ça enchaîne : leurs résultats en sont la preuve. En analyse de discours, et avec Ducrot, la notion de « *plusieurs voix* » ne désigne pas la présence de deux sujets parlants traduits dans ce que appellent les grammairiens style direct ou indirect par rapport à la ponctuation ou aux morphèmes mais, autrement dit, la mobilisation de deux discours, et celui du locuteur A et celui du locuteur B. *Les deux discours cités par O Ducrot impliquent deux énonciations*. Le parti est contraint de résumer son programme dans un slogan. C'est pourquoi il ne doit citer que ce qui lui paraît séduisant et argumentatif. Si nous examinons plus finement l'acte de production des énoncés de notre corpus, nous constatons, sans doute, la présence du locuteur dans son énoncé ou selon Kerbrat-Orecchioni (2006: 39) *de la subjectivité dans le langage*. Benveniste va jusqu'à établir l'idée que le locuteur *s'approprie* le langage et il s'impose comme "sujet". Le discours comporte des éléments qui renvoient aux circonstances de l'énonciation. Quels sont ces variables

argumentatives qui sont en liaison avec la situation et qui n'ont de puissance que par rapport à l'acte de l'énonciation ?

2.1 La négation

Notre unique façon d'aborder nos slogans, c'est de prendre en considération tous les éléments activés: les mots, les adjectifs, les formes et les types de phrases et les figures de style (comparaison, métaphore) qu'habille notre texte. L'observation de notre corpus fait apparaître l'existence des éléments qui débordent l'énoncé et des indices qui dépassent le message brut pour en faire un acte de langage. En effet, des déictiques ou des éléments linguistiques se référant à la situation spatio-temporelle du locuteur qualifient notre corpus comme un discours. Par discours, nous désignons le moment où l'énoncé se rapporte au présent de l'énonciation. Nous discernons, d'une part, l'énoncé, et d'autre part, l'existence de celui qui transmet le message (l'énonciateur). Certains mots annoncent un jugement, d'autres tournures employées sont caractérisées par les pronoms personnels et les adjectifs possessifs de la première personne : *nous*, *notre*. Certains mots énoncent une opinion exprimée par des noms, adjectifs, adverbes et même des verbes. Certaines tournures suggèrent une empreinte de l'énonciateur et sont, de ce fait, porteuses d'émotion: la forme de la phrase (négative), le type de phrase (exclamative, impérative, interrogative). Mais dans quel autre type de phrase voulons-nous qu'on écrive ? Nous pouvons étudier ce discours sur le plan grammatical: comment la forme négative pourrait-elle être une des marques de l'énonciation? L'emploi de la négation dévoile-t-il l'attitude du locuteur envers le fait pour une éventuelle affirmation?

Comme un point de départ, nous allons partir du slogan émanant du parti P L J (Cf le tableau page 63) "*Le changement par l'acte non par le verbe*". C'est bien qu'il parle du changement, il le constate et son jugement traduit ce qu'il ressent. Par la forme négative "*non par le verbe*", il n'exprime pas quelque chose qu'il perçoit mais plutôt il énonce une opinion et un sentiment sur le jugement qu'il déclare. Il *juge un jugement* dans la mesure où une proposition affirmative traduit ce sentiment. Delà la proposition négative signale une notation du second degré qui suppose un énoncé positif non exprimé et qui est implicite. Cela supposerait l'affirmation suivante : Ceux qui ont procédé au changement ont menti, quant à nous, nous tenons à nos paroles, votez pour nous. Le prédicat négatif traduit un jugement sur un jugement. Cette proposition négative est une constatation faite par le locuteur qui sous-entend que les électeurs doivent voter pour des nouvelles personnalités dont son parti est représenté. Cette tournure est une affirmation qui prend une forme négative. Il y a là un acte de langage qui correspond à la

déduction suivante : un acte d'affirmation correspondant à un contenu ou à un prédicat négatif. Cette tournure négative fonctionne comme suit : un énoncé de forme **Non P**¹⁶ impose deux actes illocutoires. L'un généralement E1 "*Le changement par l'acte*" est une affirmation s'adressant au D1, l'autre est négatif E2 "[le changement] *non par le verbe*" s'adressant au D2. Cette tournure négative sert à introduire non pas un rejet ou une opposition des deux énoncés mais contribue à exprimer une argumentation. Comment? Le parti, par ce slogan, s'adresse aux électeurs en leur disant que le parti, à savoir le PLJ, contrairement aux précédents qui ont été au pouvoir, vous propose aujourd'hui un programme et si vous votez pour il tiendra à ses engagements. La description s'articule comme suit :

- E1 et E2 renvoient à deux énonciateurs différents
- E2 ne rejette pas E1 mais il constitue un argument d'appui
- E1 est identifié par le locuteur A : le parti (le locuteur -au pouvoir-)
- E2 est identifié par le locuteur B: le parti ayant été au pouvoir

La négation conserve les présupposés de l'énoncé : "[le changement] non par le verbe"

- *On présuppose que : "[le changement] était par le verbe"*
- Le locuteur fonde toute une affirmation à travers la négation :
- On pose (actuellement) que : "[le changement] *par le verbe* persiste "

À cela des enchaînements s'ensuivent :

- Ne faites pas confiance en eux
- Ne votez pas pour eux
- Votez pour nous
- Si vous votez pour eux, il n'y aura pas de changement (la stagnation)
- C'est nous le changement
- L'alternative, c'est nous
- Engagement pour le changement

¹⁶ Nous désignons respectivement dans les explications qui suivront, par les initiales P, E et D **P**roposition, **E**noncé et **D**estinataire

L'énoncé E2, qui est négatif, met en scène six actes illocutionnaires.

- L'assertion de E1 (présupposé)
- L'assertion de E2 (posé)
- Acte de refus E3 implique des enchaînements
- L'assertion de E4 le peuple leur a donné la chance
- L'assertion de E5 Le peuple nous donnera la chance
- L'assertion de E6 Le peuple nous jugera

Nous dirions que la mobilisation de la négation a (aurait) un point de vue implicite derrière le slogan (l'explicite). Après avoir étudié la négation, le pas suivant dans l'analyse consiste à analyser l'affirmation et son impact sur le sens.

2.2 Les répliques (stratégies d'affirmation)

Passons maintenant au slogan suivant "Oui pour l'autorité du peuple" activé par le parti FNA. Ça implique qu'il est une réponse à une interrogation, voire à un sondage : "Êtes-vous pour ou contre l'autorité du peuple?". Elle conserve, d'une part, un posé "le peuple seul juge" de l'énoncé affirmé dans la mesure où il répond à une affirmation non négative

- Est-ce que vous êtes pour l'autorité du peuple ?

Et, d'autre part, un présupposé positif et/ ou négatif. On présenterait que :

- Il n'y avait pas d'autorité du peuple
- Ceux qui ont précédé ont menti au peuple

Cet énoncé met en scène les enchaînements selon la situation du discours et l'entourage affectif :

- l'autorité du peuple est en danger
- Le mot reviendra au peuple
- Votez pour nous
- Nous luttons pour l'autorité du peuple
- Voter pour notre parti qui défendra l'autorité du peuple
- Notre parti est la solution
- Nous défendrons le peuple
- Notre parti est le parti de la situation

Ce slogan aurait une forme de syllogisme en faisant une analyse sur le plan de la situation du discours :

- Tous pour l'autorité du peuple
- Nous optons pour l'autorité du peuple
- Donc votez pour nous

Ou bien

- La constitution stipule que l'autorité est au peuple
- Nous votons pour l'autorité du peuple
- Donc votez pour nous, représentants du peuple

2.3 Classification de “Pour”

Nous sommes emmenés à proposer la classification suivante de pour: A proposition principale, B la subordonnée.

I. A explicite, Pour B explicite

1.1. A verbe à l'impératif

- Vote pour le nouveau (FAN)

1.2. A adverbe

- Oui pour l'autorité du peuple (FNA)
- Ensemble pour réaliser la justice et la justice sociale (RPR)

1.3. A nom commun

Engagement pour le développement et votre confiance sera tenue (PPL)

1.4. A chiffre

- 44 pour la rupture ! (PT)

II. Pour B explicite, A explicite

- Pour la fidélité à la patrie, votez Front de Libération Nationale (FLN)

III. A implicite, Pour et B explicites

- Pour une nouvelle Algérie (PRA)
- Pour le respect de la dignité du citoyen (FND)
- Pour bâtir un état algérien dans la cadre de la justice et de l'équité (RA)

IV. A implicite, pour implicite, B explicite

- L'honnêteté et la crédibilité (FFS, FBG)

L'usage de "pour" a sa particularité de part sa distribution (ou son emplacement dans le slogan. Le "pour" a comme fonction l'articulateur introduisant le rapport de but. Essayons de voir la place de "pour" dans la conception énonciative du sens (pour argumentatif). Si on revoit la situation du discours (ou les circonstances), on s'aperçoit qu'on est dans une période de campagne électorale, les candidats doivent présenter leur programme. Par programme nous désignons l'ensemble des actions (ou solutions) à réaliser une fois au pouvoir, une forme de promesse. Ces mesures constituent l'étalon noir pour toute course au pouvoir. Le demain est lié à la notion du changement. Comment réaliser le changement et par quelles stratégies y parvenir ?

La préposition pour a une fonction dans le discours selon son emplacement, son surgissement, (selon le lexique qui la précède et qui la suit). La proposition principale, grammaticalement parlant, est celle dont dépend le subordonnée. Par dépendance, nous entendons l'accord du temps, dépendance d'un terme ou d'une idée. Alors comment mettre à jour le changement ? De quoi dépend le changement ? La réponse est dans la principale.

I. La catégorie une A pour B se subdivise en quatre sous catégories selon la nature de A. Nous citons A verbe impératif, A adverbe d'affirmation, A adverbe, A nom commun, A chiffre. Comment réaliser un objectif (changement) ? Les mots qui précèdent pour soulignent et répondent : par le moyen constitutionnel (vote). C'est la seule procédure reconnue. C'est la détermination de tout le peuple (engagement). C'est d'être nombreux derrière le parti (chiffre 44). Le changement dépendrait donc des procédures suivantes : vote, entente, engagement, participation et des partis.

Cette analyse précise à viser et à identifier l'activation conditionnelle (Ducrot) du changement. Les principaux vecteurs de changement résident dans la proposition principale. Ce qui est subordonné dépend de la principale. De part ces conditions de décollage, de quel changement parle-t-on ? Quelle signification du changement les partis proposent-ils ? Essayons de voir ce qui suit : c'est à dire la proposition subordonnée. La proposition subordonnée se place sous la dépendance de la principale. Nous pourrions dire que le changement dépend de ces critères ci-haut. La signification du changement est visible dans le lexique activé dans la subordonnée. Il s'agit des équivalents suivants : (le nouveau (FAN), l'autorité du peuple (FNA), réaliser la justice et la justice sociale (RPR), le développement (PPL), la rupture ! (PT).)

Il arrive qu'on ne s'entende pas sur la signification exacte, complète et suffisante pour la notion de changement puisque chaque parti la définit selon ses convictions, voire son idéologie. Arrêtons-nous sur la dernière signification. Que veut dire rupture ? Rupture entre qui et qui ? Est

ce qu'une rupture avec le passé ? Est-ce que rupture veut dire : Effaçons tout ? Rupture avec ceux qui ont investi dans le changement et qui n'ont pas abouti ? L'exclusion ?

La catégorie II essaierait à répondre et même à clarifier ce concept. Voyons.

II. Le locuteur met à jour B de par son poids et sa valeur. Pour lui, accéder au changement ne se réalise pas par la rupture. On devrait accéder au changement tout en restant fidèles à nos valeurs, à notre histoire, à notre culture, à notre identité, au serment de 1^{er} novembre représenté parti FLN (le parrain de la révolution). Le changement n'est plus synonyme d'un nouveau demain mais aussi il faut voir derrière. Le proverbe le confirme, il faut reculer pour mieux sauter. Chaque pays à sa propre vision du changement (nous verrons tout ça avec les expériences d'autres pays, en l'occurrence la Corée de Sud, l'Inde...)

Ainsi à la classification imposée en catégorie I, nous ajoutons l'adaptation de la notion du changement à nos valeurs. Le changement est conditionné par les valeurs d'une société donnée. Cette multitude de significations de changement a mis le point sur le conflit. Voyons des slogans qui ne se concentrent que sur la subordonnée (lieu de désaccord).

III. Pour B entre dans la classification

La principale condition de décollage c'est changer la mentalité de l'exclusion. Tous unis pour bâtir une nouvelle Algérie où règnent le respect, la dignité, la justice, l'équité.

La catégorie, suivante, donc, s'appuie sur la notion du partage des valeurs. Voyons.

IV. Concentration sur les valeurs (forme de raccourcis et d'accélération pour définir la notion)

Elle tient à ce qu'atteindre le changement repose sur les relations humaines. Le changement n'est plus les paroles mais sentir la responsabilité. Changer c'est changer la mentalité. Une mentalité qui s'ouvre sur chacun selon sa compétence et ses mérites. C'est le rôle de l'école, de la famille. Cette étude de pour a pu permettre de faire une conception énonciative du sens en se référant aux principes de Ducrot : le présupposé, le posé et les enchaînements (situation du discours, l'entourage affectif). Dans tous ces slogans le locuteur est le parti (députés), allocutaire est les électeurs.

1. Le présupposé: peuple déçu
2. Le posé: la situation perdue

3. Les enchainements: De par la situation du discours (période du *printemps arabe*) et l'entourage affectif (problèmes socioprofessionnels), c'est notre parti représenté par ces candidats qui réalisera le changement dans ces significations. C'est nous, l'acteur de la situation. Faites nous confiance. Notre parti est la solution.

5.1 Le “mais” du pouvoir

Passons à un autre morphème analysé par Ducrot, il s'agit de “mais”. Ce morphème a comme valeur (classique) l'opposition. Certes pour les dicos, Le Grand Robert à titre d'exemple, il (l'articulateur logique) introduit une opposition mais sa mobilisation dans les slogans ne l'est pas forcément. En effet, elle se dote d'une valeur purement argumentative. Malin Roitman¹⁷ (2006) rappelle que “les connecteurs pragmatiques (certes, mais, pourtant, puisque, donc, même si, malgré, si hypothétique, etc.) ont en commun de mettre en scène deux points de vue relationnels, dans un même énoncé, constituant ainsi des marqueurs de polyphonie. En nous concentrant sur les connecteurs qui accompagnent la négation, nous montrerons de quelle façon ces éléments coopèrent pour construire une séquence argumentative dans les textes. Les points de vue dynamiques de ces séquences construisent en effet l'argumentation, les pour et les contre, du texte.”

Ce qui frappe c'est que A et B ne sont pas opposés au contraire elles alimentent une fonction argumentative. Comment? L'analyse des slogans ci-après nous répondra. Nous trouvons l'exemple suivant :

Nous nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas mais nous tenons à nos promesses.

Décortiquons les deux propositions A et B:

A explicite [Nous nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas], Connecteur [Mais], B explicite [nous tenons à nos promesses.] Comme nous avons vu ci-haut, A négative introduit une proposition positive affirmative qui serait la suivante : A1 [Nous nous promettons ce que nous pouvons]. La négative aurait une valeur diplomatique référentielle, comme critique à ceux qui ne tiennent pas à leurs promesses des campagnes. Ce qui est à noter que A et B ne sont pas deux idées contradictoires ou opposées :



¹⁷ Malin Roitman. (2006). Polyphonie argumentative. Étude de la négation dans des éditoriaux du *Figaro*, de *Libération* et du *Monde*. Thèse de doctorat, Département de français, d'italien et de langues classiques, Suède, 220 p.

A [Nous nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas]

B [nous tenons à nos promesses.]

Le connecteur mais n'est plus réfutatif; il est plutôt argumentatif. Comment ? Nous devons déterminer la fonction mais non plus par son emplacement et sa fonction traditionnelle mais par le contenu qui l'entoure. Il faut voir les surgissements (analyse énonciative de l'énoncé en se référant à la situation du discours et à l'entourage affectif). Nous supposerions que A sert d'argument pour la conclusion A1 :

A1 : Nous promettons ce que nous pouvons / Nous nous ne sommes pas menteurs / Nous nous ne ressemblons pas à ceux qui étaient au pouvoir / Donnez nous de la chance / Faites nous confiance.

Quant à B sert d'argument à la conclusion B1. Nous supposerions

B1 : Nous réaliserons vos promesses/ vos promesses seront réalisés. Nous veillons à les appliquer et les respecter.

Passons à l'étude suivante : A1 mais B1

[Nous promettons ce que nous pouvons] [Nous réaliserons vos promesses]

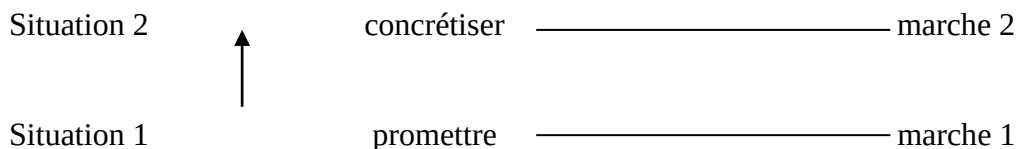
A1

B1

B1 ne rejette pas A1. La pensée pourrait être paraphrasée ainsi: certes tout parti dans sa campagne électorale est sensé présenter un programme aux électeurs (argument fort A1, ce n'est qu'une première étape). Nous allons loin que ça : nous le réaliserons sur le terrain une fois élus (B1 arguments plus fort que A1). Pour résumer, la relation électeur élu n'est pas seulement les promesses (avant vote) mais aussi elle passe jusqu'à voir ces promesses se réaliser sur le terrain. Là il y a place pour juger. A1 précède B1 : deux actes de langage se renvoyant à deux énonciations différentes (deux situations du discours). Deux informations sont présentes là. Chacune correspond à une situation discursive particulière: A1 avant élection (exactement durant la campagne électorale); c'est pourquoi les grammairiens appellent A1 une proposition principale, quant à B1 post élection lors de l'installation (durant le mandat) ; il s'agit donc d'une proposition subordonnée.

Il ne s'agit pas de deux informations contradictoires mais elles se différencient par le mouvement argumentatif. C'est ce que le Grand Robert appelle le mais de restriction qui "Introduit une restriction, une correction, une addition, une précision indispensable. E Compensation, revanche (en). — REM. Dans ce cas, l'affirmation qui précède mais apparaît comme une chose que l'on concède, que l'on reconnait et que l'affirmation suivante va dépasser sans l'annuler". La première conclusion A1 ne rejette pas B1. Au contraire elle la maintient (argument fort) en la dépassant pour aller plus loin (la réalisation sur le terrain). C'est ce que

Ducrot appelle l'échelle argumentative représentée comme suit : la première marche est la campagne électorale, c'est promettre, proposer ou exposer un programme. La suivante sera son installation au pouvoir et la concrétisation ou la réalisation du programme:



Le connecteur mais implique une référence à la situation d'énonciation (la situation de discours ou l'entourage affectif) pour déterminer la signification d'un énoncé. Dans l'exemple proposé, nous penserions que, d'une part, dans la situation du discours, A1 renvoie à la période pré élection, moment où s'est propagé l'appel à boycotter les élections. B1 (post élection), moment de constat de non changement. Et d'autre part, pour l'entourage affectif, A1 est signification d'une déception et d'une rupture et B1, tous les élus sont des menteurs, voire des opportunistes. Les conclusions A1 et B1 dépendent des convictions des uns et des autres dans une situation bien déterminée d'où la classification suivante :

A1 gouverne B1 (ou bien B1 dépend de A1) ;

A1 s'ensuit (ensuite) B1,

A1 et B1 sont interdépendants : il y a B1 s'il ya A1. Il s'agit de l'idée ou théorie d'implication. Il y a là un enchainement logique. Nous dirons que s'il y a l'absence de A1 (boycotter), B1 n'aura pas lieu (ne pas tenir à paroles). Nous sommes donc dans la relation de cause à effet. Nous sommes typiquement dans la distribution de A1 et B1 ou comme disaient les linguistes les séquences polyphoniques:

- Le fonctionnement : A1 réalisée, automatiquement, B1 réalisée. D'où la classification suivante : Nous promettons et nous tenons à nos paroles. Mais aurait dont la valeur de l'addition. Nous pourrions la remplacer par la conjonction "et" : "Nous nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas et nous tenons à nos promesses". Comme elle peut exprimer la successivité; elle pourrait être remplacée par l'articulateur "puis". La phrase serait donc "Nous nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas puis nous tenons à nos promesses". Elle pourrait introduire la conséquence et la phrase serait donc : "Nous nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas Donc nous tenons à nos promesses.". Elle pourrait introduire la simultanéité et nous dirions : "Nous nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas et en même temps nous tenons à nos promesses.".

- Le dysfonctionnement ou le non fonctionnement: A1 réalisée B1 non réalisée. Nous serons donc dans la hiérarchie qui suit : "Nous promettons et nous ne tenons pas à nos paroles". C'est

cette équation qui fait rupture. Ce slogan qui nous paraîtrait objectif dans le fait que nous ne trouvons pas de morphèmes ou des déictiques explicites renvoyant à un locuteur bien déterminé se dote de toute subjectivité au moyen de l'énonciation. De part l'énonciation, le discours s'est doté de sa signification tant que les slogans sont les *dits* (les paroles) provenant des partis. Les paroles sont la faculté individuelle de s'exprimer. Il y a là une présence d'énonciateur. Le *dit* dénonce le *dire*. Quand nous voulons analyser un texte, il faut laisser de côté l'énoncé; ce n'est pas le *dit* qui prime sur le *dire*, mais plutôt le contraire. Par conséquent, il vaut mieux agir comme si l'énoncé est un instrument musical et l'énonciation en est la vibration provoquée chez l'écouteur.

2.5 La polyphonie musicale

Faire de la politique c'est mobiliser et mettre en place toutes les stratégies discursives capables d'attirer un grand nombre d'électeurs. En politique, tous les subterfuges sont permis. Les mécanismes sont multiples puisque le politicien réunit toutes les disciplines dans la confection d'un slogan. L'art en est une. En effet, les jeunes sont des mordus de sport et de la chanson c'est pourquoi nous apercevons le recours à la chanson, voire à des fragments, dans la confection d'un slogan. Nous avons constaté qu'un fragment d'une chanson est converti en slogan. Nous pouvons nous interroger sur le motif de l'engager dans une campagne électorale (ou politique)? A qui s'adresse-t-on à travers le recours à la chanson sportive?



L'observation des deux slogans (L'Algérie mon amour (MNE) et Tous derrière l'Algérie (EL KARAME) nous permet de repérer les principes s'introduisant dans le discours qui est, à son tour, des paroles appartenant à d'autres voix. Il y a là la mobilisation de plusieurs sources polyphoniques, c'est à dire un slogan franchi par plusieurs voix. Nous discernons deux acteurs de langage : le locuteur et l'énonciateur. Les locuteurs sont nombreux (des chanteurs) et un ou plusieurs énonciateurs (parti ou candidats). Le parti est émetteur mais pas locuteur. Le recours à ces titres des chansons explicite la forme sociale de la chanson. On assiste au glissement de

sources¹⁸ même non explicite. Ces deux slogans se distinguent par le recours à la voix musicale comme stratégie de séduction et de conviction. Quel en est la relation ou la coïncidence? Examinons les circonstances données de communication relatives à la situation du discours et à l'entourage affectif quant à la production, la circulation et la réception. Le slogan du MNE "L'Algérie mon amour" est un fragment pris de la chanson ayant eu un succès retentissant durant la décennie noire en Algérie. En effet, c'est la chanson de Baaziz tirée de son Album paru en 1999 dont l'intitulé : *Dorénavant... ça va être comme avant !* C'est la collaboration de 32 chanteurs dont la majorité vivait en France, une version collective réunissant tous genres musicaux décrivant le sens de l'appartenance et de la multitude qui fait l'Algérie. Les jeunes constituent un pourcentage considérable dans l'opération de vote c'est pourquoi les partis investissent dans leurs penchants. Le parti (MNE) s'accapare de ce titre (refrain) L'Algérie mon amour de par son retentissement en Algérie. Il constitue un appel solennel à l'union et à l'attachement de tous les Algériens où ils se trouvent : et à l'étranger, notamment la communauté algérienne (forme de nostalgie pour nos immigrés) et en Algérie, ceux qui vivaient la décennie noire. La forme de coïncidence réside dans l'appel à l'union et l'attachement.

Passons maintenant au deuxième slogan : *Tous derrière l'Algérie* (El Karama) -en arabe dialectal (معاك يا الجزائر). L'Opérateur téléphonique oodredoo, partenaire officiel de l'équipe nationale de la fédération algérienne de foot Ball et pour des buts purement commerciaux, s'approprie ce fragment d'une chanson sportive, qui était une forme de soutien et de motivation, pour devenir le slogan de leur partenariat de l'équipe nationale. Le parti El Karama le réactive dans une autre situation de discours ; il s'agit de sa campagne aux législatives 2012. Nous pouvons nous



demandeur pourquoi et comment. En effet, la chanson était destinée aux sportifs (joueurs et supporters) pour les mobiliser à être derrière leur équipe durant les éliminatoires de la coupe du monde et cela a donné ses fruits : l'équipe s'est qualifiée. Avec cette épreuve politique, la situation de discours en est autre. Il s'agit d'appeler tout le monde à être derrière le parti pour participer au changement au moyen du vote. Il y a là une coïncidence qui se manifeste dans

¹⁸Batoul Jalabi-Wellnitz, *Glissement de sources énonciatives et pluriglossie*, [En ligne] vendredi 16 septembre 2016. Disponible sur <http://books.openedition.org/ifpo/5621?lang=fr>

l'association et le partage des compétences culturelles et idéologiques, comme appelle KERBRAT-ORECCHIONI (1999: p228), « informations en coulisse » « propositions implicites » réunissant l'énonciateur avec le locuteur. Les deux s'associent à un événement historique; les deux s'adressent aux jeunes (un pourcentage très élevé et des pratiquants du sport et des votants) ; les deux sont engagés pour réaliser un but, voire la fête : pour les uns la qualification et s'est réalisé pour les autres le pouvoir. Comme les jeunes ont vécu un moment de liesse avec cette chanson, De part sa fréquence, l'énonciateur (le parti) s'approprie le fragment dans le souci de renforcer sa position ou son idéologie et aussi pour faire revivre ces moments de joie dans une autre compétition et avec la même stratégie. Cela fait coïncider et rapprocher l'énonciateur et le locuteur. En premier lieu, chaque chanson renvoie à un événement qui a marqué le cours de l'histoire l'Algérie (décennie noire, le sport) il a circulé lors des éliminatoires de la coupe du monde 2010, une forme de soutien et d'encouragement indéfectible à notre équipe nationale. Et ensuite, de part sa fréquence et l'écho sur les jeunes, il s'est engagé dans la campagne électorale dont la majorité des électeurs est jeune. Dans notre langage quotidien (d'ailleurs les jeunes s'entendent que “pour qu'un jeune devienne riche, il faut qu'il soit chanteur ou footballeur”. Alors pourquoi ne pas mobiliser et réactiver ce même fragment dans un autre challenge (élection) et revivre ensemble les moments d'euphorie.

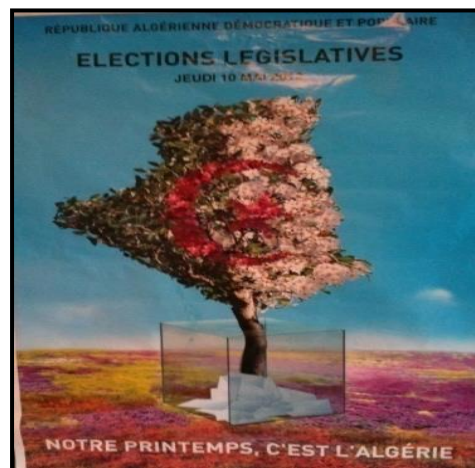
Nous avons vu les fragments pris de notre environnement artistique activés dans une mission politique. Essayons de voir maintenant d'autres slogans outillés avec l'éclatement de frontières et l'avènement de la technologie de communication lors du *printemps arabe* et qui étaient des stratégies de changement et qui sont engagés et adaptés à une nouvelle situation de discours.

2.6 Polyphonie historique

De part le social media, de part la situation géographique, nous faisons une consommation abusive d'une formule tant engagée durant le *printemps arabe*. La notion de changement est le mot d'ordre, voire une passion pour notre jeunesse. Elle a un écho à une telle mesure où elle permet à son consommateur de sentir utiliser une arme. Il s'agit du slogan “*Le peuple veut le changement*” qui a eu un effet considérable lors du *printemps arabe* et



considérée comme une des stratégies engagées pour faire chuter des régimes dits militaires. Cette expression ne meurt pas en persistant et résistant de part la situation de discours (printemps arabe, les pays qui ont connu un renversement de régime après 2001), mais elle connaît une forme de recyclage en Algérie. Une autre situation de discours s'en charge. En effet, l'événement des législatives en Algérie offre son pâturage pour voir cette brève formule, voire ce slogan renaître et germer pour devenir tout un programme d'un parti ou même d'une institution étatique (nous en parlerons ci-après). L'événement des législatives 2012 devient favorable pour le fonctionnement et réactivation de cette expression ou slogan tant scandé lors de printemps arabe. De part les convictions communes et son impact. Le locuteur (ou manifestants) s'en sert comme instrument de changement. L'énonciateur (partis : FC et ALLIANCES) reprend en écho cette expression pour renforcer sa position et la positionne au devant de la scène comme slogan dans sa campagne électorale. Certes la situation de discours n'est plus la même. La procédure se diffère dans la mesure où pour les uns les manifestations et pour les autres la campagne mais une coïncidence a lieu d'être. Dans les deux cas on accède au changement. Il (l'énonciateur) assume le dit et assure le dire. Cette expression est synonyme, comme on dit dans le discours publicitaire, de *made in*. Elle a ses fruits (participer au changement) donc On ne change pas une équipe qui gagne, comme on dit dans le domaine sportif. Ce fragment a eu un résultat positif (changement d'un régime). Il devient une stratégie de changement par défaut. Alors pourquoi ne pas l'activer pour faire installer le changement dans un environnement différent et lui supprimer l'idée associée à la violence pour devenir un moyen de mobilisation au vote. La durée de vie se poursuit pour cette expression même si elle a subi des modifications (commutation) tout en gardant le principe de changement. C'est ce qui traduit les slogans suivants : *Notre printemps, c'est l'Algérie* (MPA et Ministère de l'Intérieur). On lui installe une nouvelle version avec des améliorations et des correctifs relatifs à la nouvelle situation de discours. Quels sont ces améliorations arborées? Quels sont les correctifs apportés ? L'attitude des partis vis à vis de cette expression traduit-elle leur largeur de vision ?



De par l'espace (pays arabes voisins), le temps (2014) et l'événement (printemps arabe), cette expression a eu son efficacité. Comment confectionner ce slogan, qui, pour les uns a contribué à la violence et la guerre civile pour le rendre un instrument de changement pacifique? De part son

effet, nous devons le soigner, voire l'algérianiser. Soigner veut dire que tout intrus (violence, guerre civile) est voué à élimination, d'une part et que ce fragment doit être alimenté ou vacciné avec d'autres assises compatibles à l'événement, d'autre part. Substituer un ensemble pris comme fatal (printemps arabe) par un autre vu comme vital (printemps algérien) est appelé. D'ailleurs c'est la conviction de parti MPA et de ministère de l'intérieur qui a opté comme slogan des législatives 2012 Notre printemps, c'est l'Algérie. Les améliorations et les correctifs sont les suivantes : c'est la procédure de commutation : substituer le prédicat arabe par c'est l'Algérie. Ce qui donne Notre printemps, c'est l'Algérie correspondant à une procédure constitutionnelle (le vote) où tout le monde y participe pacifiquement pour accéder au changement où il appartient à l'ensemble d'Algériens dont les acteurs de changement d'y participer au changement au moyen des procédures pacifistes. Bref, c'est passer par la constitution et non par la violence.

Dès que cette formule atterri dans un environnement autre que celui où elle est née, la question de sa viabilisation a été mise en question pour devenir une forme de reflet d'une position, voire d'affirmation. Certes les moyens de changement diffèrent mais la fin ou coïncidence en est une: le changement dans toutes les conceptions vues ci-haut. Ces slogans, que l'on vient d'analyser, nous paraîtraient objectifs dans la mesure où on ne trouve pas de morphèmes ou des déictiques explicites renvoyant à locuteur. De part l'énonciation, le discours s'est doté d'une signification. Les slogans sont les dits (les paroles) provenant des partis. Il y a là donc une part de subjectivité (jugement). Le dit dénonce le dire. L'analyse des slogans a fait qu'il faut laisser de côté l'énoncé, ce n'est pas de dit qui prime sur le dire, mais plutôt le contraire. Par conséquent, il vaut mieux agir comme si l'énoncé est un instrument musical et le point de vue en est la vibration provoquée chez celui qui écoute.

Le pas suivant dans l'analyse consiste à décrire la séduction dans discours relatif au printemps algérien.

Chapitre 03

Le discours de l'argumentation dans ledit *printemps algérien*

1.1 L’affiche comme stratégie d’argumentation

L’affiche doit être soigneusement présentée, bien présentée et convenablement colorée. L’écrit y est si inhérent. Cela nous fait penser à une femme qui doit avoir une belle taille, être bien habillée et maquillée ainsi qu’à celle qui sait communiquer avec un homme. La séduction est incarnée par une femme. Tout comme un mannequin qui doit savoir, par un défilé, séduire puis convaincre l’assistance à l’achat d’un produit ou d’une production en présentant les vêtements les plus sexy ou le nouveau parfum. Nous assistons à une nouvelle transsubstantiation de l’affiche publicitaire en une gent féminine. En effet, en politique le candidat doit aussi savoir charmer ses électeurs non seulement par le savoir faire mais aussi par le savoir dire. Il n’a pas de choix. Il doit savoir travailler les couleurs, les phrases, voire ajuster leur sonorité. Si nous décrivons la fonctionnalité du slogan dans le marketing électoral, nous apercevrons qu’il fonctionne de façon à conquérir les électeurs ; ce qui nous fait penser, évidemment, à une femme. Son premier rôle serait donc de séduire plutôt qu’à convaincre; ce serait une question d’apparence. C’est une sorte de décryptage de cette femme attirante qui veut vendre une marque. *“La séduction est si inhérente à la politique qu’on peut en suivre les manifestations, les effets et les métamorphoses depuis l’Antiquité. Je dis bien « séduction », tant le processus de conquête de l’opinion et le jeu des apparences déployées par leurs acteurs rappellent les mécanismes les plus sensibles de la séduction amoureuse”* écrit Delaporte (2012: p 9). Nous tenterons dans le présent chapitre de répondre au questionnement suivant : Quels codes sont-ils derrière les rhétoriques (rhétoriciens) ? Comment les couleurs ou les mots activent-ils le transfert conditionnel de leur message? Comment l’énonciateur arrive-t-il à se passer d’un discours creux ou du verbiage pour mettre en place un discours conquérant et convaincant?

L’image que donne l’énonciateur à son auditoire figure comme le mécanisme de base de toute communication. Cela sous-entend toute rhétorique relative au moi. Nous agissons sur sa manière de parler, son côté vestimentaire (traditions, nouveau), ses passions (sport, la musique). Les images devraient coller au bon sens. L’affiche se repose sur les axes suivants : énonciateur, énoncé et énonciataire. Un événement a, par définition, un *caractère exceptionnel*. Nous disons, à titre exemple, les élections constituent un événement dans la mesure où elle défraie la chronique et elle marque le cours de l’histoire politique d’un pays. Vu son importance, tout le monde en parle, c’est pourquoi la communication représentée principalement par le slogan et l’image en est essentiel. En effet, l’affiche serait le plus sûr moyen de mettre en évidence (valeur) un événement, de conquérir le lectorat et d’assurer la séduction puis l’adhésion. Elle est

une vraie ruche où se croisent et se recroisent les événements. Durant les élections 2012, les partis politiques ont œuvré à investir sur l'événement. Nous pouvons nous demander pourquoi essentiellement l'affiche. D'abord, le lien lectorat et candidat se résumait impérativement dans une affiche. Et d'autres par la seule stratégie pour conquérir un grand public est, sans doute, l'affiche puisque les meetings coûtent du temps et des moyens financiers colossaux. De ce constat, notre travail de recherche dans ce chapitre s'est avéré important, une façon de décrypter les stratégies discursives engagées par une affiche. Aux premières lectures de 27 affiches¹⁹ mobilisées pour l'événement, vient ajouter le constat suivant : et le slogan et l'affiche embrassent tous les deux le discours du parti. En réalité les deux se croisent pour une seule finalité : le pouvoir. Ils devraient démontrer la volonté d'un parti pour atterrir au changement dans toutes les significations citées ci-haut. Ce comportement traduit la place que peut jouer l'affiche dans l'argumentation. Au sujet desquels, les deux techniques résumant la stratégie du parti, évoquent sa position, et s'interrogent sur l'avenir. Et c'est autour de ces dernières d'alimenter et de développer l'œuvre de la communication politique. Et au moyen de ces stratégies que l'on parviendra à créer une synergie entre électeur et le candidat.

Assurément, l'affiche d'une campagne électorale est à la fois une page d'accueil et un espace ménagé pour y exposer le discours d'un candidat, voire l'idéologie d'un parti. L'affiche confirme l'importance accordée à l'événement. Si la vitrine sert à exposer une marchandise, l'affiche témoignera le choix donné au fait. L'usage du slogan, des photos, des couleurs notamment rouge, blanche et verte choisies auraient un indice d'importance et seraient actionnés pour un public visé. Le parti doit formuler une méthode de l'écriture pour attirer les électeurs. En effet, nous proposons d'élucider le lexique relatif à la notion de changement, la patrie, la jeunesse, le nouveau pour déterminer à la fois leurs spécificités et leurs complémentarités, et cela, à la lumière de critères bien définis. Notre travail portera sur les enjeux remplis par un parti qui se livre à l'élaboration et la confection d'une affiche de campagne électorale. Il s'agit de soutenir une structure, semble-t-il, originale assise sur le devoir d'attirer le lectorat et de le faire adhérer. C'est parce que l'affiche est une stratégie communicative essentielle que des paramètres doivent impérativement être pris en considération. Et dans une analyse plus complète nous sommes emmenés à étudier puis circonscrire sa spécificité quant aux structures discursives: les types de phrases (déclarative, interrogative, impérative), les marques d'énonciation, la nature de la phrase (verbale, averbale). C'est ce que nous appelons évidemment la rhétorique. Les affiches sont introduites et illustrées par des photos, slogans et de jeu de couleurs. Les marques de jugement

¹⁹ Nous avons pris les partis ayant engagé des affiches à slogans (04 partis n'ont pas mobilisé des slogans)

du locuteur sont évidentes. Les modalités d'énoncé expriment la manière dont l'énonciateur apprécie le contenu de son énoncé. Nous citons l'usage à la fois des conjonctions de coordination "et" et non de "ou", du modalisateur d'incertitude (adjectifs, adverbe), du futur de l'indicatif ou de la phrase interrogative ouvrant un espace de possibilité. Nous tenterons de délimiter comment se constitue l'affiche dans une campagne électorale, comment s'organisent la production, la circulation et la réception de l'information s'agissant d'un événement politique. Notre questionnement est centré sur : Quelles stratégies discursives mobilisées pour mettre en évidence la notion du changement? Deux analyses apparaissent : Nous allons essayer d'étudier, d'une part, la spécificité de l'affiche quant aux photos conçues à cet événement et d'identifier les stratégies et les enjeux d'écriture du discours politique, d'autre part. Dans cette analyse, nous mettrons en évidence des mécanismes à la base de cette forme d'énonciation. Nous nous attacherons à illustrer cela par des exemples et nous regarderons l'ordre de répartition pour établir un classement et repérer les lois qui assurent sa circulation et son articulation. S'agissant des affiches traitant le même événement, celui de la campagne électorale 2012, nous nous consacrerons au fur et à mesure à en extraire les points de divergence et de convergence dans le traitement d'un seul événement, en passant d'un parti à un autre.

Nous proposerons maintenant d'étudier l'efficacité du discours quant aux affiches publicitaires. La force du discours réside dans son impact sur le public, que le public soit une personne, un groupe ou même une communauté. Nous tenterons de savoir comment le rhétoricien se dote du pouvoir d'influencer, d'identifier les enjeux et les stratégies mobilisés pour faire adhérer un public et de repérer les mécanismes de fonctionnement du discours argumentative. Le rhétoricien fait mobiliser les moyens verbaux pour faire adhérer son public à la thèse qu'il défend. Pour rendre son discours persuasif et convaincant, il actualise les trois paramètres reposant sur le destinataire (éthos), le message (logos) et le destinataire (pathos).

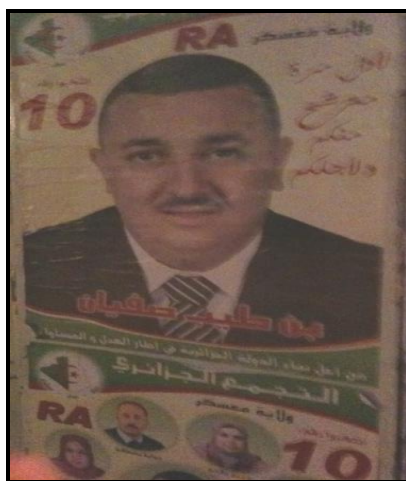
La rhétorique remonte à l'antiquité. Elle correspondait à la théorie de la parole efficace exercée sur l'auditoire (l'art de parler). Aristote avançait le fait d'exercer une influence, de soumettre à quelqu'un des positions et de transférer un message. Aujourd'hui, ce concept, quoiqu'il garde son premier sens, il imprime au verbe, à l'ère de la démocratie, l'art de convaincre et de s'exprimer librement. Il se déploie plus dans le commerce, la politique, voire la manipulation. Nous ambitionnons détecter les stratégies permettant à ce type de discours de fonctionner (esthétique du figural, la stylistique, stratégie tonales), d'une part, et de comprendre les expressions mobilisées pour cet événement si elles sont propres au langage des jeunes (sociolecte des jeunes) : si le message comprend le langage familier, pourquoi le recours à

l'usage des superlatifs, s'il y a un impact de l'art, la musique à titre d'exemple, dans la confection des slogans. Prenons dans un premier temps les affiches relatives à la campagne électorales 2012 adressées à un auditoire mûr et bien déterminé. Le discours offre ici tout un exercice sur les trois axes. Il s'agit bien d'un discours purement politique qui s'adresse non seulement à ces partisans mais aussi à des opposants et derrière eux un large public. Essayons de caractériser le discours engagés dans un tel événement. Il s'agit d'identifier l'autorité exercée sur son public ou l'imaginaire social et sociétal. Ensuite dresser la manœuvre utilisée pour susciter l'émotion chez son auditoire pour enfin déterminer la langue à qui il se réfère pour conquérir son public. Notre analyse s'intéresse à voir comment actualiser avec succès ces trois paramètres pour rendre son discours persuasif et convaincant. Le texte répond à une technique d'écriture topique qui répond aux trois axes ou trames discursifs exemplifiés :

1.2 Ethos de l'autorité et de l'exclusivité

Il est tributaire d'un imaginaire social. L'image que présente le locuteur à son auditoire est quelque chose d'indispensable et de précieuse. C'est elle qui donne à l'orateur sa force de séduction c'est pourquoi le candidat et derrière lui tout le parti doivent investir l'image. Ils défendraient et représenteraient les valeurs du milieu culturel et culturel. L'électorat est sensible aux mots et à l'image. L'image traduite par les couleurs et habillement constitue tout un champ de séduction. Le locuteur doit projeter une image conforme à son idéologie et à son rang comme représentant d'un parti. Quels seraient l'efficacité et le réel pouvoir persuasif ? D'abord le locuteur est désigné par le pronom personnel "*nous*" et tous les adjectifs possessifs relatifs (notre, nos...). C'est le *nous* de compétence dans le slogan suivant "*De façon constante, nous parvenons au changement*" (ANR), d'assurance avance (MNL) "*Nous ne promettons pas ce que nous ne pouvons pas mais plutôt nous tenons paroles*" et du résultat immédiat (le moi social) "*Notre Printemps, c'est l'Algérie*" (MPA) le *nous* et le *je* d'appartenance "*Soyons à la grandeur de ce peuple*" (PFJ) et "*L'Algérie mon amour*" (MNE). Le locuteur passe pour le défenseur et défendeur des valeurs humaines. C'est pourquoi il est présent dans son discours. En effet, par le slogan "*Tous avec Djebballah*" (parti El Adala), le choix du nom du secrétaire du parti serait significatif de par sa renommée, son statut, ses qualités, sa tendance, son idéologie, sa position, ses principes et ses luttes. L'occurrence du nom d'un parti est aussi déterminante "*Pour la fidélité à la patrie, votez Front de Libération Nationale*" (FLN) et sa numérotation dans presque tous les slogans est révélatrice: communiquer à un grand nombre de votants notamment les analphabètes. Le nom du chef du parti et du parti dans "*44 pour la rupture ! votez le parti des travailleurs*", "*votez n°9*" (FNJS) s'associent pour devenir une forme de

fiabilité, de crédibilité, d'autorité et de réputation et justifie la force illocutoire et l'image construite ou prédiscursive. Ajoutons au nom de la personnalité, du parti et de sa numérotation le fait de mentionner les professions des candidats forme de réputation *“Pour Isocrate, c'est la réputation préalable, le ‘nom’ de l'orateur qui compte. Il ne s'agit pas de la façon dont il donne à voir dans son discours mais de ce qu'on sait déjà de lui”* cite Ruth (P.63). Ajoutons à cela la stratégie de l'exclusivité, une forme de narcissisme : *Pour “la première fois un candidat parmi vous et pour vous”*, mobilise le parti RA. Il s'agit d'un slogan confectionné comme s'il est écrit à la main.



“Ensemble, réconfortons la cohésion nationale et batissons un avenir commun prospère” (RND), le RNd par son discours voudrait défendre son bilan de gouvernance. Il utilise les deux verbes d'action *réconforter* et *batir* pour désigner aussi bien le fait de gracier et la non exclusion. Qu'en est-il du destinataire (les votants) ?

1.3 Pathos et le discours de la rassurance

La représentation de l'autre introduite dans un débat sur la cité est aussi efficace et conséquente que de parler du moi. En effet, le locuteur procèdera à la relance de sa relation avec l'autre et ce après s'être investi dans les attentes de ses partenaires fortement non tenues par ses prédécesseurs. Il s'attelle à déterminer sa position par les programmes d'action qu'il va mener, d'une part, et, à dévoiler et renoncer les promesses gelées de ses détracteurs, d'autre part. Sa finalité serait d'installer un climat de convivialité et de confiance. Son programme sera donc celui qu'attend son auditoire. *“De même, l'orateur construit concomitamment dans son discours une image de soi au service de la fin recherchée, c'est-à-dire en adéquation avec l'attente de l'auditoire”*, écrit BOHUI Djédjé Hilaire (2005 :p2). Il est donc concitoyen. Ce qui est à noter

c'est que dans une interaction pareille, l'image du soi est toujours positive dans la mesure où il touche la sensibilité de l'auditoire, s'interroge sur ses passions, ses sentiments et modèle ses comportements (par le fait d'évoquer les problèmes dont souffre le peuple. Dans le *Traité de l'argumentation*, cité par BOHUI²⁰, C. Perelman et L. Olbrechts-Tyteca assurent que l'orateur "*cherche à créer une communion autour de certaines valeurs reconnues par l'auditoire*". C'est ce qui est visible dans tous les discours. Il est sensé ressusciter les valeurs de la nation. Nous citons le champ lexical relatif à cette notion. Cette classification des valeurs humaines a une valeur argumentative. Le champ lexical suivant *Fidélité, solidarité, l'honnêteté, dignité, justice, réconciliation, science, travail, cohésion, nouveau, tenir à nos paroles, développement, confiance, franchise, crédibilité* est son menu qu'il va présenter à son public, une sorte de *je t'offrirai une gazelle*, comme disait Malek Haddad²¹. Le locuteur est cependant confronté aux appels de boycott et face à la culture de la "*rupture*". Comment l'auditeur arrive-t-il à impliquer l'auditoire ? par quelle (s) stratégie (s) s'assure-t-il de sa force ? Face à ce qu'appelle Malek Haddad *le quai aux fleurs ne répond plus*²², il doit agir. De même, dans son programme d'action il va jusqu'à activer une stratégie que nous appelons "*la psychologie de la phobie*" ; pour le PLJ "*le changement par l'acte...non par le verbe*". Par le recours aux trois points de suspensions, on implique un avertissement aux lectorats de ne pas commettre les mêmes erreurs commises en votants les mêmes figures.

Il considère l'auditoire par deux attributs : La dichotomie peuple-citoyen: *peuple* et *citoyen*. Pourquoi et comment expliquer cela ? Quelles en est la coïncidence ? Le concept de *peuple* est vu par la constitution algérienne comme source de pouvoir, c'est lui qui veut et qui décide. Il ne meurt jamais. Il pourrait s'affaiblir mais mourir jamais. Encore plus, et pour donner plus de clarté à ce concept, nous jugeons utile d'étudier son dérivé *peuplier* pour déterminer sa classification. On pourrait s'interroger sur appellation de cet arbre *peuplier*. C'est sans doute par rapport à ses particularités. Observons la définition avancée par Ali Brahimi (2012)

"Le peuplier, qui découlerait du mot peuple, symbolise la flexibilité et la liberté selon les spécialistes en la matière, a des feuilles persistantes qui tremblent au moindre vent néanmoins ne tombent pas et restent en vie du moment que la sève ne s'arrêterait nullement à faire l'ascension à partir des racines jusqu'aux feuilles. En

²⁰ BOHUI. Op.cité

²¹ Haddad, Malek : *Je t'offrirai une gazelle*, Ed, Julliard, Paris 1959.

²² Haddad Malek, *Le Quai aux Fleurs ne répond plus*, Chapitre 10. Edi. René Julliard 1961

plus, être plein de sève, c'est un principe qui communique l'énergie et la vigueur !

” (p 9)

L'énoncé caractérise ce concept à la fois par la flexibilité et la liberté. La flexibilité ou la souplesse d'un arbre est synonyme de s'adapter ou s'acclimater à des circonstances particulières relatives à l'environnement (montagne, Sahara) et au climat (vent, pluie, canicule, froid, sécheresse). Un peuple est flexible par rapport aux événements donc son pays souffre. Une personne flexible est non fanatique et qui devrait surmonter les défis. Dans le cas des épreuves électorales, il ne doit pas écouter les voix des partisans de boycott. L'auteur décrit le peuplier comme s'il décrit une personne. Il fait passer du général au précis : décrire sa flexibilité et sa liberté, deux caractéristiques suscitant la curiosité du lecteur de lire ce qui est de précis et de particulier (les composantes). Puis il passe sous forme de caméra à décrire du haut vers le bas ses composantes (feuilles, sève puis racines). La flexibilité et la liberté sont un signe de force naturelle. Cela nous fait penser à la flexibilité du roseau de La Fontaine (Fable n° 22, Livre I). De par la flexibilité du roseau, le vent n'a pu le déraciner. Au contraire, la dureté et l'arrogance ont été fatales pour le chêne. Passons aux feuilles de l'arbre. Ses feuilles se maintiennent sans s'affaiblir contre les vents et ne se fanent ou jaunissent pas tant que les racines sont fortes et non exposées aux vents. Les racines sont sa force d'exister et sa raison d'être. La solidarité, l'union font au peuple la force de l'existence. Ce dernier ne doit pas changer de peau au moindre vent. Ses membres passent par des crises économiques, politiques mais résiste (à la décennie noire par exemple) et parvient à surmonter cela par patience et détermination : le consensus national et la réconciliation nationale en sont preuve. Un parti passe pour un rassembleur autour des Algériens des composantes de la nation algérienne : l'identité, la religion, la culture et un destin commun. Peuple habile non arrogant est celui qui tend la main à tous. Nul ne nie la grandeur de peuple. C'est prévisible dans les phrases telles que “*la parole est au peuple*” ou “*l'Algérie est libérée par tous et ensemble nous la bâtissons*”. Passer de l'état naturel (liberté primitive) à l'état civil signifie créer des lois d'où la notion de citoyen. C'est la *bénédiction* citée par Jean Jacques Rousseau dans son œuvre *le contrat social*. Ces particularités ont fait du peuplier une source d'inspiration et non de fabrication pour les romanciers. BALZAC (1874)²³ note que “*Les peupliers de l'île semblaient en ce moment diviser les eaux avec les ombres allongées de leurs têtes déjà jaunies, auxquelles le soleil donnait l'apparence d'un feuillage d'or.*” On associe aussi au peuple

²³ BALZAC, *le Curé de village*, Ed. Houssiaux, 1874, tome 13. 575 p

la beauté et la perfection “*Cette brune jeune fille, à la taille de peuplier (...) cite BALZAC.*”²⁴. Encore plus, les peupliers sont une source de créativité. Nous citons à titre l’épopée algérienne relatée par Moufdi Zakaria (chant relatant les exploits du peuple algérien). Le dirigeant consulte le peuple dans l’élaboration des lois. Le peuple est donc source de pouvoir. GIRAUDOUX (1922 : p 97) ajoute que “*Les peupliers y agitent sans arrêt leurs feuillages. Le savant qui trouva la méthode pour utiliser la force des marées, vient souvent les écouter, et cherche un moyen de capter toute cette douceur et tout ce bruissement.*”. Un peuple agit à tout changement. On lui associe la beauté et la grandeur. On particularise un pays par un peuplier. C’est le peuple d’un million et demi de Chahid (martyrs)

La mobilisation de ce concept dans la confection des slogans a sa raison d’être. De par le slogan “*Oui pour l’autorité du peuple*”, le parti FNA précise et réitère que l’autorité est au peuple au nom de la constitution algérienne. Le FC et Alliances activent le slogan “*Le peuple veut le changement*” comme une forme de rassurance à ce que le peuple est acteur et sujet de l’action. Par le slogan “*Soyons à la grandeur de ce peuple*”, le PFJ va plus loin ; il rapproche au peuple la qualité de *grandeur*, un nom du Dieu. Un peuple est grand par son histoire, par sa résistance durant la décennie noire, et aujourd’hui par sa participation massive au vote. Le tableau qui suit rapprochera ces deux mots (*peuple* et *peuplier*)

²⁴ BALZAC, *le Lys dans la vallée*, Pl., t. VIII, p. 957.”

Peuplier

Selon les spécialistes des arbres (arboriculteurs)

- a. *flexibilité et la liberté*
- b. *feuilles persistantes qui tremblent au moindre vent néanmoins ne tombent pas et restent en vie du moment que*
- c. *la sève ne s'arrêterait nullement à faire l'ascension à partir des racines jusqu'aux feuilles.*
- d. *En plus, être plein de sève, c'est un principe qui communique l'énergie et la vigueur !*

Selon les intellectuels

- a. *...ce moment diviser les eaux avec les ombres allongées de leurs têtes déjà jaunies, auxquelles le soleil donnait l'apparence d'un feuillage d'or.*
- b. *agitent sans arrêt leurs feuillages. Le savant qui trouva la méthode pour utiliser la force des marées, vient souvent les écouter, et cherche un moyen de capter toute cette douceur et*

Peuple

Selon les historiens

- a. La nature civile
- b. Seul héros, le peuple (le pouvoir)
- c. La prise de conscience (Ecole, famille, dialogue, l'ouverture)
- d. Résistance

Selon les intellectuels

- a. Contemplation, exploits
- b. Source d'inspiration et de créativité

tout ce bruissement.

- c. Cette brune jeune fille, à la taille de peuplier (...)
- c. La grandeur

Passons au deuxième concept *citoyen*. Il a comme origine le mot “cité” qui vient du lat. *civitas*, -atis signifiant, dans l’histoire antique une “*Fédération autonome de tribus groupées sous des institutions religieuses et politiques communes*” avance Le Grand Robert. Il correspond à un ensemble de personnes (ou de tribus) libres, en opposition à esclaves ou étrangers dépourvus de droits, vivant dans un lieu précis et partageant les mêmes droits civiques, religieux et politiques à l’opposée de la ville où vivent des personnes non libres dans le sens où elles ne régissent pas des droits cités ci-haut.

Il faut distinguer la ville de la cité. À chacune sa particularité. Contrairement à la ville qui renvoie plus à un lieu de résidence, la cité se caractérise plus par cette fusion religieuse et politique de ses habitants où leurs libertés et droits sont garantis par l’acte politique. FUSTEL DE COULANGES (1900 : p181) précise que “*Cité et ville n’étaient pas des mots synonymes chez les anciens. La cité était l’association religieuse et politique des familles et des tribus; la ville était le lieu de réunion, le domicile et surtout le sanctuaire de cette association*”. L’association renvoie à l’accord entre les membres de la cité sur la gestion de la cité traduite par l’actualisation des lois au moyen de la liberté politique, le vote par exemple “*A l’instant, au lieu de la personne particulière de chaque contractant, cet acte d’association produit un corps moral et collectif, composé d’autant de membres que l’assemblée a de voix, lequel reçoit de ce même acte son unité, son moi commun, sa vie et sa volonté. Cette personne publique, qui se forme ainsi par l’union de toutes les autres, prenait autrefois le nom de cité*” constate Jean-Jacques Rousseau (Contrat Social, Chapitre VI). De ce fait, un citoyen ne renvoie pas au lieu où on vit ou on réside mais à la personne qui participe à l’élaboration de les lois et à leur défense.

Il s’agit de, notons le, de la récurrence du mot *peuple*, *citoyen* servant à introduire un esprit de patriotisme et d’appartenance. Le parti associe l’image de citoyen aux votants : *Pour le respect de la dignité du citoyen* (FND). Est citoyen celui qui fait son acte civique. Les éléments émotionnels sont présentés comme suit. Nous nous appuyons d’abord sur le vouvoiement (le vous de la responsabilisation et du copartage). Le vouvoiement est non seulement plus le vous de votants ou des adhérents mais aussi celui l’opposition, boycotteurs ou détracteurs, derrière eux

les journalistes et les chaînes privées ou publiques. Que chacun soit responsable de son acte. Les médias sont sensés mobiliser les Algériens à voter massivement. De même, le *vous* qui implique le *nous*, le *nous* de l'accompagnement. *L'avenir de l'Algérie entre vos mains, vous les jeunes, l'Algérie vous appelle* (MJD), le parti ainsi que les votants mènent conjointement l'action de citoyenneté par la procédure constitutionnelle. Ces manœuvres baptisées changement interviennent dans la structure ou l'équation mathématique qui suit : Jeunesse = avenir pour le parti MJD et Engagement des uns (le parti) + confiance des autres (peuple) = développement souligne PPL "*Engagement pour le développement et votre confiance sera tenue*".

1.4 Le logos de la génération de politique

Nous pouvons nous interroger sur la connexion énonciateur-énoncé, sur les procédés d'écriture mis en œuvre et sur leurs automatismes d'impact. En effet, la rhétorique qui était spécifique à l'oral passe pour caractériser aujourd'hui l'écrit en devenant une stratégie de séduire et d'émouvoir le public. Les jeunes d'aujourd'hui ne sont plus une cible facile à influencer ni un simple tube digestif qui absorbe tout sans la moindre critique. Il faut savoir trouver les mots qui leur conviennent. Ce constat nous amène à interpellier le support rhétorique engagé dans un tel événement politique pour déclencher un acte chez le lectorat. Nous voulons dire par rhétorique l'art de parler. Par parler, nous entendons savoir élaborer un slogan qui s'accommode avec la jeunesse du *printemps arabe*, du social media. Le parti politique manœuvre toute une ingénierie argumentative et dynamique dans son discours. La rhétorique est conçue donc comme une stratégie d'argumentation.

La première lecture de notre corpus (les slogans) révèle l'usage récurrent de la conjonction de coordination "*et*" contrairement à celle indiquant le choix "*ou*". La conjonction "*et*" introduit la fatalité et la détermination d'une action entre les interlocuteurs dans leur processus de changement. En effet, dans le slogan "*de façon constante, nous parvenons au changement*" (ANR), le locuteur laisse sous-entendre le sujet de l'action partagé dans le *nous* qui serait (toi et moi ou le nous et le vous). Le *nous* et le *vous* renvoient à deux situations de communications différentes: l'une avant élection - la campagne électorale- et l'autre post élection - au pouvoir- Il s'agit là de deux locuteurs: d'une part, le *nous* du parti (candidat) et le *vous* du public (votants) et d'autre part, le *nous* du responsable et *vous* du peuple surveillant et juge. Un autre support considérable alimentant l'argumentation figure dans les structures rythmiques à des fins mnémoniques et pragmatiques qui sont fréquemment présentes. Observons les exemples suivants : *Le changement par la jeunesse et pour la jeunesse* (MCL). On a la même cadence ou

assonance que celle affichée l'entrée de la mairie : دار البلدية من الشعب والى الشعب (en français, la mairie, du peuple et au peuple). L'autre slogan sous formule d'appel qui fait séduire par son assonance: *Le changement est une obligation nationale* (El Ittihad). Il restitue l'appel aux jeunes après l'Indépendance au devoir de servir la patrie: *le service national est une obligation nationale*, un slogan qui a caractérisé les années 60 et 70.

Le discours active aussi le support de l'effet de l'indentification qui constitue une forme de communication où les jeunes pourraient s'identifier au mieux à un chanteur célèbre ou une chanson fort reconnue. Ajoutons à cela, le savoir dire, le savoir s'adresser avec le langage des jeunes, savoir stimuler la marche à suivre. En effet, la chanson qui marque un événement historique dans le sport énonce un souvenir, un moment inoubliable de joie que l'on cherche. Une phrase qui est devenue sorte de prière c'est pourquoi lorsque l'on demande à un supporteur ou même étranger de dire un mot à l'équipe nationale, il répondra surement, en plus de one, two, three, viva l'Algérie et/ou maak ya El Khadra (en français, tous derrière les verts) sans oublier vouloir s'identifier à la jeunesse du *printemps arabe* (critère de fréquence) ayant lieu dans les pays voisins par l'expression : *Le peuple veut le changement* (Alliance). Le slogan pourrait aussi se doter un logos d'un journal de grande renommée: le slogan *franchise et crédibilité* (FBG) n'est autre que le logos du journal arabophone algérien *Elkhabar*, un journal à forte distribution. Ces parodies des textes communs (proverbes, appel, enseignes, slogan, logos, chanson) présentent une argumentation toute entière sous une *logique informelle* qui s'interroge sur la nature et la structure de l'argument (logique naturelle) Ajoutons à ceux-ci les slogans de type averbal. Une phrase nominale est une économie syntaxique, une forme d'accélération et de raccourci puisque l'électorat n'a que quelques secondes pour lire une affiche. Le recours à l'impératif est clé de voute de cette fusion énonciateur énonciataire. Le public se voit appelé par le ton de l'obligation. La phrase impérative recommande que tout le monde soit concerné et accompagné, voire responsable. Dans le slogan “*Soyons à la grandeur de ce peuple*” (PFJ), la première personne du pluriel renvoie au parti, électeurs, société civile, partisans, opposition, boycotteurs. C'est une forme de solidarité et de l'union.... Le support d'accompagnement est alimenté par l'emploi de “*ensemble*” et de “*tous*” qui se manœuvrent comme stratégie de la main tendue sous une structure chiasmatique (**Rhét.** Figure formée de deux groupes de mots dont l'ordre est inverse, selon Le Grand Robert) dans les deux slogans suivants : *Tous derrière l'Algérie* (El Karama) et *L'Algérie avant tout* (MJD). Ça rapproche deux éléments : le concret et l'abstrait. L'Algérie est tout et le tout est l'Algérie. Cela veut dire qu'il n'y a pas de place à l'exclusion. Selon l'expression des politiciens, “*Tout le monde a libéré l'Algérie et tout le monde la construira*”. Même si nous trouvons un slogan qui se singularise par la caractérisation

de l'acteur de changement "Tous avec Abdellah Djebballah (El Adala)", les partis sont unanimes que tous les Algériens sont concernés. Après *ensemble* dans les deux exemples suivants : "Ensemble réconfortons la cohésion nationale et batissons un avenir commun prospère" (RND) et "Ensemble pour réaliser la justice et la justice sociale" (RPR), le premier parti applique l'éthos discursif reposant sur les valeurs d'un parti historique, constitutionnellement reconnues et revendiquées. C'est un rappel du traité du 1^{er} novembre (FLN). L'enjeu dans le recours à *tous* et *ensemble* a comme mission la mobilisation des votants autour du programme d'un parti, une sorte de main tendue, de réconciliation avec le peuple, voire avec l'opposition ou les redresseurs. Quant au deuxième, c'est l'exaltation des valeurs sociales en usant d'un lexique positif, Nous citons *cohésion, avenir commun et prospère, la justice et la justice sociale* après l'activation de "ensemble", comme sujet de l'action.

Par ailleurs, le lexique que l'on vient de citer reste au cœur de ce qu'appelle Erving Goffman (1973 :44) *la portion d'espace*. Il caractérise un espace bien déterminé de l'Algérie, période du *printemps arabe*. Les locuteurs engagent selon l'expression de Kerbrat Orrechoni *la face négative* qui renvoie aux circonstances et la situation géopolitique vécue. Ce qui est validé dans la non évocation de la religion ou de la langue : aucun slogan ne parle de l'islam ou problème de langue. Nous pouvons lire quelques phrases déclaratives à valeur attrayante, une sorte d'exposition. Un slogan politique constitue des réponses à des aspirations et des attentes des électeurs. Ce qui est exhaustivement observé et commun dans les affiches : *votez* suivi par le numéro du parti et (ou) le nom du parti. Tous les partis se présentent comme les sauveurs, détenteurs de la solution, porteurs des valeurs humaines et sociales, les partis de la situation. Ils évoquent aussi la face positive « *qui correspond en gros au narcissisme, et à l'ensemble des images valorisantes que les interlocuteurs construisent et tentent d'imposer d'eux-mêmes dans l'interaction* », affirme Catherine Kerbrat-Orecchioni (1994 : 64).

Le candidat, voire le parti s'adresse au peuple algérien. En analysant les pratiques langagières des affiches de Mascara et d'Oran, nous avons constaté que, successivement le français, l'arabe puis amazigh sont les langues de choix pour les partis. Comment expliquer ce choix ? Le locuteur s'adresse à tous les votants : l'alphabète et analphabète. Qui dit politique dit que tous les moyens sont permis. Pour arriver à son but qui est séduire et convaincre, il leur parle dans la langue qu'ils comprennent d'où le recours au phénomène langagier de l'alternance codique. Ça confirme la volonté de l'énonciateur à se rapprocher d'un grand public. Ce n'est plus l'élite seule habilitée à voter. Chaque citoyen n'a qu'une seule voix. Cela rappelle un discours d'un candidat politique et secrétaire général d'un parti. Ce dernier exhortait ses adhérents lors d'un meeting de se rapprocher des dimins, des pauvres, des veuves, voire ceux qui ont des problèmes

socioprofessionnels. BENAMAR Kada (2012) les dénomme *المساكين و الزوالية* (en français, *les pauvres et les nécessiteux*). Pour le secrétaire, c'est eux qui votent et qui sont majoritaires. Par se rapprocher, nous entendons leur parler avec la langue qu'ils assimilent (langue maternelle). Dans cet exemple معاك يا الجزائر (en français, *tous derrière l'Algérie*), deux codes (arabe classique et arabe dialectale) cohabitent pour faire communiquer un message. Ajoutons à cela la langue des signes.

La lecture verticale du haut vers le bas et du bas vers le haut a une interprétation particulière. La lecture de l'affiche du parti Al KARAMA comme un signe de *oui* au vote quant au FND horizontale forme de *non* au boycott.



1.5 Métaphore argumentative

La métaphore n'est plus à écarter dans le processus d'argumentation. Elle ne sert pas à transmettre un message mais on transfère des opinions et des positions. Les jeunes d'aujourd'hui commentent sur social média, voire sur leurs murs au moyen de métaphore. C'est plus expressif et communicationnel. Anne-Marie Gingras (1996) avance que

Les métaphores sont des figures de rhétorique permettant un transfert de sens, des analogies faisant surgir un univers de significations et de croyances rattaché à un domaine souvent connu, par exemple le sport ou le spectacle. Elles offrent une dimension descriptive basée sur des expériences directes et permettent de ce fait une économie de sens en plaçant les événements et les phénomènes politiques dans un cadre relativement familier. (p160)

Dans l'élaboration d'un slogan, le parti fusionne le réel et l'irréel pour exprimer une idée, voire une position. La campagne électorale est une compétition où toutes les stratégies sont à engager. La métaphore s'appuie sur la fusion du concret avec l'abstrait. Les partis veulent en effet à impliquer l'électorat agité par les appels de boycott comme acteur de tout changement. Les figures de style se sont recrutées pour exprimer des analogies entre deux réalités, l'une matérielle et l'autre immatérielle; c'est à dire deux domaines ou univers différents s'unissent pour transférer une signification. "*L'Algérie mon amour*" ce n'est plus une description de l'Algérie mais une solide dose de rhétorique argumentative. Ce slogan est une forme d'un coup de foudre ou de déclenchement d'un amour. De déclencher une histoire d'amour s'ensuit l'acte de la demander en mariage. Pour un électeur, de séduire s'ensuit l'acte de voter. Elle fonctionne selon le schéma suivant : "*Le monde matériel est plein d'analogies exactes avec l'immatériel, et c'est ce qui donne une couleur de vérité à ce dogme de rhétorique, qu'une métaphore ou une comparaison peut fortifier un argument aussi bien qu'embellir une description.*" Constate Edgar Allan Poe dans *Histoires extraordinaires*, Folio n° 310

Cet amour est partagée comme on a vu dans l'exemple un dans le discours cité ci-haut est une forme de déclaration. "*L'Algérie vous appelle*" lui serait une réponse positive "le ok", une

forme de dialogue de deux locuteurs visant une relation durable. *«Toute conception qui ne jette pas de lumière sur l'importance de la métaphore dans l'argumentation ne peut nous satisfaire».*

Perelman, C. & Olbrechts-Tyteca, L. (1988)

Ce mariage a ses préparatifs qui se font graduellement. Nous devons être patients. Les partis activent et s'engagent à y parvenir. D'abord, insister ou atténuer une idée ou position par une forme rhétorique par litote. Le parti MJD lance *“L'avenir de l'Algérie entre vos mains, vous les jeunes, l'Algérie vous appelle.”* La répétition dans un slogan aussi court de quatre (04) fois le substantif *jeunes* dans ses substituts (vous, vos, vous) justifie son insistance sur la jeunesse comme moteur de changement. Ensuite, vient la figure de l'amplification qui associe deux actes de langage. Nous trouvons l'anaphore dans *“Le changement par la jeunesse et pour la jeunesse”* (MCL). Il s'agit de deux situations de discours dans deux espaces temps différents. *“Le changement par la jeunesse”* renvoie à l'avant vote, précisément la campagne électorale, sous d'appel au vote massif pour le parti. Quant à *“et pour la jeunesse”* correspond à l'après vote, une fois au pouvoir : tenir aux promesses. Comment y parvenir ? Étape par étape, par gradation (croissante): Le RND propose *“Ensemble, réconfortons la cohésion nationale et bâtissons un avenir commun prospère”* et ANR voit que *“De façon constante, nous parvenons au changement.”* Pour le premier, on doit lutter pour l'union et la solidarité sans qu'il ait un sentiment de vengeance puis avancer. Bref, on ne peut décoller sans être forts. ANR soutient qu'il faut savoir mettre des mécanismes de changement pour ensuite y accéder. Mais ce n'est plus une sinécure. Il faut insister sur la jeunesse. Il ne faut pas abdiquer. Il faut refaire l'expérience si on n'arrive pas. MCL avance *“Le changement par la jeunesse et pour la jeunesse.”* Ce que nous appelons le matraquage ou la répétition excessive dans le domaine de la publicité. Insister est un outil d'apprentissage. Nous sommes capables ; l'histoire de l'Algérie est illustrée par les faits les plus grandioses. C'est ce qui est exprimé dans l'hyperbole: PFJ : *“Soyons à la grandeur de ce peuple”*. Parce que nous sommes un peuple à miracles. Nous avons notre propre histoire illustrée par les faits les plus grands et personne ne nous donne une leçon. On est maîtres de notre destin. Notre peuple est mûr à sortir des conflits. Mettons fin à nos désaccords, soyons vrais *“Le changement par l'acte ...non par le verbe”*. Par acte, nous bâtissons notre Algérie algérienne. C'est avec notre crédibilité, sincérité, fidélité et patriotisme que nous ferons l'Algérie et nous dressons *“notre Printemps algérien”*, attestent les partis PLJ et MPA.

Après avoir analysé le corpus effectué nous avons résolu que les résultats de l'analyse démontrent que la plus part des partis manœuvrent le “oui” de vote, le “oui” de pour les valeurs, le “oui” pour l'Algérie : forme de référendum et de sondage. Il arrive cependant que

dans des textes où le locuteur essaie de communiquer la vision par l'affiche (slogan et photo) qu'il manifeste sa présence et qu'il aille se faire une idée sur ses opinions ou exprimer ses jugements en marquant son intention d'émouvoir ses lecteurs.

Commençons par le niveau phrastique. Arrêtons-nous maintenant sur la phrase négative. Dire "*nous nous ne promettons pas ce que nous nous ne pouvons pas mais plutôt nous tenons à nos paroles*", il (le parti ou candidat) n'exprime pas quelque chose qu'il perçoit, mais plutôt il énonce une opinion et un sentiment sur le jugement qu'il déclare. Il juge un jugement dans la mesure où une proposition affirmative traduit ce sentiment. Cela présuppose, évidemment, l'affirmation suivante: nous sommes la solution, les autres vous ont trompés. Le prédicat négatif (*ne promettons pas ce que nous nous ne pouvons pas*) traduit un jugement sur un jugement. Voilà une autre phrase : *le changement par l'acte non par le verbe*. C'est dénoncer ceux qui mentent au peuple et leur proposer le candidat comme l'alternance. De là la proposition négative signale une notation du second degré qui suppose un énoncé positif. Passons à "*L'Algérie mon amour*". C'est un slogan pris d'une chanson de Baaziz *l'Algérie mon amour, l'Algérie pour toujours* (Cf video n°07). Quant à "*Avec vous l'Algérie*", il n'est autre que le titre d'une chanson "*Maaak yal Khadra, Maaak ya Dzair*" (une chanson sportive). Enfin, un slogan pris sous forme de réponse à un référendum (*oui pour l'autorité du peuple*).

Passons au niveau énonciatif. Nous soulignons le mode impératif à valeur exhortative. La phrase impérative est un acte de discours qui contient en elle-même implicitement le *je* et le *tu* ou le *nous* et le *vous* ; une certaine présence de l'énonciateur et à qui il s'adresse (énonciataire). Le *nous* du l'accompagnateur et du responsable. Elle propose l'avis personnel de l'énonciateur qui s'implique dans son discours. Une donne communicationnelle dans le discours épideictique : *soyons à la grandeur de ce peuple*. En choisissant la phrase suivante "*rupture!*", le narrateur exprime un sentiment fort et un degré si élevé d'affectivité. Ces marques d'affectivité nous révèlent la charge émotive du texte et l'intention de l'auteur d'émouvoir son public. Benveniste va jusqu'à établir l'idée que le locuteur s'approprie le langage et s'impose comme *sujet*. La lecture de notre corpus (slogans) nous a permis d'extraire la stratégie discursive mise en œuvre lors de la campagne législative. MJD use d'un procédé rhétorique qui est la personnification. *L'Algérie vous appelle*, une figure de style consistant à faire d'un être inanimée (pays) une espèce d'être réel physique capable d'une réaction (appeler). Cette métaphore se porte seulement sur le verbe (appeler). Ne pas répondre nous donne l'impression que notre destinataire ne veut pas faire connaître sa réaction ou n'a pas l'intention, une forme de disjonction. Cela fait penser au portable où les expressions utilisées par un appareil téléphonique comme signe de ne pas

répondre, d'aucune liaison sont "*appel en attente*", "*L'appareil doit être état ou en dehors de la zone de couverture*" et "*Votre correspondant est injoignable pour le moment*". Un électeur peut ne pas répondre en rompant et boycottant. Il sera injoignable si le message ne passe pas. Une question se pose : qui sont le destinataire et le destinataire? De quel amour s'agit-il dans le slogan "*L'Algérie mon amour*"? Quelle lecture porte cette personnification? En première lecture, il semblerait que chacun des Algériens puisse participer à l'édification d'un état à travers son parti (emploi de "vous"). La structuration de tous les slogans (sujet prédicat) rappelle le dicton: "Un seul héros le peuple" ou la déclaration politique de De Gaulle "*oui, je vous ai compris*", un résultat d'un acte électoral "*oui au référendum*" ou l'œuvre de Mohamed Boudiaf "*Où va l'Algérie*". Pour PT en revanche, nous voyons ce discours direct, c'est tous les Algériens qui sont en position de l'opposition. Est nécessaire de marquer la force dans ce slogan dans un autre aspect qui est le fait de décrocher l'adhésion des électeurs. Ainsi celui de tous les partis se convergeraient dans l'interrogation suivante: « Quel changement voulons-nous ? ». L'idée de changement est plus récurrente. Une lecture rapide montre que le cheval de bataille de ces législatives se réfère aux mots clés qui sont au nombre de deux : L'Algérie et le nouveau. Le programme de chaque parti présuppose que le choix politique se résume au principe d'alternance. Commençons par le mot "*Algérie*". Nous vivons dans une époque baptisée « *le printemps arabe* ». Les pays voisins en l'occurrence la Tunisie et la Libye ont connu des révolutions. Notre lecture des affiches montre clairement que le vocable *Algérie* identifie, rallie et unifie tous les partis. En effet, les slogans seraient en corrélation. Nous jugeons une option sélective des mots sinon tout un champ lexical relatif à un seul thème qui est l'Algérie (patrie, citoyen, algérien, réconciliation, travail, bâtir...). Observons l'activation du mot *Algérie* ou de l'adjectif *algérien* dans les six exemples suivants:

Algérie		
Nom commun		Adjectif
• Nouvelle <i>Algérie</i> • L'avenir de <i>l'Algérie</i>	• <i>L'Algérie</i> mon amour • Avec toi <i>l'Algérie</i>	• Un état <i>algérien</i> • Notre printemps <i>algérien</i>

Le choix de *l'Algérie* et non pas d'une institution (militaire) ou un clan (relatif à la religion ou à une région) justifie la langue des partis. L'étude du sujet (Algérie) et les prédicats (état, nouvelle, avenir, avec vous, printemps, mon amour, appelle...) résume le programme de tous les partis aux courses des législatives 2012. Qui sont les sujets de l'action? Assurément les jeunes sont les acteurs de changement dans tous ses sens. Ce changement a lieu aujourd'hui par

engagement de tout. Il doit être installé pour une seule finalité résumée dans le lexique qui précède et qui suit le substantif Algérie : *Nouvelle, l'avenir, amour, état, printemps*. Chez **FLN**, “*Pour la fidélité à la patrie, votez Front de Libération Nationale*”, le slogan présente l’idée de l’appartenance et rappelle, par là, ses opposants du serment du premier novembre pour l’édification d’un pays fort et serein. Au total, le message est révolutionnaire en sorte qu’il rappelle la mobilisation du 1^{er} novembre 1954 par l’évocation de mot *partie* et du nom du parti historique. C’est être *fidèle* aux chohadas (martyrs) non pas à un clan ou une institution. Pour le **RND**, “*Ensemble réconfortons la cohésion nationale et batissons un avenir commun prospère*” (**RND**), le slogan est purement unifiant d’où l’usage du mot *réconforter*, une forme de réconciliation entre les deux générations : celle de la révolution (qui est au pouvoir) et celle de l’indépendance. C’est toujours cette main tendue et un slogan qui se veut visionnaire. Une expression appellative (ensemble) [jeunes et ancienne génération] qui démontre que l’union fait la force. Néanmoins, certains slogans signalent le caractère régionaliste ou religieux. Pour exemple, celui de (El Adala) “*Tous avec Cheikh Abdallah Djeballah*” manquerait d’impact et d’inspiration même si cette personnalité est connue par sa lutte et son opposition politique.

Passons aux vocables “la jeunesse” ou “le renouveau”. Assurément, le mot clé pour le parti **MJD** “*L’avenir de l’Algérie entre vos mains, vous les jeunes, l’Algérie vous appelle*”. C’est là un appel solennel et direct aux jeunes à s’unir et à participer au changement (période transitoire), une forme de prise de conscience. Cela nous fait penser à la période de dévoilement et d’engagement dans la littérature algérienne des années 50. Une forme d’une fatalité et de reconnaissance que les jeunes devraient être le sujet du pouvoir. Le slogan décline le paradigme du passage de flambeau. Cela nous fait rappeler le discours de Bouteflika à Sétif lors des élections 08 mai 2012 “*طاب جناني*”, (en français, *ma génération est arrivée à terme*) où il exprime nettement sa fatigue et prévoit la future démission de toute une génération, celle de la révolution. Le concept de renouveau c’est “l’étalon noir”, voire la “religion” commune de tous les partis. Le PT lui associe la signification de rupture, le parti FLN la continuité, respect, fidèle...

Le *nouveau* fait la devise de chaque parti dans son discours. Le mot désigne le passage d’une étape à une autre meilleure. Le *nouveau* parce que nous voulons plus parler du vécu jugé déplorable! Le *renouveau* définit la spécificité d’un comportement d’un parti avec les citoyens. Lorsqu’un parti ne propose pas des solutions ou ne séduit pas, nous ne pouvons le considérer comme parti politique mais plutôt des charlatans de la politique comme ceux qui écrivent

l'histoire sans la moindre critique et sans l'examen et la vérification des faits considérés par Ibn Khaldoun comme des charlatans de la littérature.

Nous dirions que ceux qui n'arrivent pas à convaincre les électeurs sont des charlatans de la politique. Nous pourrions définir le *nouveau* comme un processus de recyclage naturel car on ne peut pas changer un peuple. Sous l'effet de quelques *charlatans* de la politique, il n'y a de place entre candidats et électeurs que pour la rupture! Comment s'en sortir? C'est le système de recyclage ou de restauration qui s'en charge. C'est le rôle du candidat de les convaincre. C'est aussi de leur manifester la réalité face à la négation imposée de l'autre. C'est savoir exhiber sa propre fabrique du discours. Ce discours, qui s'est tenu dans un espace temps bien limité, devrait avoir comme finalité d'explorer des valeurs humaines en relations avec l'espace algérien. La métaphore ne situe pas dans un sens stylistique ou un synonyme d'embellissement de la langue. Au contraire pour le public, notamment les jeunes d'aujourd'hui, rire, se moquer, ridiculiser est la meilleure stratégie d'exprimer leur opinion. Leurs publications sur social media y sont preuves. Anne-Marie Gingras (1996: p161) voit que *“La majorité croit que l'utilisation des métaphores a pour objectif de faciliter le contact avec le public, la communication étant plus conviviale quand des schèmes conceptuels connus de lui sont utilisés. On suppose que si la population aime l'affrontement et le divertissement, elle appréciera les débats politiques décrits en termes semblables.”* Ainsi une affiche devrait répondre aux normes suivantes et séduire et convaincre. Elaborer une affiche serait une tâche difficile. Le candidat devrait savoir communiquer avec les électeurs au moyen d'affiche. Il leur parle d'un ton particulier tel un médecin! C'est les décrocher, leur faire approprier, les faire séduire pour s'arrêter à lire et à voir l'affiche, d'abord, puis les convaincre à voter pour.

Nous avons pu détecter certaines constantes relatives à la notion du nouveau: jeunesse, ouverture, réformes. Mais quelle signification ont-ils dans le discours médiatique et précisément le dessin satirique?

Chapitre 4

Analyse sémiotique des caricatures relatives au discours du changement

2.1 La caricature : un *dit* et un *dire*

Les dictionnaires ne présentent pas une signification suffisante et complète mais seulement des entrées. Ces mots morts n'ont pas de présent. Leur présent revoie à leur vie dans un contexte. Essayons de décrypter, de ressusciter ou de restaurer leur (s) signification (s) dans un contexte électoral ou politique. Assurément, l'affiche, est avant tout, un discours visuel. L'image est un passage obligé pour faire réussir une argumentation. Si nous suivons les caricatures dans les journaux traitons le thème de discours du changement, nous nous apercevons que le lexique activé propose des significations selon les tendances et les convictions. Le corpus suivants composé de huit caricatures prises du mars au juin 2011 en plein *printemps arabe* essaierait de valider notre constat. Notre choix de la caricature a sa motivation. En effet, si nous suivons les conversations des jeunes dans les rues ou lieu publics et même leurs commentaires et les murs sur social media, nous apercevons qu'ils décrivent leur vécu par le recours à l'humour, l'exagération, l'ironie. Alors pourquoi pas leur parler de la politique au moyen de la caricature? En tant que professionnel, le journaliste ou le caricaturiste doit connaître deux sortes de vérités: celle des faits et celle qu'il choisit en interprétant les faits. De là des mécanismes bien définis se sont imposés et des enjeux dans l'écriture et la description ont lieu d'être et sont perçus comme un constituant d'un discours autonome régissant de ses propres lois.

Après avoir examiné plus finement notre corpus, nous avons discerné des éléments qui débordent l'énoncé et qui dépassent le message brut, pour permettre au journaliste ou au caricaturiste de s'imposer dans son discours comme *sujet*. Nous avons distingué dans le message d'une part, l'énoncé, et d'autre part, dans l'énoncé la présence du locuteur, l'énonciateur : le "je" du narrateur, selon l'expression de Benveniste. Bref, derrière chaque *dit* un *dire*. Le dessin satirique ou la caricature suit des paramètres qui lui sont propres pour produire, transmettre et savoir faire recevoir une signification. Seymour-Ure Colin et Baillon Jean-François (1996: p57) expliquent clairement les paramètres de fonctionnalité de la caricature. Pour eux, "*Le dessin satirique procède par comparaison. Ses méthodes comprennent l'exagération, la distorsion, la simplification, l'épure et la caricature. Souvent (mais pas toujours), il y a une dimension humoristique créée par le paradoxe, la reconnaissance ou le contraste.*" Nous avons vu dans le paragraphe précédent que le journaliste apporte deux réalités : celle des faits et celle qu'il apporte lui-même aux faits. Nous nous intéressons à la deuxième réalité où nous nous focalisons sur le dessin satirique ou celui le plus connu par caricature. En effet, une caricature est un dessin grotesque où on a déformé certains traits caractéristiques d'un être ou objet pour décrire un fait.

Dans ce dessin, le caricaturiste présente un *dit* représenté par image iconique ou linguistique et derrière lui il passe le *dire* c'est-à-dire sa lecture du fait, voire la connotation. Le *dire* sera partagé avec le lecteur qui, à son tour, l'interprète. Le code iconique et l'image linguistique servent, dans leur union, à dresser un sens. Entre l'image et la langue, le lecteur discerne les paramètres d'élaboration de la caricature : l'exagération, paradoxe... mais de ces éléments que les significations surgissent. Notre présente analyse sera portée sur une étude sémiologique des caricatures publiées sur la presse algérienne d'expression française portant sur le lexique relatif au concept de changement vu ci-haut et sur l'interprétation proposée par le caricaturiste ainsi que celle que les lecteurs donnent. Les mass médias deviennent une source d'information et moyen de débat, de sondage. Les candidats dépensent une somme considérable d'argent, voire colossale pour s'adresser à leur public. En Algérie, on consacre des émissions pour les candidats pour présenter leur programme comme stratégie de rapprochement. Nous citons l'apparition des émissions spéciales campagne électorale où on assiste à l'invitation en direct des experts, des candidats, ex responsables, avis du public. Les candidats créent même des pages sur social media, le facebook notamment. Ces moyens de communication auraient plus d'impact sur le public et deviendraient plus suivis et commentés par nos jeunes. Anne-Marie Gingras (1996, pp 159-160) ajoute que “*Le langage politique, celui des personnalités publiques et celui des médias, devient en quelque sorte la «réalité politique» pour la plupart des citoyens et citoyennes.*” Notre choix se porte sur sept (7) caricatures relevées du journal quotidien algérien d'expression française *Liberté* s'étendant du 23 mars 2011 au 8 juin 2011, une période bien délimitée, celle du *printemps arabe*. Nous précisons que ces caricatures sont regroupées sur site du journal “*Liberté*”²⁵. Notre choix d'étude se porte sur la vérité que donne le caricaturiste aux concepts relatifs au changement vu ci-haut. Il s'agit des vocables suivants : consulter, jeunesse, reforme, réforme politique, ouverture, marche... Nous analyserons comment le caricaturiste propose un *dire* (interprétation ou connotation) à ces *dits* (image iconique ou image linguistique). Nous essaierons de décrypter les systèmes symboliques complexes faisant fonctionner ces dessins satiriques. A travers la première lecture des sept caricatures sélectionnées, le lexique étudié dans les chapitres précédents ne conserve pas la même notoriété et signification. Au contraire le caricaturiste l'adapte à un événement et le partage avec ses lecteurs. Comment y parvient-il? Il est sensé être conscient des connaissances politiques et socioculturelles qui sont un paramètre de connexion décisif dans toute lecture d'un fait. Il décrit sa position prise du quotidien de ses lecteurs, de leurs connaissances politiques. Il leur sera le porte-parole. Meister

²⁵ <https://www.liberte-algerie.com/>

Hildegard (1993: 104) avance que “*Les connaissances politiques et surtout socioculturelles du lecteur spectateur jouent un rôle essentiel dans la compréhension de la caricature de presse. Le caricaturiste, à son tour, ne choisit pas d’images ou de références historiques qu’il considère non identifiables pour une grande partie de ses lecteurs*”

2.2 La caricature comme stratégie d’explicitation de la notion de changement

Pour maintenir cette analyse, nous nous focalisons sur ces caricatures à visée argumentative. La première caricature étudiée est publiée le mercredi 8 juin 2011, journal *Liberté* et a comme scène une station d’essence. En effet, l’ambiguïté du titre réside dans l’acception proposée au mot “*consulte*”. Essayons d’observer sa circulation dans le discours politique observé par le caricaturiste dans un espace temps bien limité, *le printemps arabe*.



LIBERTÉ, mercredi 08 juin 2011

Nous y notons deux personnages. L’un est pompiste identifié par le pistolet à essence à la main et la pompe à essence. L’autre serait un client reconnu par un jerrican. Le premier paraît vieux et souriant et qui sert son client. Le deuxième paraît jeune et surpris que sa demande soit exaucée c’est pourquoi il prend du recul sachant que c’est interdit, comme on le sait, de vendre du gaz ou essence à un client à jerrican. Par analogie entre la légende “*Boutef consulte les jeunes*” et l’image du pompiste avec le client, nous dirions que le premier *Boutef* renvoie au pouvoir représenté par le président²⁶ et l’autre aux jeunes. *boutef* et *les jeunes* ont comme référent *consulter* et la relation entre les deux partis est *super ou normal*. Alors nous arrivons à l’équation ou le procédé de sondage suivant : comment trouvons-nous la consultation des jeunes avec le gouvernement : *super ou normal* ? Ou bien le gouvernement consulte les jeunes! Nous

²⁶ Le pompiste pourrait se renvoyer aussi parti au pouvoir, à savoir le FLN qui avait comme secrétaire général, Amar Saidani, surnommé le pompiste.

avons opté pour deux équations puisque les paroles du pompier sont ponctuées par le point d'interrogation et d'exclamation. La consultation de la jeunesse est-elle une fatalité? La réponse à cette interrogation est aussi simple à révéler. Chacun l'interprète à sa conviction religieuse, culturelle ou idéologique. Avec le *printemps arabe* la carte *jeunesse* est rechargée et activée. Nous devons mettre le point sur ce lancement traduit par les deux vocables : *normal* et *super*. Deux liens devraient être suivis : on doit prendre en considération cette carte comme partenaire dans la gestion. Entre les générations, il n'y a pas de place pour la rupture et le mépris. On doit exprimer la bonne volonté de consultation en octroyant aux jeunes des postes supérieurs. On doit finir de consulter pour consulter. Les expériences ne manquent pas. Je m'explique : dans notre vie quotidienne lorsqu'on dit consulter les jeunes, on a l'image qu'ils vont être jugés, qu'ils n'ont pas d'expérience et pas mûrs ou tout simplement ce n'est pas le moment étant donné que la situation géopolitique ne le permet pas et autres prétextes non fondés. Il y a dans cela l'idée de la phobie de l'autre et surtout le comportement de narcissisme. Autre l'image et la langue utilisées, le caricaturiste met en œuvre les surnoms pour faire savoir sa vision d'un fait. Deligne Alain, Mori Olga (1990: p29) confirme qu'«*Il y a des choses que le dessin ne peut pas "dire" ; il y a des choses que la langue ne peut pas "faire". Néanmoins, si l'on redescend aux "espèces", on peut aisément repérer des points de concordance entre caricatures et surnoms.*» Si on voit la caricature, le président algérien est identifié par le surnom «*Boutef*». «*Boutef*» est une apocope, une troncation d'un ou de plusieurs lettres en position finale d'un mot. C'est une abréviation du nom «*Bouteflika*» le président algérien. «*Boutef consulte les jeunes*» et «*Bouteflika*» se représentent comme équation. Le tronçon *Lika* est remplacé par *consulte les jeunes*. L'absence de «*Lika*» veut dire qu'il ne consulte pas les jeunes et qu'il lui manque la force d'autant, la jeunesse sachant qu'il a des problèmes de santé ; ce qui a mené à son éclipse médiatique. Cette partie manquante est exemplifiée par ce qui suit.

Essayons de voir l'interprétation de l'autre tirée de *Liberté* daté du dimanche 27 Mars 2011. Nous voyons dans la caricature deux personnes, l'une est l'ambassadeur américain identifié par le drapeau américain et l'autre un jeune algérien. L'ambassadeur américain a comme président Barak Obama connu plus par le slogan de campagne électorale *yes we can*. La jeunesse américaine a permis à un candidat noir d'arriver au pouvoir. Elle est capable des miracles.



LIBERTE, dimanche 27 mars 2011

Nous nous focalisons sur l'effet d'assonance qui devient une forme d'argumentation. L'expression "yes we can" (en français, *oui, nous pouvons*) a la même résonance que celle citée dans la caricature "yes jerri can". La première indique que l'avenir appartient aux jeunes vecteurs de changement. L'Amérique en est la preuve : avec le slogan "yes we can" ils ont changé le monde. L'histoire racontera que la maison blanche avait comme hôte un président noir. La symétrie réside dans le fait qu'un noir arrive à la maison blanche. L'ambassadeur est surpris que ce slogan ait fait un crash et devient dénudé de sa pure assonance. Il s'interroge et s'exclame que cette formule n'a pas eu la même résonance en Algérie. En effet, le *jerri can* vert-militaire devient un objet de suicide pour les jeunes. Ce *jerri can* n'emmène qu'à la mort. Entre la légende "l'ambassadeur des USA se dit optimiste sur l'avenir de la jeunesse algérienne" et les dits du jeune algérien "yes jerri can" c'est le paradoxe (*optimiste* et *yes jerri can*). Entre le discours dit des politiciens et celui de la réalité une autre vérité. Un constat de l'embrasseur : la jeunesse américaine est acteur de changement, la jeunesse algérienne est écartée et exclue. C'est l'impasse, qu'entre les deux parties la connexion faible sinon inexistante. Comment ? Passons à l'image caricaturale suivante plus captivante qui se rapporte à cet écart des jeunes. Elle traduit cette rupture et indifférence. Son effet est quantitatif : cela permet une signification plus restreinte à la notion de changement, voire de réforme. Elle spécifie l'acteur de changement et exclue un autre. Mais cette option ne saurait fonctionner seul. Les discours du populisme ou ceux de la consommation consistent à faire croire aux jeunes qu'ils sont les cadres de demain, qu'ils sont accompagnés, que c'est eux l'avenir et qu'ils sont l'instrument de tout acte de changement.



LIBERTE, mardi 31 mai 2011

Dans une autre caricature du mardi 31 mai 2011, journal *Liberté*, le caricaturiste renforce et valide le constat de l’ambassadeur. Nous enregistrons un drapeau algérien dans un fond noir et fixé par une canne: un bâton léger sur lequel on s’appuie la main en marchant ou en se levant. Contrairement aux caricatures précédentes, il n’y pas de personnages. La légende “*Les réformes politiques en Algérie*” est la seule indication linguistique ou entrée qui informe que le dessin s’articule autour de la notion de *réformes politiques*. Notons que le vocable *réforme* est au pluriel. Pas de dialogue entre personnages est significatif pour la caricaturiste. Il laisse aux lecteurs le libre cours d’interpréter et de décrypter la signification en partant de l’union des deux objets canne et drapeau avec la légende. Le dire du caricaturiste serait le suivant : Voici ceux qui font les réformes et voici l’état qui rompt avec les jeunes! Ou bien voici les réformes que nous lutons pour ! Il explicite même le discours politique sur la réforme qui serait le suivant : la réforme c’est nous ! Cela témoigne que cette notion est toujours contestée. Elle se réfère à l’ancienne génération. La canne témoigne la volonté du système d’établir des réformes selon ses grés ; qu’il veut se lever et marcher comme les jeunes mais il n’y parviendra jamais. Cette procédure témoigne cette politique de l’exclusion des jeunes. Ce message iconique a deux interprétations : l’une les réformes c’est consulter l’ancienne génération et l’autre les réformes ne veulent pas dire forcément consulter les jeunes. Une autre lecture sémiologique s’impose. Le caricaturiste nous fait passer le discours des dictateurs, le discours du *Big Brother* selon Georges Orwell. Le statu quo est représenté par la canne, signe de vieillesse, de maladie et de fatigue. Kamel Daoud atteste dans son article intitulé “*L’obscur défaite de «demain» devant le «hier»*”, que la rupture et la cassure résident les liens entre le *demain* et le *hier*, les jeunes qui sont les cadres de demain et l’ancienne génération représenté par *hier*, celle de la révolution. De ces dits (*demain* et *hier*) des dires sont annoncés : Il faut reculer pour sauter. Cela veut dire qu’on doit passer le flambeau aux jeunes tout en restant fideles au serment des chohada. La jeunesse

doit prendre le pouvoir sinon l'inertie et la cassure. Le président Bouteflika (voir Vidéo n°08) l'a affirmé dans son dernier discours public caractérisé comme discours d'adieu à partir de Sétif le 08 mai 2012 (طاب جناني, en français «*Notre génération a fait son temps* », selon la traduction du journal le Quotidien du mercredi 09 mai 2012, *la mission de ma jeunesse est finie* transcrit le soir d'Algérie du même jour). Kamel Daoud dans le même article confirme que:

Le monde entier attendait et redoutait une victoire des islamistes en Algérie, alors que c'est pire: c'est la victoire de personne, sauf du statu quo. Le régime a gagné encore une décennie et beaucoup d'Algériens vont perdre du temps. Il y a désormais une rupture dans ce pays. Une cassure. Une défaite devant la puissance sourde de la gérontocratie et de l'empire des vieux, des morts, des martyrs et de leurs fidèles descendants. (p.3)

Ces conflits de génération sont représentés sous une forme ironique dans la caricature suivante du 25 mai 2011. Le complément d'agent est effacé dans la légende (*Chadli, Mehri et Ait Ahmed seront consultés*). Il sera identifié par l'image suivante: c'est le président. L'image iconique et l'image linguistique conjuguent le langage de la rétrovision. Par le futur passif (*seront consultés*) la position est claire: l'avenir c'est le hier. On ne consulte pas seulement sa génération mais aussi celle qui le précédait (les morts). Voyons l'image caricaturale suivante.



LIBERTE, mercredi 25 mai 2011

La rupture s'accroît rapidement d'une façon quasi exponentielle entre gouverneur et gouverné. La négligence des jeunes fait peser. Ce qui va valider le mot "*conflit des générations*". Ce qui est déplorable c'est que la mal est général, le mal n'est pas algérien. En effet, le président syrien

Bachar Al Assad, quant à lui, définit la notion de “ouverture” selon sa position politique et le poste qu’il occupe. C’est ce qui traduit dans la caricature du lundi 16 Mai 2011.



LIBERTE, lundi 16 mai 2011

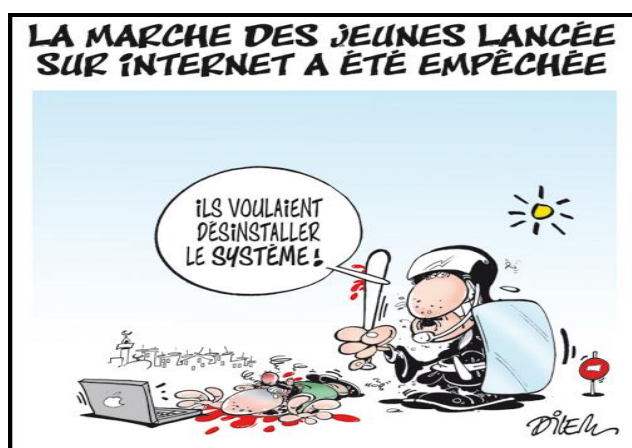
Parmi les significations que l’on a données au changement figure le concept d’*ouverture*. Il signifie écouter l’autre, l’accompagner, s’asseoir et discuter, prévaloir l’intérêt public... Le journaliste de par sa lecture du fait et sous forme ironique voit qu’ouverture et rupture sont synonymes. Ils désignent la notion de perdre du temps. Une différence et contraste se sont établis dans l’usage du concept d’ouverture dans la légende “*Syrie: Bachar Al Assad a fait des gestes d’ouverture*” et dans les dits du personnage “*il a ouvert le feu !*”. Dans le premier exemple ça renvoie aux significations précédentes. Le caricaturiste affirme que, engagée dans un contexte bien particulier et suivi du *feu*, il passe pour dire violence. Ouvrir le feu veut signifier imposer sa loi, son opinion, voire faire de la baltaga. L’autre, le *hier* selon Kamel Daoud, voit que son peuple n’est pas mûr pour le dialogue. La jeunesse, le *demain*, ajoute le même journaliste, ne s’active pas parce qu’il n’y pas de recharge. Le pouvoir est selon l’expression de Georges Orwell (2004, p5) (*The big brother is watching you* (en français, big brother vous regarde). Mais comment expliquer ce dysfonctionnement?



LIBERTE, mercredi 23 mars 2011

On ne s'arrête pas de déplorer toute revendication de changement. Elle fait peur. On accuse l'autre d'être la source de trouble sans l'écouter. On lui reproche de déséquilibrer l'ordre en revendiquant pacifiquement le changement. Mais que se passerait-il si on ne revendiquait pas le changement (réforme) dans un monde est en perpétuel mutation ? Dans un premiers temps, on stagne : si on n'avance pas on recule. Si on voit la caricature du *Liberté* du Mercredi 23 Mars 2011, on s'aperçoit que revendiquer des réformes, c'est participer au développement de notre cité, c'est que nous existons et que nous surveillons. Dans une société sans contribution de la jeunesse, la stabilité rejoindrait les étagères de l'oubliette. Un malheur n'arrive pas seul. A cause de cette phobie de l'autre, la jeunesse pouvait boycotter, rompre, démissionner, faire de la violence, se droguer, devenir une charge et penser à l'immigration clandestine. Le message est bien clair : le jeune doit être considéré, écouté et accompagné. Revendiquer est un acte civique.

Une question se pose : pourquoi la jeunesse devait-elle être incluse dans le changement ? Notre réponse est la suivante : parce qu'elle est facteur de changement. Le changement devrait être une question d'état d'esprit.



LIBERTE, dimanche 30 mars 2011

Nous devons inclure l'autre autant qu'il n'affecte pas l'ordre. Nous ne pouvons pas installer un système tant que nous agissons par le paramètre de l'exclusion. Cela s'explique probablement qu'on introduit la forme passive, dans la légende, en donnant une charge au sujet apparent vu son importance dans l'évolution des faits. La passive donne un caractère de discours parlé.

En observant la caricature du dimanche 30 mars 2011, nous voyons un agent de la sûreté nationale, avec l'uniforme de la police d'intervention, la matraque à la main droite maculée de sang et le casque à la gauche près à se défendre. Derrière lui une plaque de route indiquant le stop ou arrêt obligatoire. Le ciel est bleu, clair et ensoleillé. La deuxième personne, paraît jeune,

atterri devant son PC incapable de résister alors qu'il gisait dans le sang et qui succombe sous sa bavure. Il est maîtrisé par le policier. Qui l'a terrassé? Le policier n'est qu'un agent dont la fonction est de faire respecter la loi et d'assurer l'ordre. Le journaliste ne s'engage pas "*La marche des jeunes lancée sur Internet a été empêchée*". Il reste dans le retrait ou la distanciation et comme signale Dubois " *La passivation permet d'éviter la spécificité du sujet*". Il y a une atténuation prudente dans le fait de ne pas signaler le sujet de l'action. Une lecture permettrait d'en tirer une signification et une explication. Le caricaturiste bouscule le signifiant pour faire extraire le sens. "*Puis, ajoute Lévy Suzy (1994: 60) vint le mot d'esprit ou calembour, jouant avec les mots, bousculant le signifiant pour disloquer et dénuder le signifié.*" Par un jeu de similitude le caricaturiste décrit non plus le système informatique mais le système politique en place qui fait "stop" à toute action ou initiative des jeunes. C'est la police de la pensée, selon l'expression d'Orwell Georges qui s'en charge. Le "stop" indique aussi l'interdiction de critiquer l'ancienne génération et personnalités. Le président Bouteflika avertit les jeunes de tomber dans la fitna (la division). Le complément d'agent, qui est effacé dans la légende "*La marche des jeunes lancée sur Internet a été empêchée*", n'est autre que celui qui a procédé à mettre fin aux émissions invitant des personnalités historiques ou celles qui ont occupé des postes clés à témoigner. Le système est représenté par des personnalités connues publiquement et médiatiquement sous le nom de personnalités du système qui sont la ligne rouge identifiées par plaque rouge. Le caricaturiste critique aussi le silence complice des instances internationales, des syndicats, des associations, de la société civile, de la presse, de partis, de l'administration, voire des experts et des observateurs identifiés par le soleil qui brille et même les cheikhs représentés par la mosquée. Pour lui, ils sont responsables de par leur silence. Leur silence est un crime. Il ajoute que tout le monde constate le mal (le sang versé) et personne ne réagit (le ciel bleu).

Ainsi après avoir mis à plat et visualisé sept caricatures, le journaliste a donné sa lecture du fait par rapport au champ lexical du changement (réforme, jeunesse, consulter, couverture). Entre les définitions (les dits) que proposent les dictionnaires et leurs réalités politiques (les dire) l'écart fait surface. Nous avons aussi résolu que la notion de changement varie d'un parti à un autre. Les FLN et RND et PT la situent dans un axe de temps bien déterminé. Par l'expression *Pour la fidélité à la patrie*, le FLN trace le processus de changement du parti qui date de 60 ans s'étendant du serment de 1er novembre jusqu'au jour des législatives et va durer. Pour RND, créé en 1997, période de la décennie noire pour unifier les Algériens, période de la réconciliation nationale et *la concordance nationale 1999*, le changement se date des années 90 jusqu'à maintenant. Pour PT, *votez 44, rupture!* Ça commence dès les législatives 2012 et rejette le passé et ouvre une page nouvelle.

FLN

Dès le serment du premiers novembre (*fidélité à la patrie*) →

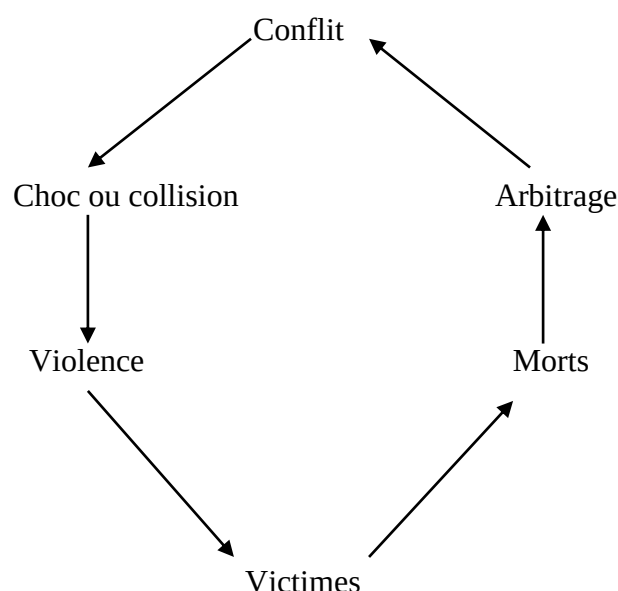
RND

Dès la concorde civile 1999 (*la concordance nationale*) →

PT

À partir des législatives 2012 (*rupture dès les législatives*) →

Le discours ne peut se mesurer à une simple connexion parti-électeur consistant à mobiliser un public à voter pour. Il n'est plus un discours de conflits des générations. Un conflit selon les dictionnaires, Le Grand Robert à titre d'exemple, est un choc qui engendre la violence, voire la guerre. La guerre sème la mort. Cette dernière sera dénoncée par les instances internationales et passe à l'arbitrage qui ne provoque les violences et guerres civiles. C'est tout un cercle vicieux schématisé comme suit :



En conclusion, nous dirions qu'il n'y a pas de conflits de générations mais politique de génération. Par conflits, nous entendons l'idée de domination, de désaccord et de contradiction. Or ces trois attributs ne se manifesteraient plus entre la génération de la révolution et celle de l'indépendance. C'est ce qui est visible dans leur discours médiatique. Nous dirions qu'il y a une sphère de visions des générations où on œuvre à défendre nos regards et non à attaquer une génération qui a fait des sacrifices. Le regard est destiné à exprimer une position d'une génération qui n'appartient pas à la même portion d'espace, comme disait Catherine Orecchioni. C'est une génération de l'indépendance qui a connu la décennie noire, génération du social media, des problèmes socioprofessionnels... Il en résulte que ce discours des générations demeure une stratégie d'expression d'une génération voulant s'identifier. Par ailleurs, la

compétition électorale ouvre une nouvelle dimension de dialogue des générations. La politique des générations suscite un débat fructueux réunissant des experts, historiens, personnalités et autres syndicats, société civile...Ainsi, la lecture des faits offre une réalité des faits. Intéressons-nous désormais à vérifier les stratégies de séduction et de convictions déployées pour conquérir l'opinion publique activées par les partis politiques dans les législatives 2012.

PARTIE III

L'impact dudit ‘‘*printemps arabe*’’ sur ledit ‘‘*printemps algérien*’’

Chapitre 1

Le slogan comme stratégie de programme argumentatif : entre séduction ou conviction

L'acte de faire de la politique est avant tout un acte de faire séduire. Avant de convaincre, il faut plaire. L'effet théâtral est un passage obligé dans toute course politique. Napoléon (Delaporte, p.15), expose sa vision séductrice en témoignant que *“je n'ai qu'une passion, qu'une maitresse, la France. Je couche avec elle.”* Il affirme que la politique est un vaste champ de séduction ; que l'opinion publique est synonyme d'une femme que l'on est sensé attirer. Il faut tout simplement la séduire au moyen de la beauté. Nous entendons par la beauté deux particularités : l'une morale et l'autre physique. Là et dans le discours politique toutes les stratégies sont permises: mensonge, ruse, hypocrisie, promesses, larmes, sourire... Nous pensons au discours de l'ex président égyptien Hosni Mobarek (Cf vidéo n°09) dans la période avant sa destitution où il énonce son discours de séduction *“Mon peuple qui m'aime”* et *“j'ai consacré toute ma vie à défendre mon pays”* et aussi aux larmes de l'ex président tunisien Zine El-Abidine Benali (Cf vidéo n°10) *“oui je vous ai compris !”* Bref séduire fait parvenir à dominer, à gouverner et à commander. *“Que ce soit avec les femmes, avec les rois ou avec le peuple, qui veut régner doit plaire”*, écrivait Frédéric Mistral. Nous nous rappelons de la dernière phrase du film *King Kong* (Cf vidéo n°11) connu par le titre *“la belle et la bête”*. C'est dans la dernière scène exposant la mort du monstre où un policier hurlait : *“Circulez le spectacle est terminé, nous avions l'ont eue”*. On lui répondait : *“ Ce n'est pas les avions. C'est la belle qui a tué la bête !”* C'est l'amour aveugle qui l'avait poussée à quitter son île et les siens pour rejoindre la belle. Bref il était séduit par la belle. Le verbe *séduire*, explique le dictionnaire Le Grand Robert, vient du latin *seducere* qui veut dire *“mener à part, séparer”*. Le sens moral dans le latin *ecclésiastique* signifie *“conduire”*. On mène quelqu'un à part ou on le sépare lorsque l'on séduit avec l'argent, par exemple, pour témoigner contre ; ce qui est synonyme de corrompre. Là on le sépare de ses principes c'est-à-dire acheter, suborner ou abuser de sa crédulité. Cela nous renvoie à *“Topaze”* la pièce théâtrale de Marcel Pagnol où le personnage principal Topaze, un enseignant miteux et mépris, vient d'être accusé d'avoir truqué les examens. Ce qui lui a valu d'être licencié et même de se séparer de la fille du Muche, le directeur d'école. Toutefois, il a séduit tout le monde une fois devenu riche. Muche le supplie de rejoindre l'école et se marier avec sa fille. Par conduire, nous entendons, l'emmener et malgré lui à commettre l'erreur et à le faire tomber dans la faute. La faute pourrait être d'ordre religieux synonyme de commettre un péché et nous avons comme exemple *la pomme d'Eve* ou d'ordre juridique équivalent de commettre un délit. *Le permis pour “piétons” séduit les visiteurs* (HH. P8) est un titre d'un article journalistique où le mot *“séduit”* signifie attirer et capter l'attention des parents par une banderole *“Le permis pour “piétons””* pour les inviter à la sensibilisation contre les accidents de la route. En somme, dans

tous les exemples cités ci-haut une idée d'attrait est récurrente : séduire signifie attirer en manœuvrant toutes les stratégies possibles.

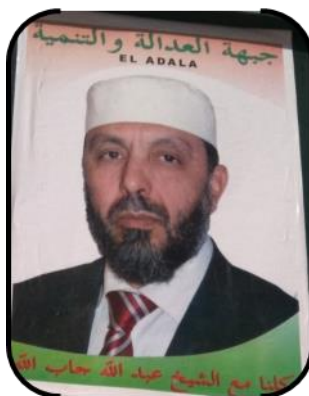
Par ailleurs et en politique, cette conception n'échappe pas à la règle. Les politiciens ont fait, selon l'expression anglaise du coaching séduction. Les partis politiques sont des séducteurs par excellence. Le politicien s'ingénie à mobiliser tous les moyens pour conquérir l'opinion publique. Pour y arriver au pouvoir, toutes les stratégies séductrices sont permises: mentir, accuser, voire semer la peur. En effet, les exemples n'en manquent pas. Le lecteur du roman *drame en Livonie* (1923) de Jules Verne découvre la stratégie déployée en politique et qui était l'intrigue. En effet, pour arriver au pouvoir et influencer l'opinion publique, Johausen qui représente les Allemands aux élections accuse son rival le professeur Dimitri Nicolef, le représentant des Slaves, d'un meurtre. Nous nous demandons souvent pourquoi les partis politiques n'ont pas tenu à leurs promesses des campagnes électorales. Voilà le secret : ils ont tout simplement séduit et menti avec le sourire, l'habillement, l'humour, la coiffure, le trait caractéristique, le niveau intellectuel, le camp religieux, la rumeur, la manipulation... *“Pour «amener à lui», le charmeur doit attirer et, pour y parvenir, déployer une stratégie nourrie par les apparences: il met en valeur son physique, il éblouit par ses paroles, il use avec habileté de ses sens, de sa voix, de son regard, de son geste”* témoigne Delaporte²⁷. L'attrait est explicitée dans son habillement, dans les mots qu'il énonce, dans sa manière de parler, dans son sourire, dans sa beauté... Le politicien demeure un démagogue qui parvient à flatter et à promettre. En politique, les apparences sont trompeuses. Elles sont une manœuvre pour accéder et/ou se maintenir au pouvoir. De ceci l'affiche de campagne électorale serait synonyme d'une femme sensée d'abord être séduisante avant d'être convaincante.

L'objectif visé est de vérifier les stratégies déployées pour conquérir l'opinion publique et d'explicitier les mécanismes peuplant la scène politique lors du *printemps algérien*. Plus précisément, prospector les codes mobilisés par les partis à travers les affiches servant à séduire le public qui n'a pas le temps ou ne trouve aucun intérêt de s'arrêter pour lire une affiche à partir de leur voiture, d'un bus ou en marchant. D'ores et déjà, notre analyse consiste à décrypter les affiches de campagne électorale des candidats des élections parlementaires 2012. Notre choix s'est porté sur deux partis lancés en course parlementaire. Il s'agit du parti “ADALA” et du “PARTI DES TRAVAILLEURS”, l'un à tendance religieuse et l'autre à position de l'opposition. Ces deux affiches véhiculent une notoriété particulière. Nous notons l'économie de mots dans les slogans et le portrait physique significatif.

²⁷ Op. cit p.9.10

1.1 Djeballah : candidat de la dichotomie

Par une interprétation visuelle, c'est la représentativité de l'islam moderne ou de la légitimité islamique.



Commençant par le candidat. On dirait une photo prise pour un souvenir ou pour fournir un dossier administratif : une carte d'identité ou un passeport. Le candidat affiche un regard confiant rassurant. C'est le candidat au portrait moitié musulman moitié civilisé qui représente une religion avec sa barbe et sa chéchia d'une part et moitié civilisée représentée par le costume, d'autre part. Cela serait un symbole de l'ouverture vers l'autre, une forme d'acceptation de l'autre, un vouloir s'asseoir et dialoguer avec l'autre, une forme de répondre à ceux qui l'accuse de fanatisme. Ça correspond à "oui" à la modernité sans se déconnecter de son identité. Ce portrait décrit non seulement le candidat avec sa barbe et sa chéchia représentant l'identité et la culture algérienne mais aussi l'idéologie du parti.



La partie supérieure présente un visage d'un personnage jeune, un quadragénaire. Il appartient à la jeunesse de l'indépendance à tendance religieuse. C'est l'ère des jeunes musulmans. Il énonce un regard direct, signe de détermination et de confiance en soi comme s'il voulait dire que son parti est déterminé à installer le changement. Quant à l'habillement, la Chéchia est un signe d'appartenance et de référence à la religion musulmane. Dans la culture populaire algérienne lorsqu'on dit à quelqu'un que l'on a mis sur la tête tel une chéchia ou une amama (en

français, turban) dans le dicton suivant نستاهل أنا لي كنت دايرك فوق الراس عمامة ونت سباط..كان لازمني (en français, je mérite. Je t'ai mis un turban sur ma tête et il s'est avéré que tu es une chaussure au moyen duquel on marche), on désigne la considération et la distinction. La moitié supérieure c'est la chéchia et la barbe à la sunnite comme s'il veut présenter son programme électoral: l'islam avant tout. Il ne faut pas oublier sa moustache qui le distingue d'un autre courant islamique jugé fanatique et étranger aux Algériens qui est le salafisme se caractérisant par la moustache rasé et la longue barbe non rasée. Cela le soustrait de cette étiquette assignée aux musulmans. Le moustachu dans la culture algérienne est synonyme de la force masculine. Il est signe de tenir aux promesses et de donner parole. En cas de ne pas y tenir, on promet de la raser comme signe de honte. Avant 1933, on exige aux gendarmes français d'être moustachus. La moustache faisait partie de l'uniforme. La moustache dans l'imaginaire collectif est synonyme de la masculinité et de l'autorité, écrit Edouard Ebel (2011) c'est pourquoi les politiciens le mettaient. Nous pensons à la moustache en brosse à dent d'Hitler qui serait synonyme de la force extrême, voire de la dictature décrit Le Petit Dictionnaire des Dictatures (2008 : p195). Les moustaches et la barbe ont une interprétation particulière : nous nous ne sommes pas le courant salafiste. Une forme de réponse à ceux qui l'accuse de fanatisme, c'est l'ère l'islam modérateur et du dialogue des civilisations. Le costume est significatif de l'islam moderne.



Les deux sont séparés par la cravate rouge. Cette cravate rouge à rayure blanches s'harmonise à produire un effet de ce mariage du traditionnel et du modernisme. La cravate donne un prestige social à celui qui la porte. Son ornement est synonyme de son appartenance à une classe privilégiée. A l'origine, la cravate vient du mot "*croate*" en référence aux soldats croates. Telle une cocarde, elle était un signe de ralliement des soldats. Ce qui traduit l'idéologie du pari fondée sur l'ouverture et le non fanatisme. Outre la sphère politique, la cravate conquiert tous les domaines. En effet, nous la portons dans les occasions de mémorisation, de festivité et de récompense de l'élite, des sportifs, et des personnalités... sans oublier les nouveaux mariés! Les cravates rouges ont comme signifié les présents dans un défilé et dont leur rôle est de vérifier et d'organiser. Elles symbolisent aussi un jeune cadre dynamique et ambitieux. Sachant bien et que

le secrétaire général du ADALA était le plus jeune candidat aux présidentielles algériennes 1999 ; la constitution stipule que le candidat doit être membre l'armée de libération nationale ; Abdellah Djaballah exempt il fait partie de la génération de l'indépendance. Le sens du décor montre ce fond blanc en partie supérieure et vert en partie inférieure et le slogan écrit en rouge : trois couleurs de l'emblème algérien. La force dans cette affiche est dans sa signification. En effet, le drapeau pour lequel est mort un million et demi million algériens représentant une assise d'une Algérie musulmane et civilisée. L'appel du 1^{er} novembre et le discours de Ibn Badis et de Malek Benabi en témoignent. Le serment des chohada (martyrs) représenté par la cravate autour du cou qui est synonyme du devoir tenir à nos promesses (في اعناقنا).

Ajoutons à cela dans le slogan l'usage du mot *Cheikh* et de *dieu* (2 fois) “*Ensemble avec le cheikh Abdellah Djaballah*”. Le choix du terme *Cheikh* est significatif dans la culture algérienne. Il désigne, du moins à son premier niveau, un vieil homme généralement un imam habilité à faire apprendre aux enfants le coran, à prêcher et qui ne s'immisce pas dans la vie politique. Dans un deuxième niveau ça révèle sa valeur référentielle. Son actualisation dans une sphère politique désigne un jeune politicien de la génération de l'indépendance et qui agit intelligemment dans les moments difficiles. On dit que ce joueur est cheikh parce qu'il sait réagir ou sauver son équipe dans les moments difficile du match. Ce qui donne une couleur à cette affiche c'est ce mot qui devient un terme idiomatique. C'est l'homme qui sait faire une légitimité islamique dans une circonstance où on accuse toute personne à tendance islamique de fanatique, voire de terroriste. Cette photo porterait une l'image d'une photoshop. C'est la dichotomie : deux parties séparées et diamétralement opposées mais complémentaires.



Le candidat, voire le parti essaie d'attirer un grand nombre d'électeurs puisque sa visée est de séduire avant tout. Il manifeste sa présence d'où l'usage de certaines tournures syntaxiques et lexicale. Nous citons l'adverbe *ensemble* et le vocable *dieu*. Son discours serait le suivant : Notre parti tente au mieux de vous faire part de la situation dramatique de notre pays. C'est celle de rapprocher l'Islam au fanatisme, voire au terrorisme. Notre équipe et vous défendons notre Algérie, pensons de demain où le dialogue est notre devise de communication. Nous sommes

consternés du vécu mais conscients du décollage. Ensemble pour le changement qui se fait avec la jeunesse musulmane civilisée.

1.2 Hanoun : stratégie de la rupture



C'est une affiche en rouge et blanc qui ressemble à un panneau de signalisation "stop" qui indique arrêt ou halte. Cela traduit le discours de Louisa Hanoun secrétaire générale du parti PT dans ses interventions, ses meetings ou ses sorties télévisées dans l'expression "BARAKAT". Un mot pris du dialecte algérien qui signifie en français c'est beaucoup! Ou ça suffit! Le vocable "rupture" devient le slogan de campagne électorale du parti. Il constitue le mot d'ordre. Il est une forme de refus et d'appel à être face au dysfonctionnement, d'une part, et à passer à une autre étape consistant à bâtir la maison commune qui est "l'Algérie", d'autre part. Cela est observable dans ses slogans même des élections 2017 sous une autre version "*Résister et contrer*". La force de cette affiche est dans le sourire de la secrétaire du parti et de la représentation des candidats réunis pour un destin commun qui est l'avenir de l'Algérie peint par la forme de leur emplacement traçant la carte géographique de l'Algérie. Cette femme est munie d'un esprit de défi représenté par l'injonction "votez" et la forme d'exclamation "rupture!". La candidate et derrière elle toutes les femmes serait la marraine qui émet un sourire bienveillant comme si quelqu'un qui fait signe de faire correspondre ou de connecter par une invitation. On voit qu'elle a le secret de secourir son pays par son équipage. Cela est visible dans la place de la carte géographique dans son cœur. C'est un signe que sa rupture n'est pas due à une main étrangère comme cultivent certains. Son regard peint le psychisme d'un rêveur. La femme à lunettes est une femme digne de respect ayant un caractère consciencieux et non de quelqu'un de violent. C'est quelqu'un qui est à bon escient et qui a une personnalité. Son visage fourmille d'indices d'une

valeur précieuse et confiante. Passons au regard, “*Un regard est dans tout pays un langage.*” affirme George Herbert²⁸. Un regard pétillant d’optimisme. Allons maintenant au profil coiffure. Les cheveux tirés qui dégagent le front signifient la jeunesse et la santé. Elle a les cheveux simplement tirés en arrière et retenus par une barrette qui dégageaient un front. Cela traduit une interprétation; c’est que cette personne est vivante, dynamique, jeune, confiante, ambitieuse et surtout qui compte sur soi. Qu’elle n’est pas indécise ou peureuse mais fonceuse et déterminée à réaliser son but qui est l’union et l’ouverture d’une nouvelle page. C’est être apte à faire décoller son pays après avoir rompu avec le passé. Nous pouvons traduire cette affiche d’une manière verticale dans l’appel suivant :

Chers électeurs,

Mon parti est sommé à vous représenter de fascinantes solutions, vous le peuple, seul héros. Ensemble pour une nouvelle Algérie [forme d’emplacement des candidats], un état de droit et d’égalité [les candidats: femmes et hommes] qui a sa propre culture et identité [arabe et amazighe].

Ce pays est à nous de part notre travail [parti des travailleurs]. En votant mon équipage, nous réussissons le décollage et mettons fin aux précédentes atterrissages d’urgence [rupture!].

Pour nous joindre, nous vous invitons à s’adresser à PT, en suivant le lien suivant : N°44.

Vive l’Algérie [positionnement de carte géographique dans le cœur de l’oratrice]

Parti des travailleurs

²⁸ George Herbert, <https://mbarki.wordpress.com/2011/01/18/les-3-secrets-du-regard/>

Nous venons d'explicitier en quoi consiste le concept de séduction en politique à travers deux affiches de deux partis mobilisés pour la course des législatives. Cette conclusion nous emmène à s'interroger sur la notion du changement.

Chapitre 02

La notion de changement entre l'idée de la force et la force de l'idée

Dans le présent chapitre, nous mettrons en ausculte un dispositif d'articles journalistiques dans la lignée de statuer sur la conceptualisation de la notion de *changement* signée par les décideurs : ministres, candidats aux élections, intellectuels et caricaturistes et même sur les réseaux sociaux... Nous nous focalisons sur un corpus composé des articles parus dans la presse algérienne durant le *printemps arabe* précisément du 2011 au 2014 où l'Algérie a connu plusieurs épreuves politiques. Notre objectif est de savoir si nous pouvons réellement dresser la lignée éditoriale dans l'élaboration de la notion de changement. Et pour cela, toute procédure doit être filtrée. Les lecteurs s'aperçoivent que le point de vue véhiculé notamment par les partis politiques engagés dans la campagne des législatives 2012 se résume dans axes qui s'alternent. Il s'agit de l'idée de la force et la force de l'idée. En effet, Le changement est devenu une évidence qui recouvre bien des positions différentes, voire contradictoires. Il est évident que les points de vue se divergent ; que chacun a conviction qu'il façonne selon son idéologie et sa conviction. Le point de vue est devenu le mot d'ordre dans tout acte de langage. Dans la plupart des discours, cette notion de changement a progressivement affecté d'autres disciplines ; nous citons le sport le musique à titre d'exemple. Il est à mentionner que ce concept ne pourrait être engagé que pour la bonne cause! Qui ne sait pas le fonctionnement du discours politique!? Qui dit politique dit que tous les prétextes sont bons pour accéder au pouvoir. À partir de la lecture des articles journalistiques et des discours émanant des personnalités algériennes, nous tenterons de savoir si ce que nous appelons "*changement*" traduit ce que l'opinion public aspire, et là nous parlerons de la force de l'idée, ou la trahit en véhiculant l'idée de la force. Toutes ces manœuvres expliquent le fait que cette notion est devenue une passion dans tout acte de langage. La notion de *changement* a pratiquement défrayé la chronique de part et la situation de discours et de l'entourage affectif. Les acteurs la manœuvrent selon leurs convictions et leurs positions, voire leur idéologie. L'auscultation du corpus suivant montrera son fonctionnement comme stratégie d'exprimer une position ou une opinion.

2.1 Le "*changement*" vu par les acteurs politiques

Lors de son discours de campagne électorale à M'sila, Mohamed Saïd (*Le Quotidien d'Oran*, 2012, p02), président du Parti de la liberté et de la justice (PLJ) a plaidé que le changement serait synonyme de participation massive et forme d'implication des jeunes au moyen des urnes. Citons que c'est la période des élections (situation de discours) et c'est un climat où se propage l'appel à l'abstention (l'entourage affectif). De part le titre "*Les citoyens appelés à participer au*

changement”, les acteurs du changement sont les citoyens. Les citoyens sont un groupe d’hommes ayant des droits à accomplir et des privilèges à en jouir. Par citoyen, nous entendons appartenir à une cité et se sentir responsable. Il est par ailleurs un élément influant qui a des droits et des devoirs. Les citoyens constituent une association morale et religieuse. Amara Benyounes MPA (Zafane Ferhat (2012) le rejoint, le changement pacifique s’explique dans cette équation : campagne, meeting, débats, sensibilisation et non abstention car le vote est *“l’unique issue à même d’opérer un changement pacifique et serein”*. Il ajoute que le changement se concrétise aussi dans la présence de *“quatre femmes têtes de listes au niveau de quatre wilayas.”*

Il y a l’exemple maintenant bien connu d’un des acteurs de la révolution algérienne et ministre de l’intérieur à l’époque (2011) qui s’est exprimé sur cette notion en lui donnant un timbre historique. Daho Ould Kablia, écrit Bensouiah Azzeddine (Liberté, 2011) a choisi de mettre en branle le train de changement qui passe avant tout par le retour aux sources. Un point de vue historique où il s’oppose au fait que le changement consiste à intégrer ou à enter une nouvelle culture ; *“il est difficile de mixer deux peuples et deux religions différentes.”*, dit-il. Le changement, ajoute-t-il c’est tisser des liens entre les générations. Le peuple est source de changement, la preuve *“les Français, [...], ont raté 130 ans de présence en Algérie pour changer le peuple algérien”*. Pour lui le peuple est la force et la force c’est le peuple. Reconnaître les erreurs n’est pas un défaut au contraire c’est une force. A cette notion, l’ex ministre associe la continuité et non la rupture. *“Je dis qu’aucune force matérielle ne peut triompher, dès lors qu’elle est portée par un peuple”* ». Il ajoute que le changement ne s’installe pas au détriment de notre culture. Il a ainsi canalisé cette notion sur les axes suivants: dialogue des générations, retour aux sources et notamment la reconnaissance des erreurs. Changer, confirme-t-il, c’est avoir d’abord reconnu les erreurs d’avoir *des profs de l’orient qui ont pollué l’esprit de nos enfants* et ensuite s’ouvrir aux nouvelles générations. Belkhadem Abdelaziz (Hocine A. 2012 p. 02), le secrétaire général du parti du Front de libération nationale, FLN, à l’époque réitère que le peuple *le peuple est source de pouvoir*. En effet, il a la liberté de choisir ses élus au moyen de vote.

2.2 Le “changement” vu par les intellectuels

Essayons de voir ce qui est frappant chez les intellectuels, journalistes et personnalités historiques quant à cette notion. Kamel Guerroua (2011 : p.10), journaliste et poète algérien, voit que le changement est synonyme du *maintien* qui signifie être durable. Le changement est avant tout installer des bases. Pour y parvenir, il faut que les conditions soient favorables. Le journaliste dans une expression proche d'oxymore avance que changer c'est se maintenir. Comment et par quelles stratégies? Le dictionnaire Le Grand Robert avance comme synonyme de maintenir «*protéger, défendre*». Maintenir un micro portable c'est le protéger en installant un anti virus pour qu'il fonctionne naturellement. Pour tout déséquilibre ou dysfonctionnement, la maintenance fait défaut. Il faut la remise en état du “Bildung social” dans sa globalité: on doit manœuvrer les conditions (carte de route) de décollage suivantes: instaurer la démocratie, appel des intellectuels, place aux vecteurs sociaux (syndicats, mouvements, association...) en acceptant la concurrence pacifique. Le Grand Robert avance au “*maintien*” l'idée de “*laisser durer*”. Abderrahmane Mebtoul (2011 :09) associe au changement le concept de la durabilité et de la résistance. Cette dernière germe avec “*La problématique de la Sécurité sociale*”: préparer la relève (la jeunesse), la gestion de la cité par l'élite. Bref, changer de mentalité “*S'adapter aux enjeux de la mondialisation*”. Le changement ne doit pas être compris comme «*un luxe inutile*” mais plutôt “*une construction savante, un langage structuré et structurant et un feu d'artifice composite sans lesquels la société algérienne risquerait de se muer en vase clos sans fond et dénuée de sens civique.*”, écrit Guerroua Kamel (2011 : p10). Investir en homme, installer le dialogue des générations donne au changement la patte de civisme et citoyenneté. La force de l'idée se voit dans le fait d'écouter l'autre et de s'ouvrir. L'acception du concept *ouverture* doit être comprise comme forme de s'asseoir et discuter ; cela qui fait la force de l'idée. Néanmoins s'ouvrir ne veut pas dire se servir des idées morales pour parvenir à des fins injustes. Cela mènera donc à l'inversion des valeurs.

Passons maintenant à une scène ou dessin satirique qui a mis en face un décor peignant l'idée de la force dans l'acception de la notion *ouverture*. C'est une personne levant haut ses mains et qui s'exclame que Bachar Al Assad a ouvert le feu.



En haut et en gras nous lisons “*Bachar Assad a fait des gestes d’ouverture*”. “Ouvverture” serait l’équivalent de changement. *Ouvverture* et *ouvert* sont deux mots de la même famille mais ils sont des antonymes. L’une est synonyme de changement et du dialogue, l’autre qui est activée dans la caricature veut dire l’inertie ou changer pour changer, voire la violence. il y a là l’idée de la force. S’ouvrir, à priori, c’est partager avec l’autre les chances de mérite par les moyens reconnus par la constitution. La liberté politique est la garantie de la liberté individuelle qui demeure la locomotive du train du changement. «*L’homme moderne est aussi citoyen, c’est-à-dire sujet politique qui s’implique, par différentes formes de participation de la vie de la Cité. Son rapport à l’autorité politique est un rapport contractuel, constamment révisé par des consultations telles élections et référendum* » affirme Ahmed Chabchoub (2002).

Pour mettre en place la carte de route, quelle institution a l’habilité d’installer le changement par le dialogue des générations et non à la rupture, le retour aux sources et par l’ouverture? Commençons par le facteur de l’éducation. En effet l’école demeure “*la seule institution-sanctuaire du changement et l’unique rempart contre l’ignorance, la gabegie et la myopie sociale.*” Guerroua Kamel²⁹. Une question se pose : quels discours et quelles stratégies doivent être faits pour mettre au point le changement ? Pour Abdelkader Mazouz (2011 : p9), le discours sur le changement devrait prendre le cachet de l’expression “*je vous ai compris*” (voir le CD) de De Gaulle tant accordé aux Algériens pour l’indépendance.

²⁹ ibid

2.3 Stratégies exogènes

Nous citons une stratégie pacifique de changement. Il s'agit de celle de la culture de la non violence. Nous proposons deux exemples d'expérience de changement pour voir si elles s'adaptent au cas algérien. L'une aux Etats Unis avec M. Luther King. Cet exemple s'applique au recours à la désobéissance civile face à l'injustice raciale et la ségrégation sociale (minorité, noirs américains, droits civiques). L'autre en Inde avec Gandhi est établi face au colonialisme britannique. Il constitue une forme de lutte pour l'indépendance à caractère pacifique. Pour lui, les émeutes ne mènent à rien. Les deux procédures sont pacifiques mais non compatibles avec le cas algérien. L'Algérie n'est plus sous l'occupation étrangère ni sous la violence à caractère racial. L'une est contre la ségrégation raciale entre les noirs et les blancs, l'autre pour l'indépendance et ce n'est pas notre cas même si pour les deux modèles de changement la violence n'a pas sa place. Le premier a opté pour stratégie de l'art (chanson) comme mécanisme de changement. *"Les plus branchés d'entre eux joignirent des groupes de musique protestataire ou simplement dansèrent sur le rythme de «I can get no satisfaction» (Je ne suis pas satisfait) après avoir trinqué à la santé de l'American Way of Life nouveau (mode de vie américain)." Mazouz Abdelkader (2011: p09).*

Ce qui est à déplorer réside dans l'idée de la force, voire le problème de communication. Kadhafi a loué les services d'une boîte de communication pour savoir communiquer avec son peuple. Le discours de la force a fait son irruption durant le *printemps arabe*. Nous partons du discours Kadhafi dans sa sortie médiatique" (Cf le CD) et aller jusqu'à traiter son peuple de *rats* (en arabe, الجرذان), ce qui nous fait rappeler le slogan "*Brule, chérie, brule*" forme d'une machine destructrice, en passant à un autre discours de l'exclusion émanant de Ali Abdallah Salah, le président Yéménite qui qualifie son peuple de "*de saboteurs, des bandits de grands chemins.*" (Cf le CD). Il ne faut pas oublier le dernier discours Benali où il fait référence à la fameuse phrase gaullienne *«Je vous ai compris»* comme s'il était en guerre avec son peuple ou même celle de Mobarek *«Mon peuple m'aime»*, une phrase séduisante impliquant le mensonge et qui passe pour une forme de théâtralisation (film). Ajoutons à cela la stratégie de la phobie "*le choix entre l'anarchie et la stabilité*". Ces procédures permettent de multiplier le discours de la rupture. Sur le plan politique, ces discours font vite alimenter la violence et activer la prise de conscience à la fois.

La volonté de changement ne se résume pas dans le fait que c'est au nom du *«changement»* que certains ministres et hauts responsables obligent leurs anciens cadres de quitter leur emploi

en procédant aux formalités de la retraite, écrit Ghania Oukazi (2011: p04) mais le changement est une question de mentalité. Baghdad Mohammed (2011 :p7) avance: *“Dans une démocratie qui se respecte, le peuple ne peut donner ses choix et sa délégation de signature qu'à travers des urnes propres et transparentes. Les citoyens de ce pays aspirent tous ensemble d'une transition pacifique sans aucune violence vers une nouvelle légitimité.”*. Charef Abed (2011 :p7) confirme que le changement n'est plus un discours stéréotypé, un langage mais il se vit ; que le pouvoir est au peuple (l'association de l'élite, de la jeunesse, des acteurs de la révolution).

Avec ce modèle de changement et avec l'association de ces paramètres, on peut se maintenir pour décoller et devenir un modèle à suivre tout comme les exemples cités-haut. Kamal Guerroua (2011 :p12) va plus loin, *“Mais faisant table rase de tous ces mauvais pronostics, ce monde qui a changé ne transformerait-il pas un jour l'Europe? Et le printemps arabe n'y était-il pas pour quelque chose dans cette prise de conscience soudaine de la jeunesse athénienne? Ne l'a-t-il pas rendu jalouse? Qui sait...!”* Nous dirions que le *changement* tient à une condition : que le citoyen soit utile pour la cité. Le changement dans un pays ne se mesure pas par l'idée de la force, mais la force de l'idée qui assure le bon fonctionnement de la cité. La notion de changement représente tellement un point de vue fort (la force de l'idée) qu'elle devient un slogan pour les partis politiques algériens dans les législatives 2012. Force de constater que les conceptions de la notion de changement d'un journal à un autre, voire d'un journaliste à un autre ne se valent pas; elles dépendent de la position de locuteur. Ces deux stratégies exprimant le point de vue, à l'origine, servent à défendre les bonnes causes mais elles ne veulent pas dire se servir des idées morales pour parvenir à des fins injustes! Adopter le changement n'est plus adhérer à l'idée selon laquelle on passe du savoir au savoir faire échanger, dialoguer, voire partager. La notion de *changement* a fait l'objet de plusieurs interprétations variant d'un locuteur à un autre. Deux forces statuent sur cette notion ; l'une comporte la force dans l'idée et l'autre veut passer par force. Les tenants de la théorie de “la force de l'idée” posent que les intellectuels sont acteurs de changement. C'est eux vecteur de changement, aptes à la mise à niveau, à ajouter de fonctionnalité au système en place, à avoir la dernière détection, à établir une sorte d'antivirus. C'est aussi eux qui tirent les leçons des erreurs, avoir une notable leçon de l'histoire, faire une planification et assumer et assumer une bonne gestion. La notion de “changement” est prise dans son sens le plus large comme étant une notion désignant les techniques qui se rapportent à une mutation, entre autres, les principes sur lesquels un pays s'appuie pour décoller. Cette notion n'a de sens que dans une atmosphère de paix, d'ouverture et notamment de reconnaissance à un peuple bien défini, selon son histoire, sa culture, son identité,

sa situation géographique et même politique. Les termes “ouverture”, “réforme”, “jeunesse”, “dialogue”, “renouveau”, “mentalité”, “ouverture” indiquent fortement que la puce (référence à un portable) de changement est bel est bien placée et activée mais elle ne peut fonctionner sans canal ou champ de communication.



Les deux exemples notent que tout engagement pour le changement devrait venir de l'intérieur c'est-à-dire par les Algériens et pour les Algériens. Le changement nécessite la plupart du temps, plus de patience et de sacrifices chez les uns (gouvernés) et beaucoup de volonté de l'instance politique. Mais, jusqu'ici, les observateurs ne soulignent aucun changement ayant eu lieu des expériences de l'intérieur contrairement à celles des autres. En effet, toutes les expériences concluent à un échec. Nous n'avons pas le sentiment d'une réalisation d'un changement. Les expériences réussissent dans d'autres pays, chez nous l'échec. Pour remédier à cela, ou, disons plutôt, pour décrire ce phénomène, nous disons qu'il faut algérianiser le changement. Il ne nous manque pas les expériences de l'extérieur ou les textes (constitution) mais il faut changer la mentalité. C'est fini les autres pensent et nous, on applique. Nous ne sommes pas des cobayes, les acteurs de changement sont portés à définir la réalité sociopolitique. En d'autres termes, l'acteur de changement doit se reposer sur les concepts en fonction de la réalité algérienne. C'est en reculant qu'on saute loin comme disait le proverbe. Par *reculer* nous désignons d'abord place aux intellectuels, lire l'histoire, savoir sa culture, délimiter les moyens qu'on possède, proposer et consulter, ensuite instaurer un modèle de changement en relation avec le facteur sociétal et enfin la résistance (durée de vie). Quant à la notion de peuple, elle doit être prise dans le sens plus large de l'ensemble d'humains vivant en société et homogènes dans leur vision de la vie et pour tout différend, une institution étatique statuera.

Pour aborder ce chapitre, nous nous inspirons principalement des expériences des hommes politiques. Notre choix s'est porté sur la lettre de Mehri adressée au président algérien Bouteflika. La démarche théorique consiste essentiellement à définir le concept clé de changement vu par un acteur de la révolution et un homme politique. Intéressons-nous désormais à la conception de cette notion selon une personnalité historique et révolutionnaire. Il s'agit plus particulièrement d'une analyse des champs sémantiques de la notion de changement dans la lettre de Mehri.

Chapitre 03

Le discours politique des hommes politiques :

Du savoir-faire au devoir-faire

Les événements 2011 que le monde arabe a connus ont fait couler plus d'encre. Les hommes politiques algériens ont exprimé leur position en (pro) posant plusieurs mécaniques d'un changement compatibles aux spécificités du peuple algérien. Tous les intellectuels et les experts s'entendent que la non-violence est une stratégie de changement. Le cas algérien n'est ni semblable à celui de Ghandi en l'Inde qui a abouti à la décolonisation de l'Inde contre l'occupant anglais ni à celui du sud coréen ou américain. Le cas de l'Algérie a ses propres particularités pour le décollage. Plusieurs voix se sont présentées pour répondre à la nature de la mécanique. Nous avons jugé utile dans ce chapitre d'alimenter notre recherche sur la notion de changement décryptée dans les chapitres précédents par l'étude d'un discours politique d'un politicien algérien, en l'occurrence Abdelhamid Mehri, politicien algérien né le 3 avril 1926 et mort le 30 janvier 2012, qui a consacré toute sa vie dans la politique. Nous nous focalisons sur son dernier discours publié dans la presse algérienne d'expression française, soit une année et 14 jours avant sa mort. Nous nous sommes interrogés sur sa vision sur la notion de changement si elle a un caractère d'une position d'un responsable d'un parti, d'une personnalité historique ou d'un simple homme politique. Aussi notre analyse sera une synthèse des initiatives appelées pour accéder au changement soit 50 ans après l'indépendance. Notre chapitre sera axé sur le questionnement suivant : comment un acteur politique, en occurrence Abdelhamid Mehri, élabore-t-il une mécanique argumentative pour faire adhérer un homme politique au sommet du pouvoir? De même, comment parvient-il à confectionner son savoir-faire pour parvenir au devoir-faire?

Dans un contexte jugé inquiétant et instable *-le printemps arabe-*, nous nous intéressons à l'étude d'un discours d'une personnalité politique en l'occurrence Abdelhamid Mehri paru dans le journal algérien d'expression française *El Watan*, rubrique *l'actualité* et daté du jeudi 17 février 2011, p.05. Il s'agit d'une lettre ou un appel adressé au président algérien Abdelaziz Bouteflika lui exposant les conditions du décollage de l'Algérie. Notre choix est significatif. Il s'est limité au discours de Abdelhamid Mehri ancien militant politique algérien ayant postulé plusieurs postes politiques stratégiques : il était d'abord membre du Parti Populaire Algérien (PPA). Puis après sa dissolution, il rejoint Le Mouvement pour le Triomphe des Libertés Démocratiques (MTLD). A partir de 1955, il est désigné membre de la délégation externe du FLN. Après l'indépendance, il a occupé plusieurs postes politiques : ministre, ambassadeur et secrétaire général du FLN. Il est aussi désigné comme directeur de l'école normale de Bouzariat.

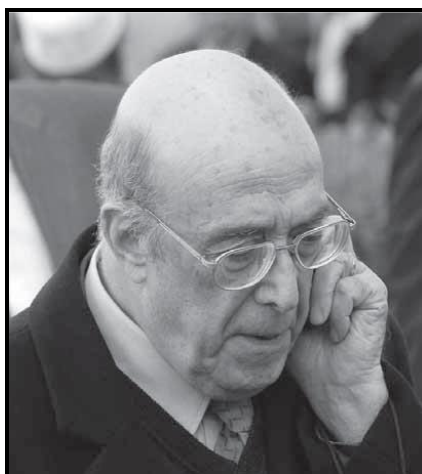
C'était un ancien flniste³⁰ comme on dit le discours politique algérien. Dans le discours politique algérien, un flniste désigne les anciens militants, les nationalistes, les négociateurs, les experts... Sa carrière politique nous a motivés à lire et à analyser son discours sur le changement. Nous avons constaté qu'il s'adresse à un homme politique sans recours aux opinions et aux doctrines. Encore plus, nous n'avons répertorié aucun mot avec *ISME*. Par *ISME* nous désignons, comme le souligne le Grand Robert, *les opinions et les professions*. Son interlocuteur n'attend pas de lui expliquer la notion de patriotisme, socialisme ou des leçons sur le nationalisme. En effet, la question du vouloir changer a été le sujet de tout discours quotidien dans le monde arabe. Plusieurs personnalités ont témoigné. Nous souhaitons donner une définition du concept ainsi que les paramètres de changement vus par une personnalité historique à travers une lettre ouverte au président algérien Abdelaziz Bouteflika (Cf annexe n°05).

Afin de mettre à plat cette lettre relative au changement dit pacifique adressée par un membre de la révolution et ancien secrétaire du parti FLN, nous nous sommes servis de l'analyse proposée par Charaudeau Patrick (2005: p 23) qui a souligné que *"... que la valeur argumentative d'un acte de discours ne peut être jugée hors de ses conditions de production, en l'occurrence de la situation de communication dans laquelle se trouvent pris les partenaires d'un échange langagier."* Le chercheur insiste sur le fait que le discours politique s'assoie sur une mécanique argumentative authentique. Nous considérons le discours politique entre deux acteurs politiques comme un discours digne d'un statut particulier et d'une construction particulière. Par construction, nous entendons mobiliser le savoir-faire du locuteur pour parvenir au devoir-faire de l'auditoire. Si nous nous référons à la lettre ouverte, nous nous apercevons que des mécanismes bien définis sont à manœuvrer ou à conjuguer pour parvenir au décollage d'un pays, l'Algérie. Ce chapitre tend alors dans cette perspective à faire émerger les mécanismes de l'argumentation mobilisés par un ancien militant du parti unique et ancien secrétaire général du FLN dans une lettre adressée à un autre militant et dirigeant du parti unique au pouvoir. Sur le plan méthodologique, nous avons travaillé sur un discours politique d'un personnage historique qui a servi son pays jeune et adulte, en guerre et en paix. C'est aussi quelqu'un de grande réputation. Bref c'est le personnage du système qui connaît ses rouages. Nous suivrons cinq paramètres d'argumentation établis par Charaudeau³¹ : premièrement, les conditions de simplicité, de raisonnement causal (l'un éthique, l'autre pragmatique). Ensuite le choix des valeurs et puis viennent les arguments (présupposé d'évidence), l'argument qui renvoie à l'éthos de l'orateur, l'éthos d'autorité, l'éthos de dramatisation. Nous passerons enfin

³⁰ Flniste renvoie aux membres du parti FLN (front de libération nationale)

³¹ Idem, pp.31-40

aux procédés de singularisation, de l'essentialisation, de l'analogie où nous aborderons l'étude des mots, syntagme figés, phrase à ellipse, phrases définitionnelles, jeu sur le paradoxe, tautologique, les phrases exclamatives. Notre première lecture du titre, *Lettre ouverte de Abdelhamid Mehri au président Bouteflika. Au frère Abdelaziz Bouteflika, président de la République* situe clairement le *phénomène de distanciation* existant entre même les frères de la même famille, la famille révolutionnaire (FLN). Cela est visible dans la photo.



La tête chauve, visage inquiet déterminent l'âge de 84 ans. Le front ridé symboliserait le front de libération nationale qui est au pouvoir depuis 50 ans, les joues tombantes décrivant sa vieillesse. Les lunettes déterminant la faiblesse de vue expliqueraient son éloignement ou écartement de la scène politique. Ils sont proches par appartenance à un seul parti, voire une seule patrie et loin de vue exprimé par l'usage de téléphone dans la photo et de la lettre ouverte publiée. La photo en noir et blanc détermine son tampon classique. Par classique, nous désignons l'appartenance à une période et une génération bien déterminées aux particularités spécifiques distinctes des autres périodes précédentes ou suivantes. Il s'agit de la génération de la révolution. Une personne qui utilise un téléphone et en regardant le parterre donne l'impression suivante : le tel sonnait et on ne répondrait pas, le tel sonnait et on attendrait la réponse, on retéléphonait mais l'appareil est éteint ou en dehors de la zone de couverture ou tout simplement son interlocuteur n'a pas l'intention de répondre. Sa mine donne l'impression qu'il a fait plusieurs tentatives mais comme intitule Malek Haddad son roman : *le quai aux fleurs ne répond plus*. Face à ce comportement, il lui envoie ou laisse un message vocal. Ce message vocal se traduit par la lettre ouverte.

Le premier atout dont il se sert pour attirer son interlocuteur consiste en un climat conditionnel de la situation du pays et même des pays avoisinants “*un contexte particulièrement délicat et dangereux*”. Le suivant est le lien de fraternité comme stratégie de s'influencer

amicalement d'où l'usage des (*au frère, liens de fraternité, frère président, salutations fraternelles*). C'est une forme d'appel et de salutations et derrière eux une stratégie de connexion avec un homme politique : faire écouter son discours à un compatriote. Le choix a sa raison d'être. C'est ce que Kerbrat-Orecchioni appelle la *face*. La face renvoie au pathos discursif en l'appelant *frère de combat*. Son frère est au pouvoir (premier magistrat) à présent et qui a une autorité. Il pourrait être un adjuvant ou le parrain du processus de changement. Quant à lui, il est loin de la scène politique en retraite n'occupant aucun poste politique mais celui qui est loin voit claire. A signaler que le locuteur est écarté de la scène politique soit de par l'âge soit de par l'exclusion malgré lui. On lui reproche d'avoir signé l'accord pour la réconciliation nationale en tant que secrétaire général du FLN en Italie, précisément celui de la plate-forme de Sant'Egidio le 13 janvier 1995, un accord rejeté en bloc par l'armée. Un accord jugé anticonstitutionnel, irréversible et condamnable par le système au pouvoir. Le FLN lui aurait mis dans cette situation d'écartement.

Le locuteur lui faut des stratégies fort construites et convaincantes. En effet, il ne s'adresse pas nommément à son interlocuteur mais par rapport au poste qu'il occupe, excepté le titre de la lettre où il désigne son interlocuteur par le poste qu'il occupe suivi du prénom et nom. Signalons que dans le corps l'appellation est signalée par les vocatifs initiaux : *Au frère* (une fois) *Monsieur le président* (une fois) et *frère président* (une fois). Introduire le syntagme *frère* dans le titre puis ouvrir et clôturer par *fraternel* dans son discours a une interprétation particulière. D'abord c'est une référence aux liens existant entre les deux hommes politiques. *Frère* veut dire qu'on est de même famille : la famille révolutionnaire. Le mot *frère* pour un spécialiste de histoire algérienne désigne les liens qu'entreprennent deux ou plusieurs personnes non pas de par le lien de sang mais des principes : fidélité à la déclaration du 1^{er} novembre 1954, au congrès de Soummam, au serment avec les martyrs. Nous sentons qu'il manipule un discours simple. Le locuteur s'appuie sur un raisonnement simple pour conquérir son auditoire (une autorité et derrière lui tous les lecteurs du journal). Le public n'est pas seulement la masse mais il pourrait être l'élite (l'élite est minoritaire). La masse par définition est une, *Accumulation de nombreux éléments distincts*. On y trouve les analphabètes (niveau d'instruction différents). On peut convaincre en évoquant leurs problèmes socioprofessionnels. Puisque son interlocuteur est un ex ministre de l'extérieur, un homme politique par métier, il doit lui chercher les mots simples qui le séduisent sans l'activation du populisme, par exemple le recours aux ISME. Pas de place à la fausse alternative puisqu'il s'agit d'un homme politique à qui il s'adresse. Il ne s'agit pas des jeunes politiciens ambitieux, des gens non expérimentés, des gens aux problèmes socioprofessionnels ou ceux des régions très éloignées mais il appartient à la cité. Là il y doit

mettre en marche des valeurs qui répondent à son interlocuteur. A signaler, chaque sortie nécessite une valeur : les valeurs qu'ils activent par exemple à la masse ne sont plus comme celles destinées à un politicien, celles d'un retraité de la politique ne sont plus pareilles à celui qui est au pouvoir et celles entre politiciens ne sont pas identiques à celles d'une campagne électorale. La simplicité nous emmène à savoir conduire un raisonnement non pas de dire la vérité mais de défendre ce qu'il voit vrai et de savoir persuader son interlocuteur que cela est vrai et qu'il doit agir. Il sait bien que son interlocuteur n'attend pas les leçons de patriotisme, une correction ou révision des notions politiques. Il est certain qu'ils partagent tous les *ISMES*. Nous savons qu'ils sont grandis ensemble dans le parti unique, qu'ils partagent les mêmes principes du FLN et qu'ils ont occupé des postes politiques sensibles. Le Grand Robert atteste que *frère* est synonyme de lien. Il désigne l' "*Homme avec lequel la personne considérée a des liens (de pays, d'ethnie, de classe d'âge, etc.)*". Ajoutons à cela les liens par rapport à la tendance religieuse ; nous avons comme exemple les frères musulmans en Egypte. Dans le texte, le locuteur effleure sa lettre par le syntagme lien au pluriel (*liens de fraternité, liens demeurent*). Les liens entre eux sont pluriels. Ça renvoie aux principes du 1^{er} novembre, du parti FLN et aussi par rapport à l'appartenance à la même génération. Ce mot est suivi du complément du nom *fraternité* synonyme de solidaire, fidèle et uni et aussi du verbe *demeure* qui veut dire les hommes changent mais les principes persistent, durent et se transmettent. Ainsi a lieu cette jonction *je et vous* dans son discours au moyen des formules syntaxiques identiques (sujet, prédicat). Nous citons : "*Je m'adresse à vous par cette lettre dans un contexte particulièrement délicat et dangereux ...*," et "*J'ai privilégié cette voie ouverte pour m'adresser à vous...*" Le mécanisme qui éclore cette structure est le suivant : Qui ? Je (locuteur Mehri) + quoi (s'adresser) = à qui ? Vous (Bouteflika). Le locuteur ne trouve de recours et de secours qu'à son compatriote. Ajoutons à cela l'usage de vouvoiement à un frère qui détermine le volume de la considération et la valeur de son interlocuteur : un interlocuteur qui a pu mettre la réconciliation nationale est capable d'instaurer le changement. Le discours de Mehri constitue une expression des bonnes volontés consistant à servir le pays et à apporter sa contribution à la fois.

Pour se faire, l'acteur politique a emprunté une mobilisation de l'éthos énoncitatif et énonciatif suivant : il présente le conditionnement de ce changement en affirmant que la critique rassure. C'est pourquoi il lui communique sa propre vision. Nous nous sommes servis de deux structures adverbiales activées par le locuteur. Il s'agit de "*A mon avis*" et "*selon moi*" qui traduisent ses bonnes volontés. Le locuteur les mobilise pour introduire son avis personnel considéré comme initiative. Ces deux adverbes sont deux structures aux fonctionnements distincts. Les deux expriment une opinion forte (nous y reviendrons dessous). Elles consistent à exprimer un

jugement personnel basé sur son savoir et ses croyances. Les bonnes volontés sont discutables mais constructives. Des erreurs y pourraient être glissées mais il reste est à l'écoute des opinions d'autrui, à en discuter et à accepter la critique. Andrée Borillo affirme que *“Pour le locuteur, signaler le point de vue subjectif du propos qu'il énonce est une manière d'en affaiblir la portée. Il manifeste ainsi une certaine prudence, soit par rapport à la vérité de ce qu'il avance, soit par rapport aux jugements évaluatifs qu'il introduit dans son discours”*. (2004 : p.31) Le locuteur use du mot *initiative* pour introduire son point de vue. Evidemment cette dernière est d'abord une information, non validée et confirmée certes, mais probable et elle n'est pas à écarter. Le Grand Robert attribut au syntagme *initiative* la signification d'une proposition soumise à une autorité compétente pour la faire adopter. Coltier Danielle, Dendale Patrick (2004: P43) rassurent que *“Dans la lecture PDV [point de vue], le contenu de p [proposition] a le statut d'une opinion, d'un jugement, d'une pensée, d'une supputation, d'une hypothèse..”*. Une personne qui fait l'initiative est une personne active. Pour mettre fin à sa passivité, l'homme politique a le droit de s'exprimer, de demander, d'apprécier et d'appeler les instances compétentes et habilitées. Nous avons observé dans la récurrence du mot *initiative* suivi ou précédé du syntagme *appel* ou *demande* un signe d'attirer l'attention *“Appeler à la multiplication des initiatives populaires émanant de la société et soutenant la demande de changement pacifique”* et *“Les centaines d'initiatives qui peuvent éclore de cet appel”* ou de s'exprimer, donner une opinion ou propositions des acteurs réels du changement et proposer les procédures légales pour y parvenir *“initiatives sociales des jeunes de la nation, ses étudiants, ses cadres et ses élites des différents secteurs et disciplines, d'exercer leur droit naturel et constitutionnel à exprimer par tous les voies et moyens légaux, leurs critiques, leurs aspirations, leurs opinions et leurs propositions.”*. Un appel ou une demande sont synonymes de lettres ouvertes qui pourrait être exaucé ou non. Ça n'engage que le locuteur. Les opinions, les demandes, les appels sont traduits, en plus des initiatives, par les deux adverbes *“A mon avis”* et *“selon moi”*.

Les deux structures adverbiales citées ci-haut présentent chacune une charge évaluative. Observons les deux exemples suivants : *“Le système de gouvernement installé à l'indépendance s'est fondé, à mon avis, sur une analyse erronée des exigences de la phase de la construction de l'Etat national.”* Et *“Cela a fait perdre au pays, à mon avis, une opportunité précieuse de renouveler et de consolider sa marche vers le progrès et le développement.”* Avec *“à mon avis”*, le locuteur énonce et s'appuie sur ses expériences personnelles, se réfère aux postes qu'il a occupés, use de ses propres connaissances et de ses lectures des faits (il a vécu des faits), de ses côtoiements des personnalités historiques, de ses voyages et déplacements, de ses participations aux congrès national et international, de ses écrits etc. C'est tout un passé composé et un tout

composé de ses expériences personnelles et collectives. Nous citons l'usage de passé composé (*s'est fondé, a fait*) démontrant le caractère réel de ses dires. Si nous lisons les deux exemples relevés ci-haut, nous constaterons qu'un seul sujet et un seul avis. La structure de la phrase fonctionne comme suit : l'état (*gouvernement, pays*) a besoin, à *mon avis* de la construction, progrès, développement. L'adverbe d'opinion "*à mon avis*" a un poids de par la valeur de son locuteur. Il est placé comme un adverbe d'opinion forte dans la mesure où le locuteur est un homme politique, ex dirigeant, militant et militaire qui s'est appuyé sur son passé et qui s'est inspiré de son expérience et de ses témoignages. Il est donc responsable de ses propos et près à la critique et la confrontation. Il s'agit donc d'une initiative fondée puisqu'elle renvoie au savoir : réalité vécue, expérience, témoignage... Cette personnalité a, comme écrit Ibn Khaldoun dans son œuvre *Prolégomènes*, Première partie (1863), "*la connaissance profonde de la manière dont les événements se sont passés et dont ils ont pris naissance.*"

Cependant à travers l'usage de "*selon moi*", le locuteur s'active par prudence puisqu'il évoque le demain. Les propos n'engagent que lui. Ils ne sont pas ceux d'un parti, d'un clan, voire des redresseurs mais s'assoient sur ses croyances et ses prévisions. Il dresse sa vision personnelle et future du changement. Nous assistons à l'usage de l'adjectif "*souhaité*" qui suit la notion de changement dans les exemples suivants : *Ce changement souhaité nécessite, selon moi, de commencer simultanément par les actions suivantes.* Et "*Le temps qui nous sépare de cette grandiose occasion est suffisant, selon moi, pour parvenir à un accord entre Algériens pour le changement pacifique souhaité.*" Ces initiatives sont relatives à la conception de demain : elles ne sont qu'une lettre ouverte qui pourrait être lue ou non, une sorte d'avertissement ou rappel où on n'est pas sensé répondre. Ces initiatives peuvent être rétractées; le locuteur pourrait renoncer à ses dires. Il fait les initiatives de part le vécu et les erreurs citées ci-haut. Il fait le diagnostic de la situation politique algérienne dans un conditionnement bien défini, le *printemps arabe*. Il s'adresse à son interlocuteur avec diplomatie en lui expliquant qu'il gère un régime politique sans l'accuser. *Vous êtes aujourd'hui au sommet d'un régime politique dont la mise en place n'est pas de votre seule responsabilité.* Une question se pose comment fonctionne ce régime ? L'emploi de l'articulateur logique *mais* suivi de l'indicateur de temps *aujourd'hui* traduit la situation déplorable dont la responsabilité est partagée "*Mais aujourd'hui, de par votre position, vous assumez, et avec vous tous ceux qui participent à la prise de décision, une grande responsabilité dans la prolongation de la vie de ce régime qui, depuis des années, est bien plus marqué par ses aspects négatifs que positifs.*" La dramatisation est exprimée par l'usage des superlatifs pour marquer une position et la renforcer (l'usage de *encore* + *plus* superlatif absolu double) dans "*Il est devenu, en outre, inapte à résoudre les épineux problèmes de notre pays qui*

sont multiples et complexes, et encore moins à le préparer efficacement aux défis de l'avenir qui sont encore plus ardues et plus graves.” Il insiste sur la gravité en usant des adjectifs (*ardus, graves, profond*). Pourtant, ce qui est commun à l'Algérie et à ces pays ne se limite pas à la vague tragique de recours au suicide par le feu, il est encore plus profond et plus grave. Mais qui en est la cause ? Dans le cas qui nous intéresse ici, le locuteur théorise un diagnostic de la notion de changement en dressant les erreurs de la politique de ses compatriotes post-indépendance. La responsabilité est copartagée entre les compatriotes d'où l'usage de *nous* (04 fois) qui renvoient aux (je, vous et tous les Algériens), une forme de diplomatie. “*Les événements, qui surviennent continuellement chez nous et qui adviennent autour de nous depuis des mois*”. Il ne cite pas des noms mais il énonce que ce sont des lectures et des analyses erronées commises par certains. Il faut distinguer erreur de la faute. Par *erreur*, nous entendons qu'on a essayé et ça n'a pas abouti, que ce n'est pas voulu, et que de l'erreur qu'on apprend, que l'erreur est humaine. Les erreurs font partie de la construction et que des lacunes qu'on avance “*Le système de gouvernement installé à l'indépendance s'est fondé, à mon avis, sur une analyse erronée des exigences de la phase de la construction de l'Etat national*” prudence il désigne les responsables par *minorité* “*Certains dirigeants de la Révolution....* Le plus grave c'est de constater le mal sans (ré) agir. *Les choses se sont aggravées, chez nous, par le fait que le discours officiel, à des niveaux responsables, fait une lecture erronée – sciemment ou non – des réalités. Certains responsables étaient complices étant donné qu'ils avaient la décision...* “*Cette lecture erronée de la part de plusieurs parties – avec des intentions sounoises de la part de certaines autres parties – a empêché, fort regrettablement, que les véritables enseignements soient tirés des événements d'Octobre 1988.*” Cette interprétation erronée pourrait mener à la guerre civile “*Cette interprétation erronée s'étend également aux événements qui se déroulent dans des pays proches, comme la Tunisie et l'Egypte.*” Les erreurs ne doivent pas être justifiées par le courant de l'islamophobie au contraire elles sont partagées. - *Cette lecture [erronée] insiste sur les différences afin de rejeter les enseignements qui en découlent.* - *La crise, dont les effets continuent à marquer la scène politique, est la somme d'erreurs commises aussi bien par des mouvements islamiques que par les autorités de l'Etat dans leur traitement.* Cela a cultivé la culture de la rupture.

3.1 Exclusion ou politique des générations

Le locuteur se défend en déclarant, en tant que ex dirigeant, que certains dirigeants ont suivi une politique de l'exclusion sous prétexte de la volonté d'une construction. Il avance que *“Certains dirigeants de la Révolution avaient opté, dans le contexte de la crise que le pays a connue en 1962, pour une conception politique d'exclusion pour faire face à la phase de la construction plutôt qu'une stratégie de rassemblement énoncée par la déclaration du 1er Novembre 1954.”* On accorde au premier novembre les enseignements et les principes. L'exclusion est devenue un savoir du vouloir politique. Il faut noter que l'exclusion passe pour devenir synonyme de totalitarisme, de marginalisation, de parti unique et antonyme de rassemblement. Il ajoute que *“L'exclusion est devenue, à la suite de ce choix, le trait dominant de la gestion politique et de la manière de traiter les divergences d'opinion.”* Et que *“Les cercles et groupes politiques qui étaient choisis au début du mois étaient susceptibles d'exclusion et de marginalisation à la fin du même mois.”* Le locuteur défend sa thèse par la stratégie de la relation d'évidence. Si certains ont choisi le politique de l'exclusion et d'autres ont fait des lectures et des analyses erronées, cela alimenterait la rupture et les conflits et si on met fin à ses agissements on se sentira citoyen responsable et actif. *“Un régime démocratique [rétorque-t-il] qui libère les larges catégories sociales du cercle de l'exclusion et de la marginalisation pour les faire entrer dans une citoyenneté responsable et active.”* Aux lectures erronées, ajoutons le rejet des initiatives et le refus de l'autre en rejetant tout ce qui est nouveau et c'est aussi émettre sans recevoir *“Outre le fait qu'il est fondé sur l'exclusion, le régime a hérité de méthodes et de pratiques secrétées par les conditions difficiles de la lutte de la Libération et les a adoptées dans la conduite des affaires publiques après l'indépendance.”*

Le locuteur propose des initiatives pour y remédier. Pour lui, l'exclusion est synonyme de violence alors le dialogue est un passage obligé. *“Des séminaires de dialogue rassemblant, à différents niveaux et dans la diversité des courants intellectuels et politiques, des citoyens engagés qui rejettent la violence et l'exclusion politique et qui œuvrent à identifier les similarités et les préoccupations communes permettant la jonction des volontés et des efforts pour la réussite du changement pacifique souhaité.”* Le discours politique entre deux hommes politiques ne ressemblerait pas à celui qui s'adresse à la majorité d'opinion. Au contraire, il se particularise par les trois procédés : la singularisation, l'essentialisation et l'analogie. Pour l'une (la singularisation), l'homme politique devrait éviter de parler de plusieurs idées. La multiplication tue l'idée et pourrait mener à la confusion. C'est pourquoi on parle généralement dans le monde politique de cheval de bataille ou le slogan d'une campagne. Le locuteur devrait se concentrer

sur une seule idée et la défendre. Trop d'idées pourraient diviser les alliances, cultiver le désordre, semer le doute entre les adhérents ou créer des redresseurs. La singularisation conduit vers l'essentialisation. Cette dernière notion, est synonyme de condensation. *Cette marginalisation et cette exclusion nourrissent en permanence le ressentiment et la colère.* Tout ça se résume généralement dans les slogans d'une campagne électorale. On parle généralement du changement et de l'exclusion (récurrence dans l'appel). Il faut ajouter à cela le procédé d'analogie. L'homme politique compare la réalité à un événement qui a marqué l'histoire de l'Algérie avec ses répercussions ultérieures. Il s'agit de l'évocation du 1^{er} novembre ou de la révolution, deux événements historiques réputés par leur organisation et leur légitimité révolutionnaire (*délibérations, conduite, prise en charge, principes*). C'est aussi l'évocation du 05 octobre 1988 (deux reprises) qui a fait des conséquences négatives connues par l'appellation la *décennie noire*. Ces événements sont devenus une référence pour en tirer les leçons et les enseignements

Le changement est une question d'état d'esprit notamment dès qu'on est environné par tous les mots qui réveillent et éveillent. Le locuteur use des phrases définitionnelles (slogan) pour renforcer sa position. Par l'énoncé "*Les voix qui revendiquent le changement de ce régime...*" C'est la voix du peuple qui monte contre le régime. Le locuteur fait référence par le triangle [*Voix..... changement.... Régime*] au slogan scandé lors des manifestations du printemps arabe : *le peuple veut le changement du régime*. C'est un argument de rappel et d'avertissement à la fois. Le changement devient une obligation morale. *Les signes qui alertent sur le caractère impératif d'un tel changement sont visibles depuis des années.* Le peuple est souverain et maître de son destin : l'histoire en est témoin. *Le peuple algérien – qui a pris en charge, de manière consciente et loyale, la révolution quand elle a été jetée dans ses bras et en a assumé la responsabilité avec abnégation et patience – est apte, du fait de sa profonde expérience, à prendre en charge l'exigence du changement démocratique pacifique du régime et à l'accompagner vers les rivages de la stabilité et de la sécurité.*

Le syntagme *initiatives* est toujours au pluriel. Le changement repose donc en plus des bonnes volontés de plus de paramètres. Nous signalons le procédé d'énumération introduit par le mode infinitif et le temps présent à valeur prescriptive "*Accélérer, Appeler, prendre, établir* (4fois)". Le changement n'est plus affaire du pouvoir seul mais c'est la participation de tous associés sociaux : partis, société civile, intellectuels, les associations. Tout le monde a libéré l'Algérie et tout le monde la construira. Il est temps d'agir (*Accélérer*), d'*appeler* tout le peuple algérien pour *prendre* les initiatives et les décisions pour *établir* le changement. Il use du temps futur à valeur de conviction et confirmation "*Il en découle également que le changement ne*

viendra pas d'une décision du sommet, isolée du mouvement de la société et de ses interactions." Il défend sa thèse que le changement se fera par combinaison de tous les acteurs et par étape ou graduation. Observons l'organisation de son discours : – "A mon avis... analyse erronée... certains... opportunité". Son opinion est la suivante: une lecture erronée commise par certains. C'est un discours diplomatique où il passe à donner son avis en disant qu'il s'agit des erreurs (l'erreur est humaine). Il accuse *certain*s et non pas des *clans* pour éviter les conflits. Il s'agit d'une prudence. Il ne nomme pas des personnalités mais il use de l'adjectif *certain*s. Ajoutons à cela l'introduction d'un dire d'un compagnon de la révolution. Il met le curseur sur les témoignages de ses compatriotes. Prenons la phrase "Le peuple algérien – qui a pris en charge, de manière consciente et loyale, la révolution quand elle a été jetée dans ses bras et en a assumé la responsabilité avec abnégation et patience" Dans la culture algérienne, les amis les plus proches sont ceux de la jeunesse. Le locuteur fait référence à son compatriote Larbi Ben Mehidi qui a dit le 11 décembre 1960 pour montrer que le peuple adopte toute initiative et vecteur de changement : "ارمو بالثورة الى الشارع يحتضنها الشعب" (en français, jeter la révolution dans la rue et elle sera adoptée par le peuple) pour lui montrer que la minorité ne fera pas un pays fort et solide. Au contraire, elle (la minorité) est soutenue par la majorité qui est le peuple. Le peuple est le seul héros et ne dira et ne votera jamais "non". La preuve il a voté "oui" pour la réconciliation nationale. Bref il est présent dans toutes les épreuves et échéances politiques vote ou référendum. Il dira "je suis". "Suis" est l'infinitif des verbes "suivre" et "être" à la fois qui veulent dire que le peuple existe et suit toute initiative.

3.2 Le jeu de "je"

Passons dès l'abord à la construction de l'image du soi chez un homme politique en connexion avec un autre homme politique au pouvoir. Nous nous contenterons dans ce conditionnement à décrypter le comportement des deux politiciens diamétralement opposés, l'un en retraite politique et l'autre au sommet du pouvoir. Par politicien, nous entendons l'art de trouver toutes les stratégies pour faire adhérer son interlocuteur à la thèse qu'il défend. Nous nous focalisons sur le jeu de *je*. Dans l'activation de "je", l'autre est automatiquement présent et en face de lui celui qui l'écoute. En effet, dans une interaction discursive ou une situation de communication, cas de la lettre étudiée, le "je" est accompagné du "vous". Le locuteur est désigné par "je" et "nous" et l'interlocuteur par "vous". A chacun sa famille d'indices qui comprennent deux variantes : les unes personnelles : *j'* (3 fois), *m'* (2 fois), *me* (2 fois), nous (1 fois au premier paragraphe), nous (1 fois au dernier paragraphe), nous (1 fois dans le corps) et "vous (2 fois),"

et les autres possessives *ma* (2 fois), *mes*, *votre* (2 fois). Commençons par le passage d'ouverture de la lettre. Le “*Je*” a sa raison d'exister. Concentrons-nous sur la première phrase de la lettre “*Je m'adresse à vous par cette lettre dans un contexte particulièrement délicat et dangereux en étant conscient que seuls les liens de fraternité et les principes qui nous ont rassemblés durant la période de la lutte pour la liberté de notre pays et son indépendance me donnent cet honneur.*” C'est le “*Je*” de frère de combat et de lien de la même génération. Certes il est loin de la politique et la connexion est interrompue c'est à dire en retraite politique et malade mais cet appel constituerait une forme de recharge. Avec le “*Je*”, il veut dire qu'il lui fait confiance et qu'il le soutient. Il voudrait rappeler son frère au pouvoir de ses prérogatives, le mettre devant le fait accompli, devant ses responsabilités tout en le défendant par le fait qu'il est derrière lui. Le “*je*” du personnage courageux au temps où plusieurs personnalités sont complices de par leur silence. Quant au passage de la clôture de la lettre “*Avec ma considération et mes salutations fraternelles...*” Le locuteur rassure que c'est au nom de leur fraternité et leur considération qu'il le délègue. Passons maintenant au “*nous*” à double charges énonciatives. D'abord la dualité : le “*je*” du locuteur Abdelhamid Mehri + le “*vous*” du président Abdelaziz Bouteflika dans le paragraphe un et le “*nous*” (toi et moi) de la génération. Nous [Le *nous* et toute sa famille (*notre*) = je (*m'*, *me*, *ma*, *mes*) + vous (tu : président Bouteflika)] devons mener le combat. Ensuite la fusion ou l'unification en “*je*” et “*vous*” cités ci-avant, c'est de leur contact qu'une contraction a eu lieu. Cette contraction a fait fusionner le “*je*” et le “*vous*” pour désigner *le peuple algérien*. Les “*je*” et “*vous*” s'énoncent à l'ouverture de la lettre (se référant à Mehri et Bouteflika) pour ensuite chuter et donner la place à “*nous*” du peuple algérien. Joanna Jereczek-Lipińska (2007 : p153) affirme que “*La notion de démocratie participative à travers laquelle elle³² s'énonce pour ensuite s'effacer.*”. Le locuteur explique que le “*je*” et le “*vous*” ne représentent pas un clan mais tout le peuple algérien. En évoquant le peuple algérien, ils s'effacent pour devenir la voix du peuple. La décision sera prise par le peuple algérien par l'échéance légale et constitutionnelle. Le “*nous*” dans le 1^{er} paragraphe remplaçant le “*je*” et le “*vous*” démonte ce qui est de lien tissé entre les deux hommes politiques. Avec le lien de fraternité, de rapprochement et de renouement, voire de retrouvailles, on donne à l'appel une forme d'une lettre familiale. Si on se concentre sur le “*nous*” et après dans le premier paragraphe : -Notre (3fois), suivi de *pays* (2fois) et de *peuple* dans le corps de la lettre nous distinguons les liens d'appartenance entre les deux interlocuteurs -“*pays, peuple, rassembler*” : un seul pays et un seul peuple uni. Ça nous fait rappeler le slogan : un seul héros le peuple.

³² Elle renvoie à Ségolène Royal qui ouvre ses discours par “*je*” et puis laisser la place à “*nous*”.

3.3 Le “vous” du pouvoir

Observons les deux phrases suivantes : *Vous êtes aujourd’hui au sommet d’un régime politique dont la mise en place n’est pas de votre seule responsabilité. C’est un régime à l’édification duquel a participé quiconque a assumé une part de responsabilité publique depuis l’Indépendance, que ce soit par son opinion, son travail ou son silence. Mais aujourd’hui, de par votre position, vous assumez, et avec vous tous ceux qui participent à la prise de décision, une grande responsabilité dans la prolongation de la vie de ce régime qui...* Notre lecture du champ lexical qui suit le “vous” -“au sommet”, “position”, “assumer”, “participer”, “prise de décision” donne un déchiffrement particulier. Par l’ordre de ce lexique, nous constatons le message à faire passer. Il voudrait l’appeler : monsieur le président (vous), vous êtes au pouvoir (au sommet) et de par votre poste (position) constitutionnellement reconnue (assumer), vous devez être acteur de changement (participer) en s’inspirant par ce que dicte la constitution par vote ou décision (prise de décision). Après “Votre” il active les adjectifs possessifs singuliers suivi de *responsabilité* et de *position*, deux qualités ou particularités d’un homme fort au pouvoir.

L’enjeu dans son discours propose les conditions de décollage d’un pays. Il souligne qu’il est temps d’entendre et de mettre à jour les mécanismes de changement. Le locuteur active son savoir-faire pour accéder au devoir-faire. Il sillonne un raisonnement logique qui se répartit en deux axes : l’un est éthique qui propose la finalité d’une action : “*J’ai privilégié cette voie ouverte pour m’adresser à vous car vous occupez une position principale et prioritaire. Néanmoins, vous n’êtes pas le seul concerné par le contenu de la lettre, ni la seule partie appelée à traiter des questions qu’elle soulève.*” Le locuteur n’accuse pas mais il active un paramètre d’observation participante et constitutionnelle. Le devoir d’agir, constate Charaudeau, est une *obligation morale*. L’autre est axe pragmatique qui implique le raisonnement de cause à effet : une action conduit automatiquement au résultat d’une action : “*Les événements, qui surviennent continuellement chez nous et qui adviennent autour de nous depuis des mois, évoquent ceux que le pays a vécus en octobre 1988 et des faits graves qui en ont découlé, de crise et de drames dont le peuple continue encore à avaler certaines des plus amères potions.*”. Ce raisonnement sert à mettre son frère devant une décision pragmatique. C’est au nom des principes du premier novembre 1954 et de la constitution qu’il doit agir ainsi. C’est aussi un moyen de le placer devant ses responsabilités étant donné qu’il est le premier magistrat. Il lui dit implicitement qu’il en est capable et que ce n’est pas la première puisqu’il a fait preuve de ses décisions difficiles et courageuses lors de la réconciliation nationale. Le locuteur puise dans le

passé et dans ses réalisations précédentes. L'orateur le voit donc le sauveur, voire l'homme de la situation comme on dit le discours politique.

Le locuteur active son savoir partager des valeurs avec son compatriote (homme politique) tout en reposant sur les liens de fraternité et des principes. Comment y parvenir en sachant que l'Algérien vit dans une société aux multiples valeurs ? Face à cette pluralité, le locuteur opte pour des valeurs circonstanciennes dominantes relatives à l'événement du *printemps arabe* par exemple. Il propose une redéfinition des valeurs. Il fait recours à l'histoire et dans le passé commun : frère de combat, serment du 1^{er} novembre. Au lieu de mettre l'autre sur le banc des accusés ou le placer comme clan, qui dit clan dit opposition ou camp aux points de vue opposés, le dialogue a lieu d'être. Le recours aussi au passé des peuples et des hommes est un passage obligé. Focalisons-nous maintenant aux séquences relatives aux arguments appelés pour une telle connexion. La force d'un discours consiste dans la banque d'arguments de preuves. Nous citons le présupposé d'évidence : c'est donner une dose de force à l'argument partagé. L'argument est devenu une obligation morale : *et sa vraie couleur qui ne change pas malgré le changement d'hommes*. Ces arguments renvoient au pathos d'engagement durant la campagne électorale et par le pathos d'autorité : légitimité, crédibilité. L'autorité renvoie à son appartenance au FLN, ancien combattant, à l'appui total du peuple et il est élu président. Ajoutons à cela l'éthos de dramatisation "Celle lecture erronée de la part de plusieurs parties - avec des intentions sournoises de la part de certaines autres parties - a empêché, fort regrettamment, que les véritables enseignements soient tirés des événements d'octobre 1988.". Évidemment le locuteur est une autorité qui s'adresse à une autorité et à un compatriote avec lequel il a passé son combat pour l'indépendance et pour l'édification d'un pays solide. La crédibilité s'affiche dans sa détermination de la source du mal d'une façon déterminée et notamment de son courage face aux personnalités historiques qui gardent le silence et aussi aux partis qui scandent lors de leurs campagnes électorales leur soutien indéfectible au programme de M le président au lieu de proposer un "La crise, dont les effets continuent à marquer la scène politique, est la somme d'erreurs commises aussi bien par des mouvements islamiques que par les autorités de l'Etat dans leur traitement. Il est impossible de résoudre la crise en traitant la moitié de celle-ci et en occultant l'autre moitié". Le locuteur est crédible dans sa lecture réelle par la comparaison de la réalité à un autre événement politique que le pays a connu: Les événements, qui surviennent continuellement chez nous et qui adviennent autour de nous depuis des mois, évoquent ceux que le pays a vécus en octobre 1988 et des faits graves qui en ont découlé, de crise et de drames dont le peuple continue encore à avaler certaines des plus amères potions. Sa crédibilité est

observable dans une langue non pas de bois mais une langue que comprennent deux politiciens. En effet, nous notons dans une étude paraxématique l'emploi des mots de façon absolue : les uns sont négatifs : *exclusion*, *erreurs*, les autres positifs : *initiatives*. Ajoutons l'emploi des syntagmes figés (nom plus adjectif) : *changement pacifique*, *lecture erronée*. Son auditoire sait de quoi il s'agit. Le paramètre tautologique est une redondance destinée à produire un effet de relation logique. Nous avons soulevé par ordre de réapparition par couples des mots. Nous citons *Exclusion et la marginalisation* puis *la marginalisation et exclusion* pour arriver à *violence et exclusion*. Par le réemploi de *Exclusion et la marginalisation* à deux reprises, il voulait nous dire qu'ils sont synonymes. Cette redondance mène à une conclusion indiscutable : des deux engendrent la violence. C'est pourquoi les phrases exclamatives suggèrent une relecture, rappel, révision et un réaménagement politique "*L'aspect le plus incongru de cette lecture et de cette analyse est qu'il renvoie à l'image d'un médecin qui attendrait de ses malades la prescription d'un remède !*" Sa légitimité est visible. De par son poste et son histoire il est l'artisan du changement dicté par le retour aux principes et les enseignes du 1^{er} novembre et de la constitution. L'ère de Big Brother est révolue. La politique est une affaire des politiciens, c'est aussi l'affaire des associations, de la société civile, des intellectuels...

Notre lecture de la notion de changement émise par un homme politique et adressée à un politicien au pouvoir s'est répartie en deux étapes. L'article comprend une photo et un texte qui se complètent et s'associent pour traduire l'appel. Dans un premier temps, nous avons établi une lecture sémiologique de la photo illustrant l'article, une lecture en connexion directe avec la notion de changement et évidemment le contenu de la lettre. Nous nous sommes focalisé sur l'étude des couleurs noire et blanche, sur l'acte de téléphoner et sur le portrait physique. Dans le deuxième temps, le locuteur traduit la photo en écrit. Il se concentre sur les paramètres des réformes graduelles, la mise en place d'une carte de route qui suggèrent un aménagement politique, acte de consolidation qui mènent une certaine purge loin de la grogne politique de l'étiquette faite à la génération politique de la révolution. Nous constatons une subjectivité des propos qui passe par l'actualisation des adverbes d'opinion forte. Après avoir soumis au test les adverbes, nous nous sommes arrivés à la déduction suivante. Le locuteur expose sa vision du changement par rapport à son savoir : expériences, ses écrits, activités politiques, témoignage d'où le recours à l'adverbe d'opinion "*à mon avis*" et d'autre part, à ses croyances et ses aspirations d'où la mobilisation de "*Pour moi*".

Après avoir décrit les stratégies discursives mobilisées durant le *printemps arabe* et l'explication et l'explicitation de la notion de changement chez les acteurs de changement, notamment les intellectuels et enfin les hommes politiques, essayons de décortiquer ce que doit le *printemps arabe* au *printemps algérien*. Nous nous focalisons sur le fonctionnement ou le chainage de l'expression "*le peuple veut*" de sa nature première qui est la politique au discours journalistique et artistique.

Chapitre 04

L'expression “*le peuple veut*”, de la stratégie de manipulation à la structure de légitimation

Les mass médias et notamment le social média figurent comme un phénomène de l'éclatement des frontières et un bon "*clignotant*" pour l'activation de la notion du changement, particulièrement avec la technique ou le paramètre du *live* ou de l'instantanéité de l'information.



Leur centralisation dans l'écriture journalistique est constamment visible comme une référence à toute revendication. Par ailleurs, le foisonnement des chaînes télévisées et des journaux, surtout privées où chacun véhicule son idéologie et sa position, a alimenté sa mise à jour. Devant cette multitude d'activations plusieurs entrées ont eu lieu : à chacun sa vision selon sa tendance et son domaine d'étude : on avance que le changement serait le renversement de régime, l'économiste voit suivre une politique d'une nouvelle d'économie, les intellectuels accusent une question d'hommes... Ingrid Bergis avance que lutter ne signifie pas l'usage de la violence, qu'atteindre le changement passe par les mots qui constituent une arme qui permet la prise de conscience. "*Les mots sont d'action, capables d'influencer le changement. Les hommes le plus souvent se querellent pour des mots. C'est pour des mots qu'ils tuent et se font tuer le plus volontiers.*", disait Anatole France dans son roman *le Mannequin d'osier*, Œ, t. XI, XVII, EDI. Calmann-Lévy. 1925 p. 433.)

Ce chapitre que nous proposons interroge principalement les mots qui sont d'action. Nous nous focalisons sur l'activation de l'expression "الشعب يريد" El Chaâb Youridou (en français, le peuple veut) comme stratégie centrale de changement mobilisée dans tous les domaines cités dans le paragraphe un. Notons que cette expression s'active aussi comme une stratégie d'humour et de l'ironie dans les textes caricaturaux. Notre analyse sera effectuée à partir d'un corpus représentatif des documents officiels, des articles tirés de la presse algérienne et des mass-médias, des caricatures et tous textes confondus d'expressions arabe ainsi que française. La lecture sera fondée sur une description fonctionnelle de l'expression. Nous expliquerons en détail son fonctionnement puis nous montrerons également de par sa récurrence sa circulation fluide en partant de sa version politique vers d'autres domaines. Notre analyse expliquera comment cette expression arrive à s'imposer par défaut dans le discours médiatique. Nous essayerons d'étudier

cette expression très récurrente dans les textes journalistiques pour pouvoir identifier sa fonctionnalité dans d'autres domaines outre son domaine d'origine à savoir la politique qui a contribué à son lancement. Il s'agit des domaines suivants : culturel, sportif, musical, journalistique. Notre questionnement principal en est là. Nos éléments de recherches s'assoient sur la lecture des articles journalistiques ainsi que les caricatures comprenant cette expression. Il y aura lieu de se demander quelle est la force de cette expression et comment elle s'impose dans l'écriture journalistique comme stratégie discursive servant à interpeller le lectorat. Notre lecture se déploie selon trois niveaux. D'abord, nous aborderons le sujet "*le peuple*" dans les textes politiques pour établir ses particularités. Puis, nous passerons au prédicat "*veut*" par la technique de l'observation neutre dans le discours journalistique des titres comportant le verbe et la lecture de l'article déterminera sa signification. Cela veut dire nous relevons son champ sémantique à partir de l'article. Ensuite, notre questionnement sera centré sur le jumelage et le jeu collectif du sujet prédicat *peuple* et *veut* servant à avancer une (pro) position.

L'expression (*le peuple veut...*) tirerait son origine de la révolution tunisienne. Les manifestants scandaient cette expression en s'inspirant du poème du poète tunisien Abou El Kacem Chebbi (en arabe : أبو القاسم الشابي) (Cf. annexe n°7). Ce sont deux vers extraits de son poème "*La volonté de vivre*" qui font partie d'un fragment de l'hymne national tunisien *Humat Al-Hima* :

Lorsqu'un jour, le peuple aspire à vivre,

Le destin se doit de répondre !

Les ténèbres se dissiperont !

Et les chaînes se briseront !

Pour certains, cette expression remonterait au temps de la France du XVIII^e siècle où Marie Antoinette, femme de Louis XVI suite à une marche des paysans, s'interrogeait sur ce que voulait le peuple. On lui a dit qu'il voulait du pain. Elle leur avait répondu de manger de la brioche. Cela a provoqué des émeutes scandant le changement de leur situation ; ce qui a contribué à contraindre le roi d'aller de Versailles à Paris.

Cette expression a préservé une assise grâce aux tics (réseaux sociaux). Elle, en effet, est facile à mémoriser tel un proverbe. Sa force réside dans le pouvoir des mots "*peuple*" et "*veut*" à la fois. Dans leur contraction on fait référence au refus du vécu ! Elle serait en quelque sorte une procédure de revendication et une réalité du terrain mieux actualisée que celles citées par la constitution, le vote par exemple jugé comme non fiable de par et la fraude soulevée par

l'opposition et le boycott. Si nous survolons la constitution algérienne³³ (chapitre 2, article 6) nous dirons que le pouvoir est au peuple. Nous essayerons de nous focaliser sur le substantif *peuple* dans les textes politiques, cas du *projet de charte pour la paix et réconciliation* (29-09-2005). Nous ferons une analyse thématique de ce substantif pour en détecter son fonctionnement, son usage et sa place dans le discours de changement et celui de l'unification. Par changement, nous nous référons au *peuple qui est seul héros*, voire maître des décisions. Par unification, nous désignons la réconciliation.



Avant de débarquer sur le degré de circulation de l'expression *le peuple veut*, nous jugeons utile de dresser en quoi consiste le vocable *peuple*. Essayons de faire un diagnostic consistant principalement à analyser et à comprendre sa caractérisation et sa signification dans le discours politique cas du *projet de charte pour la paix et réconciliation* pour établir comment il devient une stratégie de revendication et une procédure de changement. La présente analyse se fonde sur une description formelle et fonctionnelle de ce substantif. Nous désignons, d'une part, par *formelle*, les types que peut adopter ce terme (adjectif, nom, singulier, pluriel...) et d'autre part, la *fonctionnelle* qui se portera sur son fonctionnement et sa signification dans une chaîne parlée. Nous dirons que les éléments sémantiques articulés par *peuple* ne correspondent pas aux énoncés (informations véhiculées par énoncés) mais aux *énonciations des énoncés*. Nous tenterons d'abord, de discerner la ponctuation de la notion de *peuple* dans le discours politique algérien, cas de *projet de charte pour la paix et la réconciliation nationale*. Le but sera de dresser une classification de cette notion selon les axes engagés dans ce projet : il s'agit des axes suivants : d'abord le *Préambule*, ensuite *Reconnaissance du peuple algérien envers les artisans de la*

³³ Constitution de la république algérienne démocratique et populaire, chapitre 2, article 6. Mars 2016

sauvegarde de la république Algérienne Démocratique et Populaire. Nous passerons après aux Mesures destinées à consolider la réconciliation nationale, puis les Mesures d'appui de la politique de prise en charge du dramatique dossier des disparus et enfin les Mesures destinées à renforcer la cohésion nationale.

4.1 Approche thématique des vocables : peuple, peuple algérien, populaire, Algérien

Préambule

- ... luttes livrées par son peuple pour défendre (p.4)
- ... a fait de l'Algérie une terre de respect (p.4)
- Le Peuple algérien, puisant sa force dans son unité et.....ses valeurs spirituelles et morales séculaires, a su triompher (p.4)
- Les aspirations sur Peuple algérien et le guider dans la voie du combat.....indépendance..... liberté. (p.4)
- L'évolution de l'Algérie a été déviée (p.4)
- ... effacer les acquis du Peuple algérien ... incommensurables sacrifices.. (p.5)
- Le Peuple algérien a vécu....fitna (p.5)
- Pour les citoyennes, et les citoyens, pour les familles algériennes... transcender définitivement cette tragédie (p.5)
- L'Algérie a survécu dramatique épreuve
- ... résistance farouche de son peuple et à son abnégation
- L'Algérie a survécu...patriotisme et
- ... sacrifices de l'Armée Nationale Populaire, des forcés de Sécurité... patriotes... (p.6)
- Le Peuple algérien honore et honorera à jamais la mémoire...
- République Algérienne démocratique et Populaire (p.7)
- Le Peuple algérien est et restera indivisible
- ... un certain nombre d'Algérien à des fins anti-nationales.
- Ce terrorisme barbare qui a endeuillé le Peuple algérien... décennie (8.)
- Ce terrorisme a été vaincu par le Peuple algérien... transcender la fitna
- Les Algériennes et les Algériens sont profondément convaincus ... paix, et la sécurité
- La Réconciliation Nationale est une attente réelle du Peuple algérien
- ... une attente... pressente que l'Algérie.... Défis

- Le Peuple algérien sait que la Réconciliation Nationale est porteuse d'espoir... consolider les atouts de l'Algérie démocratique et républicaine
- ... toutes les composantes du Peuple algérien pour que vive l'Algérie
- Le Peuple algérien est appelé aujourd'hui
- Par son approbation, le peuple algérien appuie... consolidations
- ... sera édifiée l'Algérie de demain
- Le Peuple algérien...approuve les mesures... (9.)

1. Reconnaissance du peuple algérien envers les artisans de la sauvegarde de la république Algérienne Démocratique et Populaire

- Le Peuple algérien tien à rendre un vibrant hommage à l'Armée Nationale Populaire, aux Services de Sécurité
- ...sa sauver l'Algérie.... Préserver...
- ...charte, le Peuple algérien affirme que nul, en Algérie ou à l'étranger, n'est habilité... institutions el la république Algérienne Démocratique et Populaire.... fragiliser... nuire... ternir l'image de l'Algérie sur le plan international.
- ... devant les instances algériennes compétentes. (p.10)

Mesures destinées à consolider la réconciliation nationale

- ...le Peuple algérien est favorable à la prise de mesures destinées à renforcer son unité (p.) 11
- Le Peuple algérien est souverain adhère
- La crise vécue par l'Algérie
- Le Peuple algérien souverain soutient...
- ... le Peuple algérien ne peut oublier (p.12)
- Le Peuple algérien souverain décide...

Mesures d'appui de la politique de prise en charge du dramatique dossier des disparus

- Le Peuple algérien rappelle...
- Le Peuple algérien souverain rejette... (p.13)
- ... le Peuple algérien décide des...

Mesures destinées à renforcer la cohésion nationale

- Le Peuple algérien tient compte...
- Le Peuple algérien considère que complétive (p.14)
- Il considère que l'intérêt de l'Algérie exige...
- Le Peuple algérien considère que
- Le Peuple algérien décide que
- Le Peuple algérien entend consolider la Paix
- , pour que l'Algérie ne connaisse jamais la tragédie négation
- Le Peuple algérien ne peut oublier négation (p.15)
- Le Peuple algérien... déclare qu'il revient
- Le Peuple algérien déclare qu'il est déterminé à défendrela république Algérienne et Populaire
- ... ancrer l'Algérie dans la modernité...
- Le Peuple algérien appelle chaque citoyenne et chaque citoyen...
- Le Peuple algérien souverain approuve la présente Charte...

Afin de mettre l'accent sur la circulation du vocable *peuple* dans la charte, nous nous sommes servis d'une approche thématique fondée sur une analyse qualitative des mots d'entrée suivants : peuple, peuple algérien, populaire, et algérien (ne) (s). Observons le tableau suivant

Phrase avec peuple	Précédé	Suivi
... luttes livrées par son peuple pour défendre (p.4)	luttes livrées	défendre (p.4)
... résistance farouche de son peuple et à son abnégation (p.5)	résistance farouche	son abnégation (p.5)

En revisitant le vocable *peuple*, toujours complément et en fonction de son emplacement par le champ lexical qui le précède et qui le suit, le locuteur dresse l'histoire de l'Algérie, précisément durant le XIX^e siècle. C'est le peuple qui a défendu sa terre avec ses luttes et sa résistance (Bouamama et, El Mokrani, Lala Fatima Nsoumer...). Comment ? De par son abnégation et son sacrifice.

Dans l'axe suivant, nous proposerons un tableau représentant l'emplacement de l'expression "*le peuple algérien*" par ce qui le précède et le suit.

Phrase comportant le vocable “ peuple ”	Précédé	Suivi
Le Peuple Algérien , puisant sa force dans son unité et [...] ses valeurs spirituelles et morales séculaires, a su triompher		force, unité, valeurs spirituelles et morales séculaires
.... Les aspirations sur Peuple Algérien et le guider dans la voie du combat [...] indépendance [...] liberté.	Les aspirations	Guider, combat, indépendance, liberté
... effacer les acquis du Peuple Algérien ... incommensurables sacrifices...	effacer les acquis	Sacrifices
Le Peuple Algérien a vécu....fitna		Fitna
Le Peuple Algérien honore et honorera à jamais la mémoire...		la mémoire...
Le Peuple Algérien est et restera indivisible		Indivisible
Ce terrorisme barbare qui a endeuillé le Peuple algérien... décennie	Ce terrorisme barbare	décennie
Ce terrorisme a été vaincu par le Peuple Algérien ... transcender la <i>fitna</i>	Ce terrorisme	Fitna
La Réconciliation Nationale est une attente réelle du Peuple Algérien	Réconciliation Nationale, attente réelle	
Le Peuple algérien sait que la Réconciliation Nationale est porteuse d'espoir... consolider les atouts de l'Algérie démocratique et républicaine		Réconciliation Nationale, espoir, l'Algérie démocratique et républicaine
... toutes les composantes du Peuple Algérien pour que vive l'Algérie	composantes	l'Algérie
Le Peuple Algérien est appelé aujourd'hui		aujourd'hui
Par son approbation, le Peuple Algérien appuie... consolidations	approbation	appuie... consolidations
Le Peuple Algérien ...approuve les mesures		les mesures
Le Peuple Algérien tient à rendre un vibrant hommage à l'Armée Nationale Populaire,		l'Armée Nationale Populaire, aux Services

aux Services de Sécurité		de Sécurité
...charte, le Peuple Algérien affirme que nul, en Algérie ou à l'étranger, n'est habilité...	Charte	La tournure négative
Peuple Algérien est favorable à la prise de mesures destinées à renforcer son unité (p. 11		Mesures, unité
Le Peuple Algérien est souverain adhère		Souverain
Le Peuple Algérien souverain soutient...		Souverain
... le Peuple Algérien ne peut oublier		La tournure négative
Le Peuple Algérien souverain décide...		Souverain
Le Peuple Algérien rappelle...		Rappelle
Le Peuple Algérien souverain rejette...		Souverain
...le Peuple Algérien décide des dispositions...		Dispositions
Le Peuple Algérien tient compte... tragédie		Tragédie
Le Peuple Algérien considère que fait la patrie complétive (p.14)		Patrie
Peuple Algérien considère que la Réconciliation Nationale...		Réconciliation Nationale
Peuple Algérien décide que l'état		l'état
Le Peuple Algérien entend consolider la Paix		la Paix
Le Peuple Algérien ne peut oublier négation		La tournure négative
Le Peuple Algérien ... déclare qu'il revient... volonté		Volonté
Le Peuple Algérien déclare qu'il est déterminé à défendrela république Algérienne et Populaire		république Algérienne et Populaire
Le Peuple Algérien appelle chaque citoyenne et chaque citoyen...		citoyenne et chaque citoyen
Le Peuple Algérien souverain approuve la présente Charte...		Souverain

En observant l'emploi du *peuple algérien* (33 fois dont 27 fonctionnant comme sujet réel), l'auteur passe ensuite au siècle suivant, précisément les années 90 d'où l'usage du présent de l'indicatif. Le champ lexical du *Peuple Algérien* est plus représentatif des partenaires de la réconciliation nationale:

-D'une part, la partie civile : les composantes, tout le monde, les familles algériennes, les Algériens et les Algériennes, citoyens et les citoyennes.

-Et d'autre part, la partie militaire : les actants garants de la consolidation sont : l'Armée Nationale Populaire, Services de Sécurité la garantie, l'armée qui défendent la constitution. Les caractéristiques du *Peuple Algérien* en fonction de son emplacement se rapportent aux :

- Union : c'est la force (unité, indivisible)
- Culture : valeurs spirituelles et morales

Vient ensuite la période transitoire. L'histoire de l'Algérie a connu des événements sanglants qui ont secoué l'unité de ce pays. Le locuteur n'accuse personne. Cela est visible dans l'usage de la forme passive comme forme de distanciation et de prudence. Pour lui, les coupables sont une minorité d'où le recours au pronom indéfini *certain*s. Ces événements ont conduit le pays à vivre la fitna pendant la décennie noire. Face à ces problèmes, vient la réaction du peuple qui opte pour la réconciliation par le biais de la charte considérée comme forme d'appel "rappelle une chance". Nous notons la récurrence des verbes d'action. C'est le peuple qui fait l'action. C'est le peuple, selon la constitution qui est le juge d'où l'usage des verbes verdictifs : soutien, rejette, approuve. Il est temps de la réconciliation d'où l'usage de l'indicateur du temps *aujourd'hui*. Observons le tableau suivant.

Phrase avec peuple
...charte, le Peuple Algérien affirme que nul, en Algérie ou à l'étranger, n'est habilité...
... le Peuple Algérien ne peut oublier (p.12)
... le Peuple Algérien ne peut oublier (p.15)

La négation implique qu'une phrase affirmative traduit ce sentiment. La réconciliation nationale est un passage obligé. Il n'y a que le présent qui compte. Le peuple algérien ferait de cette épreuve une réponse aux partisans de la fitna. Pour lui, la réconciliation en est l'opposant. En effet, le peuple algérien a mis les pendules à l'heure. Pour lui, sous une forme d'anaphore, on

n'oublie pas les séquelles mais on pardonne. Ces conflits intérieurs ne dévient pas le peuple algérien de sa politique. Certes, la plaie est profonde et laisse ses traces mais l'histoire retiendra que le peuple a appris que l'union fait la force. La Fitna reste un problème intérieur. Ce phénomène de reprise ou se tautologie, à savoir “*ne peut oublier*” (2fois) constitue un renfort à sa confirmation en donnant au locuteur une forme d'un orateur ou d'un poète. Cette rhétorique est une formule à interpréter. Ça impliquerait que le locuteur communique avec les gestes, la voix et le regard notamment à ceux impliqués dans la décennie noire comme avertissement et aux victimes comme rassurance. C'est un discours destiné à être lu et oralisé comme celui de la campagne électorale. Passons au temps et mode, observons le tableau suivant.

Phrase dont le sujet est: peuple
Honore et honorera
Est et restera
Aujourd'hui

Le locuteur s'adresse à tous les Algériens. Il met en place la stratégie de captation dans les formules phrastiques. Cela est observable dans sa mise en place d'un langage comme s'il est pris d'un corpus oral. “*Honore et honorera*” et “*est et restera*” montrent que la peuple algérien a enterré la hache de la vengeance et pour lui que le présent et le demain qui comptent. Essayons d'examiner l'usage du prédicat : “verbe d'action” et verbes “d'état”

Sujet Peuple algérien	Prédicat	
	Verbe d'état	Verbe d'action
Préambule		
		a su triompher
		a compris
		a vécu
		honore et honorera
	est et restera	
		Sait
		est appelé
		Appuie
		Approuve

Reconnaissance du peuple algérien envers les artisans de la sauvegarde de la république Algérienne Démocratique et Populaire		
		Affirme
Mesures destinées à renforcer la cohésion nationale		
	est favorable	
	Souverain	Adhère
	souverain	Soutient
		ne peut oublier
	Souverain	Décide
Mesures d'appui de la politique de prise en charge du dramatique dossier des disparus		
		Rappelle
	Souverain	Rejette
		Décide
Mesures destinées à renforcer la cohésion nationale		
		tient compte
		Considère
		Considère
		Décide
		Entend
		ne peut oublier
		déclare
		déclare
		Appelle
	souverain	Approuve

Le locuteur fait l'état de lieu des défis et des décisions prises par le peuple algérien. Il insiste le plus sur le présent. Nous enregistrons une trentaine de verbes au présent de l'indicatif. Aussi, nous notons l'usage de la forme passive comme stratégie de prudence. Le locuteur note que le peuple connaît le complément d'agent et tout le monde connaît les responsables et au nom de la réconciliation, il ne faut pas désigner. Ceci est particulièrement claire dans la répétition du syntagme "Souverain" (5 fois) ; une façon de rappeler que la constitution lui délègue le choix, l'idée de décision : (oui ou non) d'où l'usage des verbes *verdictifs* suivants : adhère, rejette, approuve. C'est lui que l'on doit consulter. Qu'en est-il pour la récurrence de l'adjectif "Populaire" ?

Phrase ou expression	Avant	après...
l'Armée Nationale Populaire (p.6)	l'Armée Nationale	
la république Algérienne et Populaire (p.7)	la république Algérienne	
la république Algérienne et Populaire	la république Algérienne	

Le terme *populaire* est une caractérisation de deux garants de la charte : l'armée et le système de gouvernance et non pas un clan ou une institution. Passons ensuite au nom d'habitant *Algérien* non précédé par peuple.

Phrase ou expression	avant	après
Pour les citoyennes, et les citoyens, pour les familles algériennes... transcender définitivement cette tragédie (p.5)	Pour les citoyennes, et les citoyens, pour les familles	Transcender cette tragédie
un certain nombre d'Algériens à des fins anti-nationales.	un certain nombre...	des fins anti-nationales
Les Algériennes et les Algériens sont profondément convaincus ... paix, et la sécurité		convaincus ... paix, et la sécurité
devant les instances algériennes compétentes. (p.10)	instances	compétentes.

Le tableau présente l'Algérien sous deux caractéristiques relatives au nombre :

- Une majorité : *Pour les citoyennes, et les citoyens, pour les familles, instances compétentes.*

- Une minorité : *un certain nombre d'Algériens*

Constitutionnellement parlant c'est la majorité qui commande ou gouverne. La majorité a voté *oui* pour la charte de réconciliation.

4.2 Quand le mot *peuple* raconte l'histoire

La récurrence ou la fréquence de ces trois vocables : *peuple, Algérie, le peuple algérien* dresse l'Histoire de l'Algérie dans ces trois axes du temps: le passé, le présent et le futur tels que Ibn Khaldoun dans son œuvre (les *prolégomènes*, 1863) a bien définis. Le sociologue précise que l'histoire

sert à retracer les événements qui ont marqué le cours des siècles et des dynasties, et qui ont eu pour témoins les générations passées. [...] c'est elle qui nous apprend à connaître les révolutions subies par tous les êtres créés. Elle offre un vaste champ où l'on voit les empires fournir leur carrière ; elle nous montre comment tous les divers peuples ont rempli la terre jusqu'à ce que l'heure du départ leur fût annoncée, et que le temps de quitter l'existence fût arrivé pour eux.

L'événement sur lequel s'assoie notre chapitre remonte aux événements baptisés la *décennie noire* durant les années 90 où l'Algérie était le théâtre. Le peuple algérien était à la fois témoin et victime de la tragédie nationale. L'histoire retiendra que le peuple a résisté et a dit "non" à la Fitna. Ce mot d'origine arabe classique a une signification particulière dans un contexte purement arabe. Son équivalent en français serait la division, problèmes, débat, rupture ou conflit d'ordre religieux entre les frères de la même cité. La Fitna consiste à accuser l'autre de mécréant d'où la notion de Takfir. Celui qui n'adhère pas à la tendance religieuse d'un clan est considéré comme mécréant et mérite d'être exécuté. Avec l'épreuve de la réconciliation nationale, la Fitna a connu sa fin. Le peuple algérien approuve les mesures de l'édifice d'un état uni sans qu'il ait un racisme ou rupture fondés sur la religion. La constitution algérienne est claire sur ce sujet. Elle stipule que l'islam est la religion de l'état et que nul n'a le droit d'être le représentant de l'islam ; l'Algérie est un pays à une seule tendance sunnite malikite. Cela est visible dans les mesures prises par l'état par rapport à l'interdiction de toute dénomination d'un parti politique à caractère religieux. Beaucoup des partis religieux se sont trouvés de changer leurs dénominations, en l'occurrence le parti Le Mouvement de la société pour la paix [MSP ou Hamas] (en arabe : *Harakat Moudjtamaa As-Silm*, حركة مجتمع السلم) qui avait comme

dénomination le Mouvement de la société islamique [MSI ou Hamas], en arabe : *Harakat Moudjtamaa Al-Islami*, حركة مجتمع الإسلامي.

4.3 Le pouvoir du “vouloir” ou du “vouloir” au pouvoir

Nous tenterons maintenant de tracer et de comprendre l'organisation du syntagme “vouloir” dans les quotidiens algériens et français d'expression française. Nous avons constaté comment ce mot s'insère bien sur le marché du discours algérien et comment il a migré librement, de par le social média notamment, des pays voisins pour s'installer dans le discours quotidien et médiatique algérien. En se reposant sur une analyse qualitative, essayons de détecter le fonctionnement du verbe “vouloir” dans le discours journalistique à partir des articles parus dans la presse algérienne d'expression française ainsi que la presse française. Nous avons répertorié 21 titres contenant le verbe “vouloir”. C'est l'article qui détermine sa signification. L'objet de cette analyse lexicale consiste à extraire un champ sémantique du verbe “vouloir”. Sur le plan méthodologique, nous avons opté à diagnostiquer le verbe “vouloir” afin de trouver sa signification dans l'article où il est activé. A souligner que notre travail fonctionne telle une machine. Il s'agit dans un premier temps d'observer le titre où est employé le verbe puis de chercher le champ sémantique dans les articles respectifs. En tant que chercheurs et pour donner plus de crédibilité et de fiabilité à notre travail nous ne proposons aucun synonyme. Notre échantillon qui s'étend du 20 septembre 2012 au 15 novembre de la même année comprend 21 articles répartis sur six (06) journaux :

-Médias algériens d'expression française en nombre de quatre (04) : *Le quotidien d'Oran*, *Le Soir d'Algérie*, *Liberté* et *Le Matin* et

-Médias français en nombre de deux (02) : *Le Monde* et *Le Figaro*.

Nous avons pris en considération le sujet de l'action de par son impact sur la signification: les sujets de l'action renvoient **à une ville** : Boussemghoun et Manchester United, **à un responsable algérien** : ministre Ould Kablia, **à un responsable européen** : Sarkozy, Jospin, Nous (ministre française du commerce extérieur), **à un responsable d'une institution étatique** : un juge marocain, **à un pays ou à un habitant** : La France (2 fois), Les Etats-Unis, Les Anglais, Le Maghreb, **à une usine** : Sidal, Renault, **à un joueur de foot** : Zidane, Soudani et **à un candidat aux élections ou à une opposition politique** : L'opposition, LE MNLA, Baouni Hamoud.

Notre grille d'analyse suit le schéma suivant : d'abord, relever le champ sémantique à partir du corpus. La 2^{ème} catégorie regroupe les significations par rapport aux sujets de l'action. La suivante consiste à classer les verbes selon : les verbes verdictifs, exercitifs, promissifs,

comportatifs, et expositifs. Quant à la dernière, elle sert à placer à quelle autorité ces verbes appartiennent : nous entendons par autorités l'autorité législative, l'autorité exécutive et l'autorité judiciaire.

- **Le champ sémantique du verbe *vouloir***

Usage de vouloir	Signification à partir de l'article
1. Syrie. La France <u>veut armer</u> l'opposition. Le Quotidien d'Oran Jeudi 20 septembre 2012, p.05)	Envisager de, soutenir
2. Un rassemblement est prévu aujourd'hui pour destituer Belkhadem. L'opposition <u>veut occuper</u> le siège du FLN. Samedi 22 septembre. Le soir d'Algérie. p3	Décider
3. El-Bayadh. Boussemghoun <u>veut retrouver</u> ses classes de tamazight. Par : Ahmed Moussa. Liberté. P 21, jeudi 20 septembre 2012	Montrer son attachement
4. Ould Kablia instruit les walis pour dégager des espaces de vente. Marché informel: ce que <u>veut faire</u> l'état. Par : Souhila HAMMADI, Liberté, Dimanche, 23 Septembre 2012, p3	Combattre, Décider, envisager, songer
5. "Nous voulons un partenariat coopératif et complémentaire" Par : Meziane Rabhi (Liberté mercredi 26 septembre 2012), p.7	nouer
6. Commerce informel. Ould Kablia <u>veut rassurer</u> les revendeurs. Le Quotidien d'Oran Mercredi 03 octobre 2012. P. 02 Evènement.	Tenir à, désirer,
7. Cacophonie occidentale sur l'intervention militaire au Mali. Les Etats-Unis <u>veulent impliquer</u> l'Algérie. Le Quotidien d'Oran, EVENEMENT, Mardi 02 octobre 2012. P.02	Apporter un soutien, aider
8. Renault <u>veut réduire</u> sa production en France mais se lancera en Algérie. Le Matin. Jeudi, 04 Octobre 2012	A annoncé, a assuré, doit
9. Un juge marocain veut la tête de Dati, le quotidien d'Oran, p32, Jeudi 04 octobre 2012	Demander
10. Angleterre, Manchester United <u>ne veut pas décrocher</u> . Le quotidien d'Oran, p15, Samedi 06 octobre 2012	Doit, espère
11. Saidal <u>veut détenir</u> 25% du marché en 2014. Liberté. P.7. Badreddine KHRIS. Mercredi, 10 Octobre 2012	compte porter

12. Le MNLA veut négocier avec Bamako. Nord-Mali. P. 6. Le Quotidien d'Oran. EVENEMENT. Mercredi 10 octobre 2012	Etre d'accord, confirmer, annoncer
13. Opéra d'Alger. Toumi veut profiter de la technicité chinoise. Moncef Wafi. P. 02 événement. Le Quotidien d'Oran. Jeudi 11 octobre 2012	Accorder, déclarer
14. En plus des hydrocarbures. Les Anglais veulent élargir la coopération. Evénement. p 05 Le Quotidien d'Oran. Jeudi 11 octobre 2012	Annonce
15. Sarkozy veut "maintenant une nouvelle vie", Le Monde.fr avec AFP 11.10.2012 à 23h40 • Mis à jour le 12.10.2012 à 08h16	aspiration
16. Zidane se veut entraîneur... Et pense aux Bleus. Cédric Callier Le Figaro, 14/10/2012	Avoir décidé
17. Baouni Hamoud, candidat aux communales "Ce que je veux faire à Boumerdès", Par : NACER ZERROUKI, Liberté, Jeudi, 15 Novembre 2012 09:50	Avoir présenté
18. Jospin veut modifier le calendrier électoral, Le Figaro, le 09.11.2012	Proposer
19. Le Maghreb ne veut pas du gaz de schiste, El Watan Week-end - Vendredi 2 novembre 2012	Rejeter, contester
20. La France veut construire une "alliance industrielle" avec l'Algérie, El Watan avec APS le 04/11/12 à 17h32	Charger de promouvoir
21. Soudani : «Titulaire ou joker, je veux juste marquer». Le buteur, 14-10-2012	Objectif

Le verbe “*vouloir*” vient de concurrencer, voire de mettre à l’écart un verbe tant recruté dans le discours politique du parti unique en Algérie, notamment celui des années 70. Il s’agit du verbe “*décider*” qui marque l’histoire de l’Algérie. En effet, le président algérien Houari Boumedienne l’active dans les décisions politiques. Le peuple algérien se rappelle de l’expression “*Nous avons décidé*” (en arabe, *قَرَرْنَا*) citée lors de la fête de la nationalisation de l’hydrocarbure correspondant au 24 février 1971. De même, ce vocable est plus appelé dans les décisions administratives (nomination, promotion, grade, circulaire, confirmation) donnant le caractère d’un arrêté à chaque correspondance. Néanmoins, nous constatons qu’il cède sa place au verbe “*vouloir*” avec l’avènement du *printemps arabe*. Notre étude thématique de la charte valide que le vocable “*vouloir*” répertorie et embrasse toutes une banque de significations soulevées ci-haut. Qui est le sujet de ce prédicat? C’est le peuple qui est selon toutes les constitutions démocratiques maître du pouvoir. Le verbe “*vouloir*” devient alors un espace de rencontre de plusieurs prérogatives au moment où il devient d’action. En effet, c’est au moyen de ce verbe que le peuple propose des lois, surveille, juge et décide à la fois. Nous dirions donc qu’avec *vouloir* nous arriverons au *pouvoir*. Il s’agit là d’une finalité politique ; c’est à dire le peuple détient le pouvoir. L’Histoire humanitaire est illustrée par les dictatures qui passent au pouvoir sans le vouloir. Par le vouloir, nous entendons se présenter légalement. Nous citons plusieurs procédures renvoyant au “*vouloir*”. D’abord, le vote. Ensuite c’est à partir des revendications pacifiques qu’on arrive au pouvoir au moyen de l’élaboration des lois. Abed Charef (2012 : 06) affirme “*Quand la «rue» prend le pouvoir*”. Ajoutons que le syntagme “*pouvoir*” est synonyme de la force, la force de changer. Hadj Mostefaoui (2012 : p15) interpelle et s’interroge sur ceux qui ont la force du changement “*Qui peut sauver la gazelle?*”. Enfin et peut être surtout, répond Sara Kharfi (2012: p7) que cette force trouve comme acteurs les intellectuels et les artistes. C’est eux l’espoir . Ce qui est à préciser que le passage du “*vouloir*” au “*pouvoir*” suscite du temps, des sacrifices et de la patience. Essayons d’explicitier le “*pouvoir*” du verbe “*vouloir*” par rapport aux sujets de l’action.

Répartition du verbe *vouloir* selon le sujet de l'action

1. **Ville** : Boussemghoun **veut retrouver** : montrer son attachement
2. **Parti politique ou acteur politique** :
 - MNLA **veut négocier** : être d'accord, confirmer, annoncer
 - L'opposition **veut occuper** : décider
 - Baouni Hamoud, candidat aux communales **veut faire** : avoir présenté
3. **Responsable étatique ou politique**
 - Algérien : Ould Kablia **veut rassurer** : tenir à, désirer. Toumi Khalida [la ministre de la Culture] **veut profiter** : accorder, déclarer
 - Européen : Sarkozy **veut** : aspiration. Nous [La ministre française du Commerce extérieur] : **voulons** : nouer. Jospin **veut modifier** : proposer
4. **Responsable d'une institution**: Un juge marocain **veut** : demander.
5. **Pays** :
 - France** : La France **veut construire** : charger de promouvoir
La France **veut armer** : envisager de, soutenir
 - Etat** : **veut faire** : combattre, décider, envisager, songer
 - USA** : **veulent impliquer** : apporter un soutien, aider
 - Les Anglais** : **veulent élargir** : annoncent
 - Le Maghreb** : ne veut pas, rejeter, conteste
6. **Usine** :
 - Saidal** : **veut détenir** : compte porter
 - Maison Renault** : **veut réduire** : a annoncé, a assuré, doit.
7. **Club sportif ou joueur de foot** :
 - Club** : Manchester **ne veut pas décrocher**: doit, espère
 - joueur de foot** : **Zidane se veut** : avoir décidé. Soudani veut juste marquer : objectif

L'usage du verbe “*vouloir*” dans les 21 exemples résume tout le jeu ou la compétition politique et le fonctionnement d'un état. En effet, le parti politique est représentant du peuple. C'est lui qui présente et adopte les programmes, qui manifeste les positions et par l'appui de ses adhérents qui représentent sa force qu'il décide. Un responsable politique assume ses responsabilités, signe les accords et noue les relations. Il dresse un programme d'état ou une carte de route devant le parlement. Il aspire un programme dans les courtes ou longues durées. Un juge veille à l'application de la loi et au respect de la constitution et à rejeter de la fitna. Quant aux relations avec le monde extérieur, le responsable est sensé entretenir des relations de coopération. Son objectif est de bâtir un état fort. Il s'agit là d'un acte illocutoire. Dubois (1999: p240), entend par acte illocutionnaire ou illocutoire “*tout acte de parole réalisant et tendant à réaliser l'action dénommée : la phrase*”. Nous distinguons alors les classes des actes illocutionnaires suivants : d'abord les verdictifs ou actes juridiques. Dans l'exemple neuf (voir le tableau précédent) c'est un juge ou une autorité à habilité qui demande. Vient ensuite l'application de la loi ou d'une instruction représentée par des hommes responsables : ministre, président, directeur d'une usine). Cela est visible dans les exercitifs : décider. Un candidat aux élections ou un acteur politique propose un programme ; nous avons vu cela dans les campagnes électorales. Ce qui est observable dans les promissifs : envisager de, soutenir, combattre, décider, envisager, songer, tenir à, désirer, compter porter, aspiration, charger de promouvoir. Son discours résume son attachement au pays et son respect de la constitution en rejetant toute ingérence. Les comportatifs le traduisent: montrer son attachement, apporter un soutien, aider, avoir annoncé, avoir assuré, doit (2fois), espérer, avoir décidé, rejeter, contester. Chaque parti doit exposer sa politique et sa position. Nous notons les expositifs : nouer, être d'accord, confirmer, annoncer, accorder, déclarer, annoncer, proposer, avoir présenté, objectif.

Le “*peuple*” et le “*vouloir*” accompagnent la campagne électorale. Les manifestations ainsi que les revendications qui passent par les rues ou par le travail de proximité font en effet un tout composé d'une nouvelle forme de revendication prêtée au départ aux partisans de la violence pour devenir ensuite un processus démocratique légal. Des nombreux liens y correspondent et s'entrecroisent dans les écritures sans distinction de genre: enseignes, slogan, chanson etc. De même, des chanteurs, des journalistes, des sociologues et des caricaturistes en recherche du nouveau discours s'inspirent de l'expression “*le peuple veut*” dans leurs écrits. Essayons d'établir comment cette expression optimise le discours médiatique algérien.

4.4 Le peuple veut..."الشعب يريد" à charge émotive, cas de la chanson

La politique impose son cachet sur le comportement langagier. Avec le *printemps arabe*, le protocole est confié à l'expression "le peuple veut" qui devient une stratégie discursive fort recrutée. Le lectorat constate la fréquence de cette expression dans l'écriture journalistique. C'est une expression mémorable et courte qui véhicule une revendication, voire une position. Elle est née suite à l'écart qui ne cessait de se creuser entre gouverneur et gouverné. Une expression devient alors flexible à exprimer ce sentiment de rupture. C'est une forme d'appel et de cri indiquant que le peuple n'est pas satisfait, qu'il est même déçu de la gestion et que la connexion est faible, voire inexistante. Cette expression a d'ores et déjà été soutenue par les chanteurs en quête des nouveaux mots. C'est le constat que le verbe "يريد" (en français, *veut*) affiche dans la chanson algérienne précisément le rai depuis l'événement du *printemps arabe*. Rappelons que dans la chanson rai réputée comme chanson sentimentale le terme le plus fréquent activé pour exprimer l'amour à l'autre est "*nebgħik*" [nabyɣik] (en français, *je t'aime*). Ce dernier a été concurrencé par le verbe cité ci-haut. La chanson rai est contestée d'être un genre musical aux mots impolis et impropres. Le chanteur de rai cheb Khaled lors d'une interview répond aux détracteurs de la chanson rai que le Français exprime son sentiment d'amour envers l'autre par l'expression "*je t'aime*", un Anglais "*I love you*", un Egyptien en dialecte "*bahibak*" [baħibak] et un Algérien en dialecte, *nebgħik*. Une seule pensée traduite dans plusieurs langues et dialectes. Il va plus loin. Ce mot phrase est proprement algérien et fait partie du sociolecte des jeunes (les adolescents notamment). Le vocable *nebgħik* s'affiche d'entrée et investit la musique rai en lui offrant le maillot rouge comme dans le langage du cyclisme. Mais peu à peu et avec l'avènement du *printemps arabe*, *nebgħik* est contrôlé positif, comme on dit dans le vocabulaire sportif, laissant "يريد" s'imposer tranquillement sous forme de reversement pacifique. On s'aperçoit qu'il (*nebgħik*) cède sa place à un autre emprunté à l'arabe classique "يريد". Ce dernier prend en charge ce sentiment (sensation de *nebgħik*) en s'imposant malgré lui. Le mot (*nebgħik*) est devenu classique. Par classique, nous entendons représenter une époque bien déterminée qui est l'avant *printemps arabe*. On parlera donc de la génération de يريد.



De par sa nouveauté et sa fréquence dans le langage des jeunes et avec le *printemps arabe*, ce verbe s'accapare de l'espace et fait recette en devenant même une partie prenante des titres d'une chanson. Nous citons le titre de la chanson de Cheikh Mamidou (Cf le CD)³⁴ قلبي عليه مريض واحد (en français, mon cœur est malade de lui et une autre j'en veux pas), Bilal Takini (Cf le CD) قلبي يريد امور جديد (en français, mon cœur veut une autre fille) et celui de cheb Fateh (Cf le CD) dans sa chanson intitulée "قلبي يريد" Galbi yourid (en français, mon cœur veut). Pour les deux titres, le vocable "يريد" prend place de *yebghi* étant donné que les deux exemples ont comme sujet de l'action le cœur.



Nous notons maintenant le verbe "vouloir" se doter d'une charge émotive, à savoir le sentiment d'amour du moment qu'il remplace le verbe *nebghi* (en français, je t'aime) et que le sujet de l'action est le cœur dans les deux exemples.

Partons maintenant au vocable *peuple*. Soit les deux slogans suivants relevés des manifestations lors du *printemps arabe*. "Le peuple veut renverser le régime" et "Le régime veut renverser le peuple". En permutant le *peuple* par *régime*, le résultat est un autre sens. Lorsqu'on examine, avec précision, l'organisation des mots dans ces deux phrases puis expliquer la raison de cette structuration ou chaînage, c'est-à-dire démontrer les causes de tel agencement ou tel montage, ce simple test nous démontre que *peuple* et *régime* s'opposent entre eux alors que dans la réalité politique le régime représente un peuple. Beaucoup de gens pensent que les deux vocables sont synonymes. Nous dirions que le régime est pluriel alors que le peuple est singulier. L'un, qui vient du latin signifiant conduire, le mode de gouvernance et les règles de la gestion d'un état ; il renvoie au système en place et au pouvoir politique. C'est la "Façon d'administrer, de gouverner une communauté", ajoute le dictionnaire Le Grand Robert et qui montre qu'il existe plusieurs régimes. L'autre, c'est "l'ensemble d'une population, en tant que sujet de droits politiques", selon Le Grand Robert. Peut-on dire que le mot *régime* et le mot *peuple* sont opposants et distincts? Nous comptons dans le monde plusieurs régimes. Un peuple est un et il

³⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=FVxEfQhPlyY>

peut connaître dans son histoire plusieurs régimes ou systèmes politiques. Le vocable *peuple* correspond à des humains. Le régime est synonyme de pouvoir et le peuple réunit le vouloir et le pouvoir. C'est du vouloir qu'on arrive au pouvoir et non le contraire sinon nous arrivons à ce que Orwell appelle the Big Brother, c'est l'impasse. Comment expliquer le vouloir du pouvoir? Passons aux slogans suivants:

- "Le peuple veut soigner le régime" *Manifestants tunisiens, égyptiens, yéménites.*

- "Le peuple veut juger le régime" *Manifestants tunisiens, égyptiens, yéménites.*

- "Le peuple veut juger le président" *Manifestants tunisiens, égyptiens, yéménites.*

- "Le peuple veut en finir avec la division" à Ghaza le 04 mars 2011-03-04 *Manifestants ghazaouis.*

On consulte un médecin pour se soigner. Le pouvoir consulte le vouloir dans la gestion de la cité par la voie légale: vote, référendum... Le peuple soigne le pouvoir par l'élaboration des nouvelles lois. En cas de non respect des règles de la cité, le vouloir juge le pouvoir représenté par un président ou tout un régime. Des moyens que la loi stipule sont de mises pour exprimer le vouloir: le syndicalisme, le mouvement associatif, le parlement... Tout contrat social exige une liberté individuelle. La politique en est le garant. Qui dit gouvernement dit l'état et qui dit l'état dit sûrement la politique. Rousseau rétorque que: "*la liberté individuelle, je le répète, voilà la véritable liberté moderne. La liberté politique en est la garantie; la liberté politique est par conséquent indispensable*". C'est au nom de la démocratie qu'il est libre. Ceux qui gouvernent sont des représentants de la loi et non des maîtres. Les magistrats, les juges, la police, la gendarmerie ne sont établies que pour ne pas enfreindre les lois "sacrées". Ils représentent la loi et ils ne doivent en aucun cas la violer ou y désobéir. La liberté correspond à des lois. Pas de lois pas de liberté. Si la machine qui gouverne représentant la loi est grippée et ne filtre pas bien, si les représentants se croient des maîtres, le "*pouvoir*" sera mis au banc des accusés par le "*vouloir*". Le peuple qui se voit esclave revendique le changement qui serait à caractère pacifique. Il y a là cette opposition ou ce conflit vouloir-pouvoir ou peuple-gouvernement c'est pourquoi on revendique des réformes. Le gouvernement aussi résiste et tente de renverser le peuple, c'est-à-dire défendre sa position et c'est ici la violence qui est l'usage légitime de la force ou la confrontation physique "Le régime veut renverser le peuple" mais la volonté du peuple est toujours la gagnante. "Le peuple veut renverser le régime" A ce moment ces esclaves essaieraient d'élaborer leurs propres lois selon la constitution. C'est ce qui est exprimé par le verbe "soigner" dans "Le peuple veut soigner le régime"

Après l'étude de ces trois vocables, à savoir *peuple*, *vouloir*, *peuple* et *le peuple veut*, il nous est indispensable d'explicitier dans le chapitre suivant leur activation dans le discours journalistique comme stratégie discursive.

4.5 “*Le peuple veut*” stratégie de l'écriture journalistique

L'expression “*Le peuple veut*” fait partie de notre discours quotidien. C'est l'ère de l'expression “*Le peuple veut*” qui frappe fort. Une expression relative au *printemps arabe* qui a secoué le pouvoir ou le système en place par le vouloir du peuple acteur du changement. Elle est devenue une référence à toute revendication. Nous voyons cette expression passer de son cadre ou de sa nature politique pour aller alimenter et entrer d'autres domaines en gardant son principe qui est le fait d'accéder à une situation meilleure. On dit dans le langage sportif : *on ne change pas une équipe qui gagne* et nous dirions aussi : *on ne change pas une expression qui convainc*. Elle est devenue la devise de tout texte revendicatif pacifique que ce soit dans les manifestations (discours oral) ou dans les textes écrits (discours journalistique...). L'expression désigne un appel solennel et pacifique destiné aux autorités pour le changement d'une situation jugée dramatique et déplorable. Celui qui l'énonce ou l'encode ou qui la perçoit c'est-à-dire la décode connaît et atteste très bien sa signification. Il suffit tout simplement de changer un comportement. Cette expression définit l'appel du peuple source de tout pouvoir. Elle est synonyme de la prise d'une décision et de la conscience. Essayons dans une lecture réelle et pratique de (re) constituer ou de (re)construire une signification à partir des textes journalistiques qui englobent les caricatures et les articles journalistiques. Cette expression a vite fait partie du discours journalistique. De par sa fréquence et son impact politique (*printemps arabe*) nous avons attesté sa circulation. Nous pensons que cette expression pourrait offrir aux journalistes une voix. Elle devient une marque de choix dans leur discours. Elle a donc circulé tel un virus dans tous les domaines de par sa pesée et son impact.

L'expression “*le peuple veut*” a eu son impact sur le domaine social. Le sujet, à savoir habitants d'un quartier, participe au changement sans le recours à la violence. Les revendications sont un droit constitutionnel. Cette expression se veut surtout servile aux multiples revendications populaires pacifiques. Face à la bureaucratie soulevée, elle devient une forme démocratique directe de communiquer avec les autorités. En outre, et encore, elle demeure une stratégie plus constitutionnelle dans la mesure où le sujet de l'action est le peuple. Elle remplace les demandes d'audience aux longues attentes lorsqu'on veut changer une situation et dénoncer les promesses non tenues. C'est ce qui est visible dans les exemples suivants.



Elkhabar, 4 mars 2011

Les manifestants engagent cette expression en envahissant la rue pour exprimer leur mécontentement du vécu au moyen d'une marche. Cette expression se convertit du domaine politique au domaine social. Les demandes, les requêtes, la patience, les promesses des autorités n'ont pas abouti! La rue est donc le seul moyen d'être écoutée sans intermédiaire. Nous citons l'article الشعب يريد غلق المخمرات ببلدية عين البية في وهران (en français, le peuple veut la fermeture des bars à Ain Ibia) Elkhabar, 2011.06.13 محمد حمادي



La dépêche de la Kabylie, 28 mars 2011

Les revendications peuvent aller plus loin en demandant même le jugement des autorités qui constatent le mal sans réagir. Une stratégie de dire à une autorité que celui qui l'a installée est capable de la destituer.



Ennahar, jeudi 22 décembre 2011

Cette expression qui a embarqué dans le domaine du sport est devenue une stratégie de d'exigence. On dit qu'en Algérie, il y a 40000000 d'experts de foot. On revendique le choix du speaker, de l'entraîneur et on exige des résultats. Cette expression est là pour y parvenir. La circulation de cette expression dans le domaine du sport est plus visible dans l'article journalistique suivant: *الشعب يريد...³⁵ حفيظ دراجي* (Echorouk 12 mars 2011). Parmi les activations essentielles de cette expression, la principale est son usage comme forme d'exigence. Les téléspectateurs sont devenus exigeants à un tel point qu'on évoque le choix du speaker. Les speakers du match de foot séduisent les spectateurs de par la prestation représentée dans le style ménagé et leur culture générale. La transmission d'un match est un tout composé et même une industrie. Elle est conditionnée non seulement par le *jeu* mais aussi par le *je*. Nous entendons par le *jeu* la qualité des joueurs, la prestation sur le terrain, la réalisation, l'image (HD)... Quant au "*je*" c'est la voix du commentateur. On pourrait apprécier un match de faible prestation mais fort bien commenté. On dit dans le sport que le foot fait partie du spectacle et que le meilleur joueur sur le terrain est le speaker. Son absence provoque le bruitage. On rapproche la valeur d'un match à un speaker c'est pourquoi qu'on s'interroge souvent sur le speaker du match et on se renseigne sur la chaîne sur laquelle tel ou tel journaliste commente. De même, on invite un ami à voir le match de par le speaker qui exerce dans la chaîne Bein sport et non l'autre sur la chaîne terrestre. Aujourd'hui, avec la nouvelle génération, celle du social media et avec l'émergence des chaînes privées spécialisées, les téléspectateurs, notamment les jeunes, ont leur club et aussi leur speaker, option audio, préférés. Beaucoup de speakers commentateurs sportifs sont sollicités par rapport aux autres, pourquoi ? Avec la panoplie de chaînes télévisées, le foot n'est pas seulement la qualité de l'image, à savoir le HD, de la pelouse, des joueurs sur le terrain mais aussi la qualité du speaker. Alors quelle langue utilise-t-il pour séduire et convaincre ? Comment leur voix et leur langue s'adaptent-elles à la mondialisation ? Pourquoi

³⁵ (www.echoroukonline.com/ara/aklam/analyses/.../70405.htm 2011.03.12)

on opte pour tel speaker et non pas pour à un autre ? Commenter un match est-il un art ? Le public est devenu trop exigeant c'est pourquoi le commentateur manipule sa propre stratégie. En effet, il offre un vaste champ de confort et de plaisir lorsqu'il engage sa propre culture sportive, sa mémoire, des mécanismes aux bons moments : information, suspens, anecdote, digression, enthousiasme, cris, déontologie, objectivité, impartialité. Nous signalons même des conmpétitions de meilleure imitation d'un commentateur sportif. Derradji Hafid, commentateur algérien exerçant dans la chaine Qatari Bein Sport est sollicité par les téléspectateurs algériens et même arabes. Il a comme stratégie les relations argumentatives. Il commence par le résultat puis lance les arguments qui y mènent. Ajoutons à cela les cris et les interjections.

Passons aux formes d'exigence des résultats. Nous citons la déception الشعب يريد التجسيد يا (en français, le peuple veut la concrétisation, Halilozitch. C'est fini les dires) Ennahar 03juillet 2011. Cette expression devient un moyen pour réaliser un besoin. الشعب يريد الانتصار .. يا جنرال (en français, Le peuple veut la victoire, Général.) tel est l'appel lancé parmi les supporters algériens pour protester contre les mauvais résultats de l'équipe nationale après la démission de l'ancien entraîneur Halilozitch.



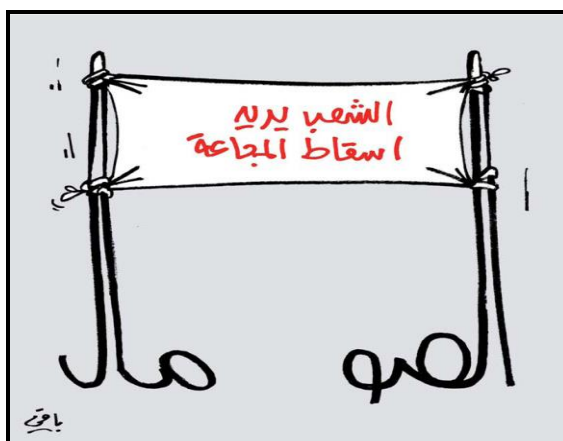
Une forme de réaction face à la déception lors de la coupe d'Afrique 2014 face à la mauvaise prestation et aux résultats nuls. Le peuple (téléspectateurs) veut une révolution dans l'effectif... Le caricaturiste Ayoub transmet le message dans lequel il exprime le mécontentement des téléspectateurs qui attendent une coupe d'Afrique !



El Khabar, lundi 06 juin.2011

El Khabar, dimanche 12 Juin 2011

La scène a pour décors la défaite de l'équipe nationale. Cette expression s'active pour exprimer un sentiment de mécontentement. Elle remplace toutes les expressions de violence (insultes, jets de pierres, feux d'artifices, chansons hostiles, actes de vandalisme...). Cette expression devient une stratégie pour s'adresser à une autorité et de régler les différends en tenant en compte du respect de l'autre tout comme les supporters du real de Madrid, à titre d'exemple, qui lèvent les mouchoirs blancs en signe de mécontentements de la situation de leur équipe. Néanmoins, nous signalons son activation comme instrument de pression allons jusqu'à imposer un programme à une soirée musicale. Selon le journal ELKHABAR³⁶ (06-07-2011), un public a scandé "le peuple veut cheb Bilal" dans une soirée à Sidi Belabbes (Algérie) en gênant une présentation d'un groupe Ballet traditionnel en scandant "الشباب بلال" (en français , le peuple veut cheb Bilal, écrit Elkhavar, 06-07-2011 وهران: ل. بوربيع).



Elchorouk, lundi 10 octobre 2011.

Au nom de la raison d'exister, cette formule est considérée comme un stimulant servant à optimiser toute revendication. Le choix est motivé par l'activation de deux syntagmes, à savoir

³⁶ EL KHABAR, L. Bourabia, 06-07-2011

peuple et *veut* de par leurs particularités et leurs parcours revendicatifs soulevés ci-haut remontant au *printemps arabe*. L'expression "*le peuple veut*" implique que l'on acquiert un certain nombre de prérogatives d'ordre juridique, exercitif et promissif. Néanmoins elle pourrait connaître une modification dans sa formule ; on dit en chimie tout changement des données dans une formule chimique entraîne un changement des résultats, et c'est le cas aussi pour la formule étudiée ci-haut. En effet, l'absence d'un de ces deux syntagmes tout en gardant la même formule serait négativement interprétée ou instrumentalisée. Certains s'emparent de cette devise et misent sur elle pour faire passer leur discours. Nous avons constaté que le sujet de l'action, à savoir "*peuple*", pourrait être substitué par la première personne du pluriel "*nous*" renvoyant à d'autres sujets de l'action et cela augure une nouvelle stratégie discursive. Une question se pose : comment le locuteur arrive-t-il à concilier entre la formule initiale dont le sujet et le prédicat sont *peuple* et *veut* et le discours des politiciens mu par les intérêts?

4.6 "*Le peuple veut*" et le discours de la phobie



Elkhabar, vendredi 29 avril 2011

Ça devient une expression de pression qui fait peur, voire qui dérange ! C'est l'ère de l'expression phobie. En effet, cette expression est devenue une stratégie activée par quiconque agissant au nom du peuple. Le sens communicationnel de cette image iconique serait la stagnation exprimée par cette rétrovision vers les hommes aux lunettes. Le pouvoir qui veut avancer mais ces batlaguia (la mafia financière et la mafia politique cités par Louiza Hannoun dans la partie une) sont contre. Cette contraction ou cette rupture des deux forces, à savoir la mafia et le peuple représentée par le président a fait confusion d'assimiler la notion de peuple et de régime.



Elkhabar, lundi 20 juin 2011

Cette formule serait aussi un stimulant pour optimiser le discours destinée à la consommation. Cette expression fait irruption dans la communication gouverneur gouverné servant comme une langue de bois.



Elkhabar, dimanche 10 juillet 2011

Il faut rappeler que l'acteur de changement est le peuple. Il ne faut pas le sous-estimer, voire le mésestimer. Les pauvres ont bâti le monde. Je me rappelle d'un vers tiré de la littérature négro-africaine (module étudié en graduation) qui montre que les pauvres, à savoir les noirs ont construit l'Amérique :

Ce pays est à nous de par notre travail

Ce pays est à nous de par notre sueur



Elkhabar, jeudi 28 avril 2011

Nous constatons que dans le discours politique figure l'absence du syntagme *peuple* dans la formule *le peuple veut*. Ce qui implique une stratégie de manipulation ou de menace et ce, à travers la formule “*nous voulons*”. Malgré l'absence du sujet réel du texte initial, cette expression a montré une capacité d'adaptation et d'assimilation. Ce qui la rassure et lui donne une voix dans un contexte politique aussi tendu que celui-là. Le “*nous*” désigne dans la caricature les mafias financière et politique. Il renvoie au groupe de l'ombre. Nous venons d'étudier en quoi consiste la notion du changement évidemment dans la mise en activation de du vocable “*printemps*” et l'expression le “*peuple veut*”. Cependant la validation vient de la constitution. Voyons donc comment est-elle interprétée après vote et comment se positionne-t-elle par rapport à sa conception avant vote?

4.7 “*Le peuple veut*” de la stratégie de revendication et de manipulation à la structure de légitimation

Essayons d'examiner et de faire une étude synchronique de la notion du “*printemps*” et de la formule “*le peuple veut*” dans la période post vote. Le vote s'est attelé à faire rappel à l'ordre suite à tout le débat cité précédemment. Ceci dit, cette expression valide que la conception vient des urnes et que les résultats sont un consensus. De ce fait, elle passe pour une technique de remettre à l'ordre et de mettre fin à tout *remake* à ces deux concepts. Bref une forme d'avertissement. Dans ce sens, le vote trace et assène les particularités de la notion de changement. Nous allons discuter la question de savoir ce que sont les deux notions citées au début de ce paragraphe. Si l'on observe le discours journalistique post vote, on note plusieurs paramètres qui entrent en jeu pour les caractériser. Notre questionnement est centré sur:

comment cette expression passe-t-elle de la stratégie de revendication pour parvenir à annoncer une décision finale, voire devenir une structure d'une validation d'une revendication?

Il faut rappeler qu'au tour de cette expression de changement via post vote gravitent plusieurs caractéristiques. Si nous utilisons le mot changement, il faut que plusieurs composantes de la définition soient vérifiées ou installées. Notre analyse consiste à nous expliquer le champ lexical du concept changement. Nous prendrons comme référence les textes post vote. Nous introduisons plusieurs notions durant notre travail qui nécessitent des explications et des clarifications. Notre objectif est d'étudier cette notion d'une façon méthodique, rigoureuse et scientifique pour qu'on puisse répondre aux questionnements suivants : quelle réalité suggère le vote à ces deux concepts ? Le discours journalistique estime que cette course a abouti à une nouvelle caractérisation en se contentant d'obéir au résultat soumis à la logique sélective qui n'aurait pas infléchi le cours des choses selon certains. Nous nous reporterons, pour plus d'amples explications, au texte suivant qui sera une cueillette des données qualitatives sur cette notion.

Nous nous proposons d'aborder la notion de *printemps* puis la formule "*le peuple veut*". Partons du postulat que le peuple est le seul décideur au moyen de la procédure constitutionnelle qui est le vote, le changement par la force ne fait cultiver que la culture de la violence. Le changement pacifique demeure la seule condition de cohabitation et de l'installation de l'ordre. C'est une passerelle qui mène à écouter l'autre, le respecter, voire le considérer comme concurrent et non ennemi. C'est surtout corriger les erreurs, acquérir une expérience et être en contact avec l'autre. En ce sens, la réflexion suivante constitue en quelque sorte une validation et une diffusion des résultats. Avant le scrutin, certains étaient unanimes qu'il irait donner lieu à une abstention et à un ras de marée islamiste et que le *printemps* serait le changement de régime. Ceci dit, il est illustré dans l'image caricaturale ironique qui suit.



C'est un discours exemplifié de la notion de *printemps* post élections. Le caricaturiste trouve, selon l'expression de Ducrot, *l'intuition exacte* pour définir cette notion. En effet, il active la rhétorique comme stratégie de l'ironie. Son discours a comme référentiel le proverbe "*Une hirondelle ne fait pas le printemps*". Alexandre Dorna (1995 : P13) avance que "*De toutes les traces discursives, c'est la figure rhétorique qui montre le mieux l'importance du processus cognitif dans l'élaboration et la mise en scène du discours politique. C'est autour de cette figure que se construit le sens et s'oriente la stratégie*". Comment expliquer cela ? Examinons l'image caricaturale. Elle a comme scène un seul personnage portant le badge du FLN, parti majoritaire aux élections, comme le signale la date dans la légende "*L'après élections du 10 mai*". Nous voyons dans la caricature un personnage moustachu. La moustache indique la rassurance et l'autorité. Il porte le badge du FLN et aborde un large sourire en scandant "*mais si une hirondelle*" comme réponse soit à une interrogation "*Ya-t-il une ou des hirondelle (s) pour faire le printemps ?*", ou soit à un constat : "*il n'y a aucune hirondelle annonçant le printemps*". Ce sourire aurait deux interprétations : ou bien être satisfait du résultat puisque derrière lui toute l'Algérie ou bien une forme ironique de ceux qui croyaient au changement du régime. Le locuteur pose le raisonnement logique suivant qui prend forme de syllogisme:

- Une hirondelle ne fait pas le *printemps*
- Voici une hirondelle
- Donc il n'y aura pas de *printemps*, c'est-à-dire de changement

La réponse logique serait jamais une hirondelle fera le printemps ; c'est une forme de fatalité. Comment? Le printemps qui est validé par la réalité des urnes appartient au fort et à celui qui a derrière lui les bâtisses englobant le mémorial de Chahid référence au parti unique du FLN au pouvoir depuis l'indépendance, les bâtiments et même les mosquées. C'est un tout composé servant de carte postale de toute l'Algérie. Ajoutons à cela le soleil symbolisant le nouveau jour et le ciel bleu annonçant l'heure de vérité arrivée. Le personnage sous forme ironique aperçoit enfin une seule hirondelle. Cette dernière à l'air de prendre la fuite vers l'inconnu. Elle qui voulait bien le *printemps* mais le 10 mai c'est la fin du printemps et elle est donc trahie et déçue. C'est l'heure de migration. Une connotation qui dit qu'elle va chercher un autre lieu où elle fera son printemps. Et comme cite la légende "*le printemps n'a pas eu lieu*". C'est un message clair véhiculé et destiné à l'opposition : remettez vous à l'ordre, écoutez l'avertissement ou le conseil : personne ne vous soutient. Son image passe comme un selfie ironique.



El Ahrar, 12 mai 2012

Passons à un constat d'un homme d'état, à savoir Oueld Kablia, ministre de l'intérieur algérien à cette époque, qui valide et rapproche les concepts le *printemps* et vote. Selon les résultats du vote, la notion de *printemps* a une acception toute particulière et purement constitutionnelle: c'est la stabilité. Ces réglages font la procédure constitutionnelle qui se réfèrent aux résultats des urnes auxquels tous les Algériens ont participé. Les chiffres attestent la signification. En outre, nous pouvons dire l'acception est reconnue par les instances internationales. C'est le statut que revêt l'expression "le peuple veut" post vote.



El Ahrar, 12 mai 2012

Cette expression passe pour être la UNE du journal *El Ahrar* du 12 mai 2012. Elle constitue la déclaration d'un résultat des élections sous forme de pourcentage qui revoie à la majorité absolue. La constitution induit que le FLN est majoritaire synonyme de : *le peuple veut le FLN*. Cette expression est activée comme une stratégie de remise à l'ordre et de légitimation (crédibilité des acteurs politiques, hiérarchie des actions dans le paysage politique, etc.).



Echorouk, 11 mai 2012

Une autre expression idiomatique pointe l'implantation du régime. Ce qui fait appuyer la réalité des faits c'est le fait d'activer le vocable "تثبيت" (en français, confirmation, fixation ou installation) comme synonyme de durabilité. Une façon de dire que le résultat des urnes est le seul paramètre de caractérisation de la notion du printemps ou de changement. Cela dit que le changement c'est réinstaller un système qui était déjà au pouvoir, une forme d'installer une mise à jour. Un message est clair: rendez-vous 2017 pour toute contestation ; on doit attendre cinq ans, soit un mandat, pour revoir cette notion.

Si le changement est pris comme une mise à jour, nous nous demandons les particularités des nouvelles fonctionnalités. Le résultat des urnes a abouti à la signification suivante : Changement pour le changement. Cela valide la UNE du journal El-Watan qui synthétise tous les articles consacrés à cet événement de la page deux à onze par "Le statu quo". Cela valide la déclaration de Ahmed Ouyahia, lors de sa campagne électorale «*Non au changement*», indique Fayçal Métaoui, (El Watan, 2012 : 3). Comment ? D'abord, le changement n'a pas eu lieu mais il correspond une nouvelle mise à jour. Le journal EL WATAN rappelle que la femme passe en force "Elles seront ainsi 145 à siéger à l'hémicycle, ce qui équivaut à 31,38% des 462 sièges à pourvoir". G. L. Elles seront 145 députées à l'APN, visibilité féminine, en attendant la parité, intitule le journal El watan (samedi 12 mai 2012:p 2). Le journal *Al ahrar*, quant à lui, soutient que le changement est le non changement politique. Par ailleurs, une autre application est déconnue lors de la mise à jour : le changement qui avait une saveur islamique durant la campagne électorale n'a pas lieu. "L'effet «printemps arabe», dont se targuaient tant nos intégristes, n'a pas eu lieu." écrit K. A (Le soir d'Algérie, 2012 : p3). Puis, ajoute-t-il "Tous ces islamistes, fortement appuyés, il faut le dire, par un matraquage médiatique en règle via les chaînes arabes, parlaient d'une grande surprise pour le 10.

Ainsi comme réponse à la dite contradiction existant entre le discours qui promet de donner la place aux jeunes et les résultats des élections qui donnent l'ex-parti unique vainqueur, le ministre de l'Intérieur affirme que «c'est le choix souverain des Algériens» ; il se dit lui-même «prêt à

démissionner sur le champ si le pays n'avait pas besoin de lui!» (2012 :p2). Avec les résultats des urnes, nous venons de couper de l'herbe sous les pieds des faiseurs des interprétations et de ceux qui instrumentalisent cette notion à leur guise et à leurs fins idéologiques. La définition a donc une saveur politique. Elle est aiguillonnée par les résultats des urnes, seule procédures reconnue par la constitution algérienne. La signification qui compte et qui importe de saisir se repose sur l'acteur du changement et sur la volonté de changement qu'il faut penser. Nous avons vu, dans ce chapitre, l'acception de la notion de changement dans les mass médias. C'est donc par le type de texte qui assure l'encodage et le décodage du sens. Néanmoins toutes les acceptions se convergent dans l'idée de la réalité des urnes. Un protocole d'entente pour cette notion visant à caractériser cette notion confié à la politique. Ce protocole a lieu et temps (Algérie, 10 mai 2012) et ajoutons à cela une durée de 05 ans (mandat).

Nous avons voulu identifier la circulation de cette expression. De par sa fréquence, elle gagne du terrain et d'espace et migre de son horizon politique pour devenir la devise de communication circulant par défaut dans tous les domaines. De ce qui précède, il convient de dire que ces fonctionnements se croisent dans le fait que son usage marque la notion de revendication pacifique au départ. Il en découle aussi une forme ludique : permutation et commutation utilisée pour s'emparer de ses droits. Il suffit d'évoquer un thème que l'on active. Elle est toujours disponible pour accéder à la communication. Cette expression est assujettie au domaine d'utilisation où elle s'est activée. Néanmoins toutes les utilisations se croisent dans le fait de lutter pour améliorer et revendiquer. La lecture de ces textes, caricatures ou articles, a fait que le mot *peuple* renvoie à une autorité : nous citons la législative, exécutive et juridique. Cette expression rend les liens rapides et les échanges accélérés. Une seule expression, plusieurs modes d'emploi.

Face à ces lectures, nous dirons que trois volets majeurs traduisent chronologiquement l'activation du mot *peuple*. D'abord le passé : faire-savoir pour faire-savoir, ensuite le présent : faire-savoir pour faire savoir-agir et enfin le demain : faire savoir-être. De même ce recours traduit la stratégie de captation. Il est au contraire noté que cette formule pourrait être négativement instrumentalisée de par le sujet de l'action qui était au départ le peuple qui a laissé la place aux baltagua. L'énonciateur est à la recherche de légitimité et crédibilité et cette expression y serait le secret. Charaudeau Patrick³⁷ affirme que *“le sujet politique qui est en quête de légitimité doit aussi se montrer crédible et persuader le plus grand nombre d'individus qu'ils*

³⁷ Charaudeau Patrick, quand l'argumentation n'est que visée persuasive. L'exemple du discours politique. Consulté le 10.10.2017 à 19h21m. Disponible sur https://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/2005_e_Argum-et_persuasion_Burger_.pdf

doivent partager certaines valeurs. Ce qui place l'instance politique dans une double perspective de constitution d'une pensée politique qui devra représenter un système de valeurs idéalisé, et de gestion des opinions à des fins d'établissement d'un consensus.'' p30

Nous avons vu, dans ce chapitre, acception de la notion de changement dans les mass médias. C'est donc le type de texte qui précise l'encodage et le décodage du sens. Néanmoins toutes les acceptions se convergent dans l'idée de nouveau.

Conclusion générale

Ce travail de recherche avait comme ambition d'explicitier les stratégies discursives mobilisées dans le discours de changement, cas du *printemps arabe* et du *printemps algérien*. Nous avons tenté de répondre à notre problématique qui consistait à rendre compte des nouvelles stratégies discursives qui sont relatives aux deux printemps. Les stratégies discursives correspondent aux opérations mises en place dans la production, la transmission et la réception d'un message. Ces mécanismes renvoient aux choix spécifiques outillés par le locuteur dans la structuration de son discours. En d'autres termes, chaque choix est stratégique tant qu'il n'engage que son locuteur de par son point de vue et à sa position dans une situation du discours et un entourage affectif particulier (Ducrot). L'analyse du discours est plurielle puisque chaque discours dispose de plusieurs vérités : la vérité du fait et la (es) vérité (s) que le locuteur donne au fait. Chaque locuteur active sa propre stratégie d'élaboration de son discours. Charaudeau avance que l'argumentation est "*les modes de raisonnement du discours.*" Nous avons constaté que le discours de changement est devenu une passion arabe notamment dans un conditionnement bien délimité comprenant ledit *printemps arabe* et qui a eu lieu à partir des événements 2011 dans le

monde arabe et ledit *printemps algérien* qui correspond aux législatives algériennes 2012. Le concept du *changement* occupe une place de choix dans les textes relatifs au *printemps arabe*. Ce qui a produit son impact sur le *printemps algérien* et dans le discours médiatique.

Notre corpus était pluriel ; ce qui nous a permis d'étayer notre thèse. Nous avons opté pour des articles journalistiques, des caricatures, des slogans, des textes sur social média, des observations des vidéos, YouTube comme terrain d'investigation. Les jeunes y étaient instigateurs. Il a été possible d'entamer notre recherche par la description de deux notions : celle du "*printemps*" et celle du "*changement*". Ainsi à travers une observation de la première notion, nous avons aperçu sa désignation d'une période transitoire modérée séparant deux saisons l'une froide et l'autre chaude. Dans la culture algérienne et dans une étude anthropologique, deux prénoms renvoient aux printemps : tafsut et tafsit. On cite la fête de Tafsut où on associe le *printemps* à la pluie. En sciences naturelles, le *printemps* renvoie à l'étape importante de l'activité cyclique des femmes, le 4^{ème} mois de grossesse. Il correspond aussi au retour des animaux migratoires, à l'accouplement et au réveil des animaux hibernaux. Il s'applique dans les dictons et les proverbes pour indiquer le champ lexical relatif à la jeunesse, la joie, la beauté, la fête, la vie, mariage, le bien... Nous avons constaté que le "*printemps*" se dote d'une signification exprimant le passage à une situation meilleure. L'activation de la notion de "*changement*" dans le discours journalistique conquiert d'autres domaines de par sa fréquence pour devenir une devise de communication et de revendication. En d'autres termes, l'acteur du changement doit se reposer sur les concepts en fonction de la réalité telle qu'elle est définie par la constitution ; il s'agit des résultats des urnes. Cette notion désigne d'abord l'invention, la place aux intellectuels, l'observation de l'histoire, connaître sa culture, faire des initiatives, proposer et consulter, s'adapter, résister comme synonyme de durée de vie et ensuite instaurer un modèle de changement en relation avec le facteur social. L'instauration de la notion de *changement* comprenant le champ lexical suivant : réforme, ouverture, consultation, éducation, nouvelle mentalité, dialogue, indiquent fortement que la puce (portable) est bien placée mais elle ne peut fonctionner sans canal (champ de communication). Bref, il faut algérianiser le changement. Les caricaturistes et face à la réalité des faits décrivent leur propre lecture en posant leur vérité du fait : ouverture veut dire *ouvrir le feu*, consulter c'est consulter l'ancienne génération et non la jeunesse.

L'activation du concept "*printemps*" suivi de l'adjectif *arabe* et *algérien* dans les dits *printemps arabe* et *printemps algérien* se dote d'une signification particulière (dimension politique). Nous avons, dans un premier temps, explicité le nouveau vocabulaire relatif au *printemps arabe* activés, de par sa fréquence, dans le discours médiatique comme outil de lutte et

de revendication. L'observation a rendu compte d'une banque de mots représentant plus d'un camp, à chaque camp son propre lexique. Néanmoins, nous avons constaté que ces deux camps contribuent à l'élaboration d'une signification commune. Ce qui valide l'affirmation de Paul Ricœur "un langage à la fois conflictuel et consensuel". Nous avons procédé à travers les chapitres qui se succèdent à la conceptualisation du nouveau vocabulaire relatif audit *printemps arabe*. Notre recherche s'est axée sur le repérage du vocabulaire le plus répandu via les documents écrits et oraux. Autrement dit, ce n'est plus "une dispute qui tourne au drame", comme relate le fait divers mais ce sont revendications des manifestants et le frottement des opinions (*drame*) qui ont contribué à la formation d'un nouveau lexique répondant aux aspirations publiques pour le *changement* et le *printemps*. Nous citons le repérage du lexique suivant : Militarisation et confrérification de l'état, Baltaguia, Al ahali ou Al ahali honorables, Tartour, Comparse (stratégie d'emprunt), Al Fankouch, Al Foloul, Zanga zanga, Dégage! Nous avons détecté les procédés activés dans la création morphosyntaxique ainsi que retracé leur cognoscibilité où nous avons évoqué le paramètre de rétrovision des valeurs renvoyant à la situation du discours et l'entourage affectif. En effet, nous avons distingué cognitivement le vocable *Fankouch* فنكوش d'origine égyptienne **de** *hankouch* [hankuʃ] (en arabe هنكوش) et de *hankouch* [hankuʃ] (en arabe حنكوش) : deux vocables fréquents dans les interactions langagières en Algérie. Les paramètres de cognoscibilité mesurent l'épaisseur en faisant appel à la mémoire individuelle et collective servant à identifier la coïncidence (Ducrot). Nous avons déduit que construire une valeur ou une représentation nécessite une rétrovision des valeurs c'est-à-dire des connaissances antérieures et des connaissances lexicales conditionnelles. Il s'agit du procédé de l'étape métacongnitive qui est le stade de préconnaissance d'un concept servant à la mise au contrôle. Ceci dit, *confrérisation* (أخونة الدولة) se distingue cognitivement de *la république islamique* (en arabe : الجمهورية الاسلامية, aljomhuria Eslâmia) et du *régime islamique* (نظام اسلامي) (60 et 70 et 80). Ces paramètres suggèrent des équivalences potentiels et effectives. Bref ce sont des paramètres de la puissance d'information.

Nous avons d'ores et déjà envisagé une nouvelle piste de recherche. Il s'agit de ce que doit le *printemps arabe* au *printemps algérien*. Nous avons pris en photos 31 affiches prélevés des panneaux réservés à la campagne électorale du 10 mai 2012 devant la grande mairie de Mascara et le stade Kacem Benlimem à Oran. Face aux : boycott, rupture, démission, les acteurs se servent de l'*intuition exacte* (Ducrot) dans leur connexion pour parvenir au changement. Nous avons tenté de mettre en lumière les principales stratégies discursives mis en œuvre dans le cas du *printemps algérien*. Nous avons conclu que le discours médiatique s'assoit sur des stratégies

bien définies qui conditionnent sa réussite. Les stratégies discursives sont traduites dans plusieurs formes et formules. Nous citons la formule “*le peuple veut*” et le syntagme “*printemps*”. Ces stratégies s’articulent essentiellement autour de trois axes : l’éthos de l’exclusivité, autrement dit, l’image que l’énonciateur veut donner à lui-même dans le discours journalistique et caricatural pour capter l’attention et surtout gagner la confiance de l’auditoire. Ensuite, le « logos » de la génération de politique qui interroge le raisonnement et le mode de la construction de l’argumentation pour persuader et séduire le lectorat. La stratégie par *négation*, la stratégie de la polyphonie argumentative historique et musicale, la stratégie des *répliques prises comme stratégies d’affirmation*, le “*mais*” du pouvoir sont plus visibles. Enfin le « pathos » et le discours de la rassurance activé pour s’adresser à la sensibilité du lectorat en les provoquant par leurs passions, les tendances, les sentiments, les admirations...

Nous avons abordé la stratégie de séduction comme support d’argumentation. Par argumentation, nous entendons les modes de raisonnement de discours (Charaudeau). La conception du sens dépend d’autres (en)jeux. D’après la sémantique linguistique, il s’agit non pas de repérer l’auteur de l’énoncé mais comment l’énoncé est énoncé, présenté, produit, transmis et reçu. Cette étude s’assoie sur deux théories.

D’abord, la théorie de l’argumentation linguistique (Ducrot). Nous avons la notion de la polyphonie argumentative où nous avons explicité les variables argumentatives et l’échelle argumentative : le “*mais*” de restriction, de précision et de correction. l’usage de la négation comme jugement sur un jugement. Par la forme négative “*non par le verbe*”, le locuteur n’exprime pas quelque chose qu’il perçoit mais plutôt il énonce une opinion et un sentiment sur le jugement qu’il déclare dans la mesure où une proposition affirmative traduit ce sentiment. La conception du sens se veut une approche énonciative. Nous citons le posé, présupposé et les enchainements, ou la référence, la référenciation et la valeur référentielle (Franckel Jean-Jacques). Le dit suppose donc le non-dit. Le linguiste intervient pour proposer une signification et il devient “source d’hypothèses”. Nous ajoutons comme variables le “*pour*”, la ponctuation et la polyphonie musicale (usage des fragments d’une chanson comme slogan électoral). *En effet*, le slogan “*Le peuple veut le changement*”(FC) qui était pris dudit *printemps arabe* a connu un recyclage pacifique et une autre situation de discours s’en charge. On a algérianisé ou viabilisé cette formule. La coïncidence en est là : impact des jeunes, accéder au changement, action civique. “*Tous derrière l’Algérie*” (El Karama) est un fragment pris d’une chanson sportive. La coïncidence est qu’au moyen de ce fragment, qui était une stratégie servant à mobiliser les sportifs à soutenir leur équipe nationale pour la qualification à la coupe du monde (la fête), l’énonciateur l’active pour une compétition politique pour accéder au pouvoir.

Passons, ensuite, à la théorie de l'argumentation rhétorique (Aristote). Il s'agit d'explicitier le pouvoir d'influencer lancé par les rhétoriciens. C'est l'actualisation des stratégies reposant sur l'usage de "*nous*" de compétence, de rassurance et de résultat immédiat. Le "*nous*" du défenseur et du défendeur. Ajoutons à cela la stratégie de l'exclusivité comme une forme de narcissisme : Pour "*la première fois un candidat parmi vous et pour vous*", mobilise le parti RA, un slogan confectionné comme s'il est écrit à la main. Puis vient le discours de la rassurance où on investit les valeurs communes et reconnues par l'auditoire : exaltations des valeurs sociales. Ajoutons à cela la psychologie de la phobie, l'usage des trois points de suspensions, les supports d'accompagnement et d'implication (*ensemble, tous, nous*), le "*vous*" de responsabilité et de copartage. Nous avons souligné la dichotomie : *peuple* et *citoyen*. L'un (*peuple*) fait référence à l'arbre *peuplier* connu par sa liberté, flexibilité et résistance aux vents et au climat et l'autre (*citoyen*) à la citoyenneté (copartage des devoirs et des droits dans la cité). Enfin le logos de la génération de politique où on manœuvre une ingénierie argumentative et une dynamique dans son discours. Nous citons communiquer avec le langage des jeunes (alternance codique), se servir de l'impératif comme stratégie de la main tendue. Ajoutons la métaphore argumentative dans l'usage de la litote, de la gradation, de l'hyperbole, et de l'expression appellative. Le recours à la sémiotique a permis de révéler que le dessin satirique embrasse le *dit* et le *dire*. A partir des conversations des jeunes sur social média nous avons constaté leur convergence dans le recours à l'humour, l'exagération et l'ironie comme technique de communication. La lecture des slogans a fait que le locuteur passe par les leçons de coaching séduction. Qui veut gouverner doit plaire. Séduire veut dire mener à part, séparer, conduire (Le Grand Robert) et l'emmener malgré lui. Ceci dit, tous les subterfuges sont permis. Le mensonge, la ruse, les larmes, le sourire, la religion relèvent de cette stratégie. Nous citons "*mon peuple qui m'aime*", "*oui je vous ai compris*".

Il convenait alors de réguler les manœuvres véhiculées par les décideurs : ministre, candidat, caricaturistes réseaux sociaux pour cerner la notion de *changement*. Ils s'entendent que cette notion repose sur les paramètres suivants : participation massive aux élections, implications des jeunes et le quota des femmes, dialogue de générations et reconnaissance des erreurs. Les intellectuels avancent que changer est synonyme de durer, par durer nous entendons maintenir et installer des bases. Maintenir dans les dicos signifie protéger (protéger un micro). Nous avons trouvé pertinent de procéder à une étude d'un discours politique d'un homme politique adressant à un autre homme politique au sommet du pouvoir. Dans cette connexion, nous avons observé l'explicitation des mécaniques de changement compatibles aux spécificités algériennes. Nous avons mis à plat la *Lettre ouverte de Abdelhamid Mehri au président Bouteflika. Au frère*

Abdelaziz Bouteflika, président de la République. Nous avons discerné une confection du savoir-faire pour parvenir au devoir-faire. Nous avons trouvé que l'homme politique s'adresse au président algérien sans recours aux opinions et aux doctrines (les ISME). L'acte de discours et l'échange langagier sont pris dans des conditions de production définies en considération la situation de communication. Il s'agit du parcours argumentatif suivant reposant sur cinq paramètres (Charaudeau) : la simplicité, le raisonnement, le choix des valeurs, les arguments (présupposé d'évidence), les procédés de singularisation. Ceci dit, permettre à son auditoire à faire adhérer à la thèse qu'il défend. Parmi les stratégies de connexion, nous citons le pathos discursif dans la jonction de "je" et "vous" et d'ailleurs ce que connotent les syntagmes suivants : frère, liens, fraternel, trois syntagmes indiquant le concept de durabilité. Ils embrassent les liens des principes du 1^{er} novembre, de l'âge, de génération, du parti unique et de compatriotisme. Pas de ISME, il n'y a pas de place aux concepts politiques. Ajoutons les phrases introduisant la prudence : usage de "certains" et non un clan, le témoignage de Larbi Benmehidi "la révolution jetée dans les bras du peuple". Nous notons l'usage des adverbes d'opinion forte. "Selon moi" s'appuie sur des expériences personnelles (initiatives, jugement évaluatif, point de vue). C'est une stratégie de rétrovision. Une expression s'appuie sur son passé composé de ses propres connaissances, de ses lectures, de ses côtoiements, de ses voyages, de ses colloques, de ses déplacements d'où l'usage du passé composé. Alors que par l'usage de "à mon avis", il communique avec prudence. On évoque sa vision et sa conception de demain. Nous soulignons l'usage de cet adverbe d'opinion forte suivi ou précédé par l'adjectif "souhaité".

D'autre part, l'explicitation des stratégies discursives activées dans ledit *printemps algérien* nous a conduit vers l'établissement d'une formule bien fréquente dans le discours politique cas des campagnes électorales. Au su des résultats, nous validons l'hypothèse concernant la langue est un outil de changement. Les vocables *printemps* et *vouloir* deviennent les lignes directrices dans la confection d'un slogan électoral ou discours politique, voire toute forme de revendication. Ils parviennent à être l'oiseau rare dans le choix du nouveau dans la chanson des jeunes notamment le rai en quête de nouveaux mots. A travers cette recherche nous sommes, enfin, parvenu à identifier et à convoquer la formule "le peuple veut" activant sur le marché politique dans d'autres domaines, à savoir la chanson où nous avons trouvé que le verbe *vouloir* se présente comme une alternative possible à l'usage des verbes *décider* et *nebghi* (en français, j'aime) tant activés respectivement dans d'autres perspectives : la politique et la chanson. Ceci dit, nous confirmons ce que nous avons avancé dans notre hypothèse de départ à savoir que le choix communicationnel est stratégique par le fait qu'il élimine d'autres choix. Théoriquement, notre

réflexion nous a permis d'établir un nouveau vocabulaire référant à un événement bien particulier qui est le *printemps arabe*. Certes ce vocabulaire, au départ avait deux colorations représentant deux camps diamétralement opposés, voire conflictuel mais cela a contribué à l'élaboration d'un langage consensuel. Ce résultat corrobore la théorie de Paul Ricœur qui institue que "*le langage politique fonctionne comme langage qui affronte des prétentions rivales et qui contribue à la formation d'une décision commune.*"

Dans le dernier chapitre, le protocole a été confié à l'expression "*le peuple veut*" comme stratégie discursives, une procédure de revendication pacifique. Les mots sont d'action capable d'influencer le changement (Anatole France). Une expression qui s'impose dans le discours de changement : une stratégie servant à interpeller le lecteur. Sa force réside dans la jonction de deux syntagmes : "*le peuple*" et "*veut*". La notion de *peuple* doit être prise dans un sens plus large de l'ensemble d'humains vivant en société et homogènes dans leur vision de la vie et pour tout différend, une institution étatique statuera. Le peuple est le seul juge selon la constitution. Dans une étude de la charte nationale de la réconciliation nous avons souligné que le vocable "*le peuple*" est suivi des verbes verdictifs : rejeter, soutenir, approuver... Par ailleurs par "*veut*", nous notons le *pouvoir* de *vouloir*. Le parcours argumentatif a montré que du *vouloir* on atteint au *pouvoir*. C'est ce qui a permis au verbe *vouloir* de s'insérer dans le marché médiatique algérien. En se reposant sur une analyse qualitative du fonctionnement d'un verbe *vouloir* dans le discours journalistique, nous avons extrait sa signification dans les articles journalistiques contenant comme titre le verbe "*vouloir*". Nous sommes convenus qu'il n'échappe pas à la règle de classification : verbes verdictifs, promissifs, comportatifs, explicatifs renvoyant aux autorités suivantes : l'autorité législative, l'autorité exécutive, et l'autorité judiciaire. Du *vouloir* on accède donc au *pouvoir* et non l'inverse. C'est le *pouvoir* qui consulte le *vouloir* dans la gestion de la cité sinon rupture entre le *vouloir* (peuple) et le *pouvoir* (gouverneur). De ce fait, le verbe *vouloir* aurait une finalité politique dans la mesure où il concurrence le verbe "*décider*". Le verbe "*vouloir*" vient de concurrencer, voire de mettre à l'écart un verbe tant recruté dans le discours politique du parti unique en Algérie, notamment celui des années 70. Il s'agit du verbe "*décider*" qui marque l'histoire de l'Algérie "*Nous avons décidé*" (en arabe, قَرَرْنَا) citée lors de la fête de la nationalisation de l'hydrocarbure correspondant au 24 février 1971 par le président algérien Houari Boumedienne. De même, ce vocable est plus appelé dans les décisions administratives (nomination, promotion, grade, circulaire, confirmation) donnant le caractère d'un arrêté à chaque correspondance. Néanmoins, le verbe "*vouloir*" dans notre observation des chansons rai se dote d'une charge émotive. Il est soutenu par les chanteurs. Avec l'événement du

printemps arabe, *nebgħik* (en français, je t'aime) est jugé positif laissant "يريد" (en français, veut) s'imposer tranquillement sous forme de renversement pacifique. Nous citons une chanson intitulée "قلبي يريد" Galbi yourid (en français, mon cœur veut) où le verbe *vouloir* aurait comme synonyme le verbe "aimer". Nous sommes arrivés à la conclusion finale que l'expression *le peuple veut* est une stratégie de revendication pacifique. Elle sert à (re)constituer et à (re)construire une signification. Cependant au cours de notre recherche, nous nous sommes rendus compte que cette expression offre au locuteur une voie pour devenir une stratégie de remise à l'ordre et de légitimation (crédibilité des acteurs politiques, hiérarchie des actions dans le paysage politique, etc.).

Les résultats auxquels nous sommes arrivés constituent et ouvrent une piste de recherche dans le cadre de recherches futures, voire proposent une suite à cette exploration. A l'avenir, nous sommes convaincus, dans le cadre de travaux ultérieurs, de continuer notre recherche de l'analyse des stratégies discursives, de faire une analyse approfondie sur un corpus comportant des Photoshop des affiches de campagnes électorales publiées sur les réseaux sociaux ou affichées sur les places publiques. Toutes ces affiches, ont été collectées lors des législatives et les élections des législatives et des APC 2017 en Algérie ; nous interpellent à nous interroger sur l'explicitation de cette dichotomie : affiche, de campagne électorale dite officielle et affiche de campagne électorale construite par la nouvelle génération celle du social media et comment elle contribue à la construction des représentations et à la prise de conscience, voire à définir la position. En d'autres termes, notre future recherche comprend une impulsion d'étudier les stratégies discursives activées en post *printemps arabe*, précisément dans les élections législatives 12 mai 2017, APW et APC 21 novembre 2017 où nous avons observé la convocation d'une nouvelle stratégie discursive, celle de la Photoshop (Cf. annexe n°6). Notre recherche sera centrée dans la même optique et le même contexte de l'ironie dans les textes politiques post *printemps arabe* et *printemps algérien*. Il serait nécessaire d'étudier la confection des slogans sous formule ironique dans le social media. A priori, faire une étude des trois paramètres Photoshop, slogan et discours politique de l'ironie, cas du social media.

Table des matières

Table des matières

Introduction générale	10
1. Le cadrage général de l'étude.....	11
1.1 Constat.....	11
1.2 Problématique et hypothèses de recherche	13
1.3 Méthodologie et objectif de la recherche.....	15
PARTIE I	
Le “<i>printemps arabe</i>” et le “<i>printemps algérien</i>”, nouveau paramètre du discours politique du changement	18
Chapitre 01 : La notion du <i>printemps</i> et du <i>changement</i>	20
1.1 Le discours politique du changement	24
1.2 Les instances en constante interaction dans le discours politique.....	26
Chapitre 02 : Le <i>printemps arabe</i>. Le néocodage	29
2.1 Militarisation et confrérification de l'état.....	34
2.2 Baltaguia	37
2.3 Al ahali ou Al ahali honorables.....	40
2.4 Tartour.....	40
2.5 Compare (stratégie d'emprunt)	40
2.6 Al Fankouch <i>Fankouch</i> فنكوش.....	42
2.7 Al Foloul	43
2.8 Zanga zanga	43
2.9 Dégage !	44
2.10 Terminologie du lexique relatif au <i>printemps arabe</i> : terme, transcription et équivalent et lexique relatif.....	46
Chapitre 03 : L'étude sociolinguistique de fankouch, confrérisation et militarisation	49
3.1 Les paramètres de la rétrovision des valeurs.....	50
3.2 Tableau des connaissances lexicales conditionnelles.....	57

PARTIE II

Les stratégies discursives dans ledit "<i>printemps algérien</i>"	61
Chapitre 01 : La mécanique argumentative dans le <i>printemps algérien</i>	63
1.1 Le <i>printemps algérien</i> et le discours de changement.....	64
1.2 L'acception du concept "slogan".....	70
1.3 L'affiche publicitaire comme stratégie de communication et d'argumentation.....	75
1.4 L'analyse et interprétations du corpus.....	77
Chapitre 02: La polyphonie argumentative dans les slogans activés dans les législatives	
2012.....	79
2.1 La négation	86
2.2 Les répliques (stratégies d'affirmation)	88
2.3 La classification de "Pour"	89
2.4 Le <i>mais</i> du pouvoir.....	92
2.5 La polyphonie musicale.....	95
2.6 La polyphonie historique.....	97
Chapitre 03: Le discours de l'argumentation dans le <i>printemps algérien</i>	100
1.1 L'affiche comme stratégie d'argumentation.....	101
1.2 Ethos de l'autorité et de l'exclusivité.....	104
1.3 Pathos et le discours de la rassurance	105
1.4 Logos de la génération de politique.....	111
1.5 La métaphore argumentative	115
Chapitre 04 : Analyse sémiotique des caricatures relatives au discours du	
changement	121
2.1 La caricature : un <i>dit et un dire</i>	122
2.2 La caricature comme stratégie d'explicitation de la notion de changement.....	124

PARTIE III

L'impact dudit "printemps arabe" sur ledit "printemps algérien"	134
Chapitre 01 : Le slogan comme stratégie de programme argumentatif : entre séduction ou conviction.....	136
1.1 Djeballah : candidat de la dichotomie.....	139
1.2 Hanoun : stratégie de la rupture	142
Chapitre 02 : La notion de changement entre l'idée de la force et la force de l'idée...	145
2.1 Le "changement" vu par les acteurs politiques.....	146
2.2 Le changement vu par les intellectuels.....	148
2.3 Stratégies exogènes.....	150
Chapitre 03 : Le discours politique des hommes politiques : Du savoir faire au devoir faire.....	154
3.1 Exclusion ou politique des générations.....	163
3.2 Le jeu de "je".....	165
3.3 Le "vous" du pouvoir	167
Chapitre 04 : L'expression "le peuple veut", de la stratégie de manipulation à la structure de légitimation	171
4.1 Approche thématique des vocables : peuple, peuple algérien, populaire, Algérien.....	175
4.2 Quand le mot <i>peuple</i> raconte l'histoire	184
4.3 Le pouvoir du "vouloir" ou du vouloir au pouvoir.....	185
4.4 Le peuple veut..."الشعب يريد" à charge émotive, cas de la chanson rai	191
4.5 "Le peuple veut" stratégie de l'écriture journalistique.....	194
4.6 "Le peuple veut" et le discours de la phobie.....	199
4.7 "Le peuple veut" de la stratégie de revendication et de la manipulation à la structure de légitimation.....	201
Conclusion générale.....	207
Table des matières.....	215
Bibliographie.....	219
Annexes.....	231

Bibliographie

DICTIONNAIRES

- ADOLPHE V. Thomas, *Dictionnaire des difficultés de la langue française*, ouvrage couronné par l'Académie française, Ed. Larousse 2006
- CHARAUDEAU, Patrick et MAINGUENEAU, Dominique (2002), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil, p.7.
- DETRIE, Catherine et autres. *Termes et concepts pour l'analyse du discours. Une approche praxématique*, Éd. Honoré Champion, Paris, 2017
- DUBOIS, Jean, et autres. *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*, Paris, Larousse-Bordas/HER, 1999.
- *Le dictionnaire القاموس الجديد للطلاب* édité à l'usine de livre, société tunisienne de distribution, 5 sur Carthage, Tunisie, Cp9/2/84. Mars 1984
- *Le Grand Robert de la langue française: dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française* de Paul Robert [ressource électronique]. Deuxième. Edition. Dirigé par Alain Rey, 2001
- PATRICK Boman, Bruno Fuligni, Stéphane Mahieu et Pascal Varejka, *Le Guide suprême: Petit dictionnaire des dictateurs*, Ginkgo Editeur, 2008

Ouvrages

- ABECASSIS Michael et LEDEGEN Gudrun, *Les voix des Français*, Volume 1, Edité par Peter Collier, volume 93, 2010
- BAYLON C. et FABRE P., *Initiation à la linguistique*, Éd. Armand Colin (2ème édition), 2005
- BENVENISTE Emile, *Problèmes de linguistique générale*, t. I, Éd. Gallimard, 1966
- BRETON Philippe, *L'argumentation dans la communication*, Éd. La découverte, Paris, 2003
- CARSON Rachel L., *Printemps silencieux*, Ed. Plon (version française), 1963
- CHABCHOUB Ahmed, *Ecole et modernité dans la Tunisie et dans les pays arabes*, Éd. Harmattan, 2000
- CHARAUDEAU Patrick, *La conquête du pouvoir. Opinion, Persuasion, Valeurs, les discours d'une nouvelle donne politique*, Éd. L'Harmattan, Paris, 2013
- CHARAUDEAU Patrick, *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Vuibert, Paris, 2005

- CIVARD-RACINAIS Alexandrine, *le journaliste, l'avocat et le juge*, Éd. L'Harmattan, 2003
- CULIOLI Antoine. *Pour une linguistique de l'énonciation*, Éd. Ophrys, 1999
- DE SAUSSURE Ferdinand, *Cours de linguistique générale*, Éd. Bally et Sechehaye, 1971
- DELPORTE Christian, *Une histoire de la séduction politique*, Éd. Flammarion, 2012
- DUCROT Oswald, *Le dire et le dit*, Éd. Minuit, Paris, 1984
- DUCROT Oswald, *Les mots du discours*, Éditions de Minuit, Paris, 1980
- FUCHS Catherine, *Paraphrase et énonciation*, Éd. Ophrys Paris
- FUSTEL DE COULANGES, *la Cité antique*, Librairie Hachette, Paris, 1900
- GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne (2vol.), la représentation du soi. 2. Les relations en public*, Éd. Minuit, Paris, 1973
- Hitler Adolf, traduit par Louis Elhadj, *Ma lutte*, Éd. Alam Almaarifa (عالم المعرفة, version arabe), 1995
- IBN KHALDOUN, *Les prolégomènes*. Première partie, 1863
- JOHN R Searle, *Sens et expression*, Paris, Éd. Les éditions De Minuit, 1982
- KANT Emmanuel, *Critique de la raison pure (1781)*, trad. A. Tremesaygues et B. Pacaud, Éd. PUF, coll. Quadrige, 4^e éd., 1993
- KERBRAT-ORECCHIONI Catherine, *Le discours en interaction*, Éd. Armand Colin, 2005
- KERBRAT-ORECCHIONI Catherine, *L'énonciation, De la subjectivité dans le langage*, Éd. Armand Colin, 2006
- KERBRAT-ORECCHIONI, *L'énonciation*, Paris, Éd. Armand Colin, 2006
- KERBRAT-ORECCHIONI, *Le discours en interaction*, Paris, Éd. Armand Colin, 2005
- LAGARDETTE Jean-Luc Martin, *Le guide de l'écriture journalistique*, Paris, Éd. La découverte, 2005, page de dédicace de l'auteur
- PERRET Michèle, *L'énonciation en grammaire de texte*, Paris, Éd. Nathan, 1994
- PICARD Michel, *La lecture comme un jeu*, Les éditions de Minuit, Paris, 1986
- RECANATI François, *Les énoncés performatifs*, Paris, Éd. Les éditions De Minuit, 1981
- ROBERT-DEMONTROND Philippe, *L'interprétation du discours*, Editions Apogée, 2006
- ROUSSEAU Jean-Jacques, *Du contrat social*, Livre I, Chapitre VI, 2007
- SARFATI Georges-Élia, *Éléments d'analyse du discours*, Éd. Armand Colin, 2007

Romans, pièces théâtrales et fables

- BALZAC HONORE DE, *le Curé de village*, Ed. Houssiaux, 1874, tome 13.
- BALZAC HONORE DE, *le Lys dans la vallée*, Pl., t. VIII
- BECKETT Samuel, *En attendant Godot*, Éditions de Minuit, Paris 1952
- GEORGE Orwell, *1984*, ED. du groupe Ebooks Libre et Gratuits, 1949. 385p
- GIRAUDOUX Jean, *Siegfried et le Limousin*. Ed. Brodard et Taupin et fils. Paris, 1922. 244 p
- GUSTAVE Flaubert, *Madame Bovary*, 2ème partie, chap.8, <http://www.ebooksgratuits.com/>
- HADDAD Malek : *Je t'offrirai une gazelle*, Ed, Julliard, Paris 1959.
- HADDAD Malek, *Le Quai aux Fleurs ne répond plus*, Chapitre 10. Edi. René Julliard 1961
- Hector Malot, SANS FAMILLE, (1878). Édition du groupe « Ebooks libres et gratuits »
- LA FONTAINE Jean de. *Le chêne le roseau*, Fable n° 22, Livre I
- VERNES Jules, *Drame en Livonie*, ED. Hachette, 1923. 254p.

Revues

- ANGERMÜLLER Johannes, "L'analyse du discours en Allemagne et en France", in *Langage et société*, n°120, février 2007.
- ANSCOMBRE J.-c. Ducrot O. "L'argumentation dans la langue", in *Pratiques*, n°42, 1976, pp 5-27
- BOHUI Djédjé Hilaire. "L'inscription de l'auditoire et de l'image de soi dans la stratégie discursive i : les atouts de l'adresse de Seydou Diarra", in *Sudlangues*, n°04, février 2005
- BORILLO Andrée. Les « adverbes d'opinion forte » *selon moi, à mes yeux, à mon avis,...* : point de vue subjectif et effet d'atténuation. In *Langue française*, Année 2004 Volume 142 Numéro 1 pp. 31-40
- CHARNET Chantal, « Catherine Fuchs, Paraphrase et énonciation », *Cahiers de praxématique* [En ligne], 25 | 1995, pp 166-168, document 10, mis en ligne le 01 janvier 2015, consulté le 31aout 2016. URL : <http://praxématique.revues.org/3097>
- Cléro Jean-Pierre . "Sémiotique des passions", in *Revues Critiques*, Volume 114, 1993, pp 533–538

- COLTIER Danielle, Dendale Patrick. La modalisation du discours de soi : éléments de description sémantique des expressions pour moi, selon moi et à mon avis. In: *Langue française*, n°142, 2004. Procédés de modalisation : l'atténuation. pp. 41-57
- CULIOLI Antoine. "Sur quelques contradictions en linguistique", in *Communication*, n°01, 1973, pp 83-93
- DELIGNE Alain, Mori Olga. Caricatures et surnoms. Tentative de rapprochement. In: *Langage et société*, n°53, 1990. Caractères chinois. pp. 27-48.
- DOMINGUEZ Fernando Navarro, La rhétorique du slogan : cliché, idéologie et communication. In: *Bulletin Hispanique*. Tome 107, N°1, 2005. pp. 265-282
- DORNA Alexandre, L'effet langagier dans le discours politique, in *Hermès*, n°16, 1995. pp. 131-146
- DORNA Alexandre. Les effets langagiers du discours politique C.N.R.S. Editions. In *Hermès*, n° 16, 1995/2, pages 131 à 146
- FRANCKEL Jean-Jacques. Référence, référenciation et valeurs référentielles, in *Sémiotique*, n°15, décembre 1998, pp 61-84.
- GINGRAS Anne-Marie. Les métaphores dans le langage politique. In *Politique et Sociétés*, n°30, 1996, 159–171.
- HILDEGARD Meister. Le discours de la caricature politique. In: *Mots*, n°34, mars 1993. Europe / Allemagne. Réunifications. pp.101-106
- JERECZEK-LIPINSKA Joanna. De la personnalisation dans la communication politique : L'effet du « je », in : *Synergie*, N°4, 2007, 147-155pp.
- JOANNA Jereczek-Lipińska. De la personnalisation dans la communication politique : l'effet du « je ». In : *Synergies*, Pologne n°4 - 2007 pp. 147-155
- KERBRAT Orrechoni. Rhétorique et pragmatique : les figures revisitées. In *Langue française*, n°101, 1994
- LE BART Christian. Les conditions de production du discours politique. In *Recherches en communication*, n° 41, 2014
- LILTI Anne-Marie. Négation d'un terme marqué et procédés de modalisation. In: *Langue française*, n°142, 2004. Procédés de modalisation : l'atténuation. pp. 100-111
- SEYMOUR-Ure Colin, Baillon Jean-François. Le dessin satirique dans la presse britannique contemporaine, in: *Mots, Caricatures politiques*. pp. 55-73 n°48, septembre 1996.

Vidéo /youtube

- Dhakiri Ahmed (réalisateur), HOCINE Youcef –Joetube- (présentateur), *Egyptien Oscar* [en ligne] (page consultée le 13/06/2013). Durée 13mn 36s, en couleur Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=P9v-s1FvD30>
- Dhakiri Ahmed (réalisateur), HOCINE Youcef –Joetube- (présentateur), *El fenkouch* [en ligne] (page consultée le 13/06/2013). Durée 07mn 47s, en couleur Disponible sur <https://http://www.youtube.com/watch?v=zTth7FsDKqQ>

Films

- Fenkouch. Réalisateur, Nadir Djallel, acteur Adel Imam 1984. Durée 2h.09mn.31s, en couleur. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=oZXk1hI2J-o>
- King Kong. Réalisateur, Peter Jackson, USA, 2005

Manuels scolaires et les livres des activités

- Livre des *activités en langue arabe*, 3ème année primaire école algérienne. p11. Office nationale des publications scolaires. Année scolaire 2017-2018
- Manuel de *français 3ème année primaire* école algérienne. p 61. Office nationale des publications scolaires. Année scolaire 2017-2018

Colloques

- BOUMEDINI Balkacem (université de Mascara), colloque international, *Les prénoms à Mascara : étude anthropologique et sémantique d'un corpus choisi*. dans actes du colloque : Le nom propre maghrébin de l'homme, de l'habitat, du relief et de l'eau. Organisé par le HCA et le CRASC, au siège du CRASC, Oran du 21 au 23 novembre 2010. Publication du CRASC en 2013.
- MATHIEU GUIDÈRE (Université de Toulouse 2) et Nejmeddine KHALFALLAH (Université de Lorraine), Colloque international, *Le vocabulaire politique arabe : état des lieux et perspectives*. Nancy, mercredi 22 octobre 2014
- ONS TRABELSI, Université de Nanterre (France) *Etude du vocabulaire politique arabe à travers les formes artistiques en Tunisie après la Révolution : de l'absence à l'invasion*. Colloque international, le vocabulaire politique arabe: état des lieux et perspectives, Nancy (France), 22 octobre 2014

Article de journal en ligne

- ARAB Chih. *Benbitour répond à Hanoune "C'est une baltaquia"*. [en ligne] (page consultée le 20-07-2015 à 16h5. Disponible sur : http://www.vitamedz.org/benbitour-repond-a-hanoune-c-est-une/Articles_18300_1120794_0_1.html
- AYYAM SUREAU, *C'est Pharaon qui partira* [en ligne] (page consultée le 20-07-2014 à 15h56. Disponible sur : <http://www.lefigaro.fr/mon-figaro/2011/02/02/10001-20110202ARTFIG00578-egypte-c-est-pharaon-qui-partira.php>
- CYRILLE LOUIS. *L'Égypte veut en finir avec l'ancien système* [en ligne] (page consultée le 20-07-2013). Disponible sur <http://www.lefigaro.fr/international/2012/02/07/01003-20120207ARTFIG00720-l-egypte-veut-en-finir-avec-l-ancien-systeme.php>
- DELPHINE Minou, *la jeunesse égyptienne de détourne des Frères musulmans* [en ligne] (page consultée le 13/06/2013). Disponible sur <http://www.lefigaro.fr/international/2013/04/04/01003-20130404ARTFIG00612-la-jeunesse-egyptienne-se-detourne-des-freres-musulmans.php>
- EDOUARD Ebel, « *La moustache, c'était le tic du gendarme* », *Libération*, 15 janvier 2011. Disponible sur : http://www.liberation.fr/societe/2011/07/15/la-moustache-c-etait-le-tic-du-gendarme_749344. consulté le 08.02.2018 à 14h.48
- GENARD, M. (2012) Affrontements meurtriers au Caire, *lefigaro.fr*, [en ligne] 05.05.2012. Disponible sur <http://www.lefigaro.fr/international/2012/05/04/01003-20120504ARTFIG00753-affrontements-meurtriers-au-caire.php>
- GENARD, M. (2012) Affrontements meurtriers au Caire, *lefigaro.fr*, [en ligne] 05.05.2012. Disponible sur <http://www.lefigaro.fr/international/2012/05/04/01003-20120504ARTFIG00753-affrontements-meurtriers-au-caire.php>
- HAMMOUCHE M. *Baltaquia, tratguia et rente*, *Liberté.fr*, [En ligne] Mercredi 16 février 2011. Disponible sur <http://www.liberte-algerie.com/contrechamp/baltaquia-tratguia-et-rente-150923>
- HAMMOUCHE M. *La répression, ultime argument*, *Liberté.fr*, [En ligne] 02 mars 2014. Disponible sur <http://www.liberte-algerie.com/contrechamp/la-repression-ultime-argument-216716>
- MARION GUENARD, *En Égypte, l'ère Sissi débute sous le signe de la répression*, [en ligne] (page consultée le 20-07-2014). Disponible sur :

http://www.lemonde.fr/international/article/2014/06/24/en-egypte-l-ere-sissi-debute-sous-le-signe-de-la-repression_4444143_3210.html?xtmc=baltaguaia&xtcr=1

- R.N, Le "Printemps" des gardes communaux''. *Le matin d'Algérie* [en ligne] (page consultée le 20-02-2014). Disponible sur : <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:U7AsrHonizcJ:www.lematindz.net/news/8786-le-printemps-des-gardes-communaux.html+&cd=1&hl=fr&ct=clnk&gl=dz>

Article de journal

- A.B (2012). Belkhadem, ses adversaires et les "baltaguaia". *Liberté*. Dimanche 23 septembre.
- AGGAD Kaci (2012). Les baltaguaia s'invitent dans la campagne. *L'expression*, Actualité. Jeudi 22 Novembre
- AIMEUR Karim (2013). Belkhadem actionne ses baltaguaia". *L'expression*. Actualité. Mercredi 30 Janvier
- BEGHDAD Mohammed, Des changements sans casse, *Le Quotidien d'Oran*, 19 septembre.
- Ben Nadji Bachir (2012), Les printemps ont une nationalité, *le quotidien d'Oran*, jeudi 18 octobre
- BENAMAR Kada (2012), *Affamez votre peuple, il vous suivra!* *Echorouk quotidien*, Jeudi 26 avril
- BENSOUIAH Azzeddine (2011), Les Français ont raté 130 ans pour changer le peuple algérien'', *Actualité liberté*, Mardi 26 Juillet
- BENSOUIAH Azzeddine (2014). Présidentielle, Le FLN miné par la lutte des clans. *Liberté*, Dimanche, 02 Février
- BERBICHE Omar (2014), Théâtre de boulevard, *El Watan*, n°7108. Lundi 24 février,
- BRAHIMI Ali, (2012), Personne ne pourrait contrer la révolution des peuples, *Le Quotidien d'Oran*, Jeudi 1er novembre 2012
- CHAREF Abed (2011) Les libertés, entre récépissé et agrément *Le quotidien d'Oran*, l'actualité autrement vue, p. 07, Jeudi 06 octobre
- CHAREF Abed (2012). Quand la «rue» prend le pouvoir. *Le Quotidien d'Oran*. Jeudi 20 septembre

- DAOUD Kamel (2012), L'obscur défaite de «demain» devant le «hier », *Le Quotidien d'Oran*, Samedi 12 mai
- DAOUD Kamel (2014), Le nouvel ordre du fratrinoine, *Le quotidien d'Oran*, 15 mai
- GUERROUA Kamal (2011), Ce monde qui a... changé, *Le quotidien d'Oran*, l'actualité autrement vue. P.12, 22septembre
- GUERROUA Kamel (2011), L'Algérie doit inventer le changement, *Le Quotidien d'Oran*, Jeudi 07 avril
- H.H. (2016), Le permis pour "piétons" séduit les visiteurs, *Liberté*, Jeudi 09 juin
- HADDADOU Mohand-Akli (2014), L'origine des prénoms employés en Algérie, Tafsut, Tafsut, *liberté*. Jeudi, 13 février.
- HAMATOU Rachid (2014), L'événement Aura Lieu Du 26 Février Au 1er Mars. La fête du printemps à Menaâ. *Liberté*, Culture. Mercredi, 19 Février
- HOCINE A. (2012), «Nous restons toujours convaincus que le peuple est source de pouvoir» *Le Quotidien d'Oran*, Evénement, Samedi 10 novembre
- KEBIR Karim (2014). Hanoune dénonce "un grave dérapage". *Liberté*, Actualité. Jeudi, 13 Mars
- KHARFI Sara (2012). Le pouvoir poétique prend sa revanche. *Liberté*. 20 septembre
- MAZOUZ Abdelkader (2011), Le vent chaud du changement, *Quotidien* 28 mai
- MEBTOUL Abderrahmane (2011), Changer pour être durable, *Le Quotidien d'Oran*, Jeudi 14 avril.
- MERZAK Tigrine (2014), Relations algéro-marocaines. Les clarifications de Ramtane Lamamra, *El Watan*, International. Samedi, 15 Février
- METAOUI Fayçal (2012). La «nouvelle» Assemblée consacre le refus du changement politique en Algérie. *El Watan*, Samedi 12 mai
- MOHAMMED Beghdad (2011). Des changements sans casse. *Le Quotidien d'Oran*, L'actualité autrement vue. 19 septembre
- MOSTEFAOUI Hadj (2012). *EL-BAYADH*, Qui peut sauver la gazelle ? *Le Quotidien d'Oran*, Mardi 09 octobre
- NESROUCHE Nouri (2014). Une campagne sans le peuple. *El watan, le_commentaire*. 26 mars
- OUKAZI Ghania (2011), Fonction publique: Des cadres de l'Etat poussés vers la porte de sortie, *Le Quotidien d'Oran*, événement, Samedi 09 juillet
- SAÏD Rabia (2012), C'est la démocratie qui sauvera l'Algérie. *El Watan* - Samedi 12 mai

- TALIS Karima (2014), Un début de printemps en fanfare, *Dépêche de la Kabylie*. Dimanche 23 Mars
- ZAFANE Ferhat (2014), MPA Amara Benyounes rencontre les têtes de listes du parti et réitère le slogan de campagne de sa formation, “Notre Printemps algérien”. *Dépêche de Kabylie*, 14 Avril

Guide de l'électeur, charte et programme des candidats, lettre à un politicien

- Bilan du président Abdelaziz Bouteflika 1999-2009. Election présidentielle du 09 avril 2009, *pour une Algérie forte et sereine*. Mars 2009
- Constitution de la république algérienne démocratique et populaire, chapitre 2, article 6. Mars 2016
- Guide de l'électeur, élections présidentielles, *Tous concernés*, 17 avril 2014
- L'Institut National démocratique (National democratic Institute, NdI). *Rapport final sur les élections législatives en Algérie, 10 May 2012*.
- L'Union européenne (UE) mission d'observation électorale. *Rapport final élections législatives en Algérie 2012*
- Mehri Abdelhamid (2011), *Lettre ouverte de Abdelhamid Mehri au président Bouteflika*. El Watan, rubrique *l'actualité*. jeudi 17 février
- Programme du candidat Abdelaziz Bouteflika 2014-2019, *notre serment pour l'Algérie*, Mars 2014
- Projet de charte pour la paix et la réconciliation nationale, 29 septembre 2005

Mémoires et thèses

- Belloulmi Zine Eddine (2015). *Le printemps arabe, le vocabulaire fait sa révolution*. Mémoire de Master, Option langue, culture et communication. Université de Mascara, 43p.
- DEBBAKH Houria (2015). *Ethos présidentiel : pour une analyse discursive cas de discours de Bouteflika (journée du chahid, des travailleurs et de l'étudiant)*. Mémoire de Master, option : Littérature et analyse du discours, université Kasdi Merbah Ouargla, 72p.

- EMMANUEL Marty (2010). *Journalismes, discours et publics : une approche comparative de trois types de presse, de la production à la réception de l'information*. Thèse de doctorat, Option : Sciences de l'Information et de la Communication. Université Toulouse 2 Le Mirail (UT2 Le Mirail), 366p.
- HAKIM Abba (2013). *Etude discursive et comparative de la subjectivité dans la presse écrite algérienne d'expression française, pendant la campagne électorale d'avril 2009 ; dans les éditoriaux d'El Watan et du Quotidien d'Oran*. Mémoire de magister, Option : Sciences du Langage. Université de Mohamed Cherif Massaadia Souk Ahras, 134p.
- LAIB, H. (2008). *Argumentation et stratégies discursives dans le discours de la campagne électorale de 1999 en Algérie (dans deux quotidiens algériens: «El Watan» et «Liberté »)*. Thèse de Magistère, Option : Sciences du Langage. Université de M'sila, 200p.
- MUSUASUA Mususua Antoine (2006). *Le vocabulaire politique des Leaders nationalistes congolais : de P.E. Lumumba A L.D. Kabila*. Thèse de doctorat, Option : Sciences du Langage. Université de Metz, 356p.
- ROITMAN Malin. (2006). *Polyphonie argumentative. Étude de la négation dans des éditoriaux du Figaro, de Libération et du Monde*. Thèse de doctorat, Département de français, d'italien et de langues classiques, Suède, 220 p.

Sitologie

- BATOUL Jalabi-Wellnitz, *Glissement de sources énonciatives et pluriglossie*, [En ligne] vendredi 16 septembre 2016. Disponible sur <http://books.openedition.org/ifpo/5621?lang=fr>
- CHARAUDEAU Patrick, "*Quand l'argumentation n'est que visée persuasive. L'exemple du discours politique*". Consulté le 01.11.2017 à 13h28 et disponible sur : URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Quand-l-argumentation-n-est-que.html>
- CHARAUDEAU Patrick, "*Grammaire du sens et de l'expression*". Consulté le 29.03.2018 à 14h08 et disponible sur : URL: https://www.persee.fr/doc/igram_0222-9838_1995_num_64_1_3074_t1_0053_0000_3

- Charnet Chantal, « Catherine Fuchs, *Paraphrase et énonciation* », *Cahiers de praxématique* [En ligne], 25 | 1995, pp 166-168, document 10, mis en ligne le 01 janvier 2015, consulté le 31aout 2016. URL : <http://praxematique.revues.org/3097>
- HERBERT George, *Les 3 secrets du regard*, [En ligne] vendredi 16 septembre 2016. Disponible sur : <https://mbarki.wordpress.com/2011/01/18/les-3-secrets-du-regard/>

Annexes

Annexe 1

أَتَدْرِبُ عَلَى التَّعْبِيرِ الْكِتَابِيِّ

□ اقرأ القصة ثم أجب:

في أحد أيام فصل الربيع كان طارق يجمع الزهور من حديقة المنزل ليهدئها إلى أمه بمناسبة عيد الأم، وفجأة رأى منظرًا أدهشه، هرة تركت صغارها ووقفت تحت شجرة تحاول أن تتسلقها بصعوبة كي لا تُفَلَّت من فمها الفرخ الصغير إلى أن وصلت إلى العش وألقته بين إخوانه الفراخ. ولما عادت العصفورة ورأتها قريبة من العش طنتها تحاول أكل صغارها فراحَت تنفرها، فابتعدت القطعة عن المكان دون أن تعرف العصفورة شيئًا عن معروف هذه الهرة معها.

رجع طارق إلى أمه حكى لها القصة، فأخبرته قائلة: «إنها عاطفة الأمومة يا ولدي، حتى عند الحيوانات».

عنوان القصة	اختر عنوانًا مناسبًا وضع علامة (X)
شخصيات القصة	☐ العصفورة والهرّة ☐ خنان الأم ☐ الهرة الطيبة شخصيات حيوانية: شخصيات بشرية:
مكان القصة وزمانها	حدثت الأحداث في: المكان: الزمان:
الأحداث	رتب الأحداث بالأرقام: • الهرة تتسلق الشجرة لتعبد الفرخ الصغير إلى عشه. • خروج طارق إلى الحديقة يجمع زهورًا لأمه. • عودة العصفورة وهجومها على الهرة. • وضع القطعة الفرخ الصغير في عشه. • عودة طارق إلى أمه وإخبارها بما جرى.
العبارات المستعملة في القصة	حدد موضع كل عبارة (بداية - وسط - نهاية) وفجأة (.....) في أحد أيام فصل الربيع (.....) وهكذا (.....)

11

Annexe 2

SÉQUENCE 2


JE M'ENTRAÎNE

1 Lis le texte.

Les animaux de Chafik

Le petit chafik s'occupe bien de son jardin. Il arrose ses fleurs. Au printemps, il cueille les jolies roses rouges.

Chafik a un petit canari, Enzo, aux plumes jaunes. Mais attention ! Le chat Moustache rôde tout près de la cage. Heureusement, la chienne Choupette le protège.



2 Écris les noms des animaux intrus.







3 Recopie sur ton ardoise les noms des animaux de Chafik.

Le chat : Minouch Moustachu Moustache Mimicha
 La chienne : Choupette choupette chipopette échapette
 Le canari : zizo Enzo zozen zenzo

4 Avec ta/ ton camarade, trouve la saison.

Au ■, Chafik cueille les roses rouges.

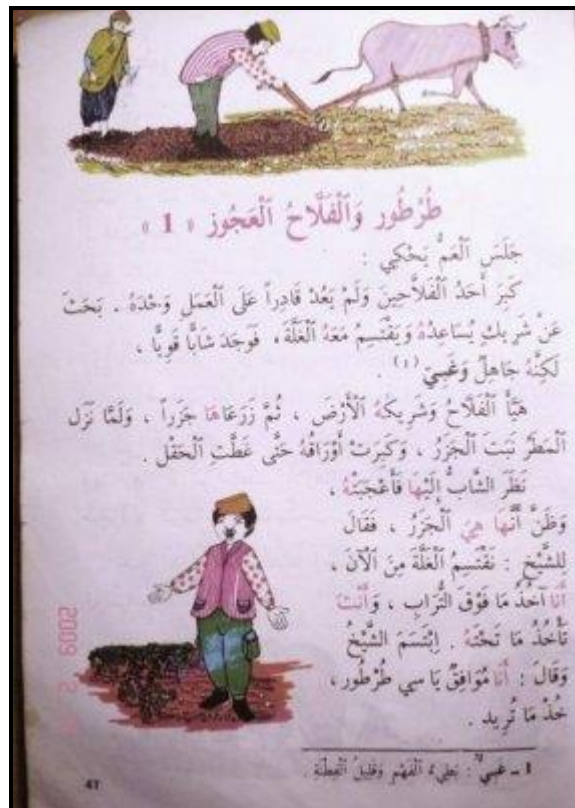
5 Recopie dans ton cahier les mots dictés.

U Un chien

Le hérisson

soixante-neuf 69

Annexe 3



Annexe 4



Annexe 5

El Watan - Jeudi 17 février 2011 - 5

L'ACTUALITÉ

ABDELHAMID MEHRI. ANCIEN SECRÉTAIRE GÉNÉRAL DU FLN

Au frère Abdelaziz Bouteflika, président de la République

Par Abdelhamid Mehri

Je m'adresse à vous par cette lettre dans un contexte particulièrement délicat et dangereux en étant conscient que seuls les liens de fraternité et les principes qui nous ont rassemblés durant la période de la lutte pour la liberté de notre pays et son indépendance me donnent cet honneur ; c'est aussi ma conviction que ces liens demeurent le dénominateur sur lequel peuvent se rencontrer les bonnes volontés au service de notre pays et du bonheur de notre peuple. J'ai privilégié cette voie ouverte pour m'adresser à vous car vous occupez une position principale et prioritaire. Néanmoins, vous n'êtes pas le seul concerné par le contenu de la lettre ni la seule partie appelée à traiter des questions qu'elle soulève. J'ai tenu, dans cette lettre, à faire preuve de la franchise qui prévalait dans les délibérations des instances dirigeantes de la Révolution algérienne et qui était, même si elle dépassait parfois les limites du raisonnable, certainement préférable au silence complice ou à l'assentiment dénué de conviction.

Monsieur le Président,

Vous êtes aujourd'hui au sommet d'un régime politique dont la mise en place n'est pas de votre seule responsabilité. C'est un régime à l'édification duquel a participé quiconque a assumé une part de responsabilité publique depuis l'indépendance, que ce soit par son opinion, son travail ou son silence. Mais aujourd'hui, de par votre position, vous assumez, et avec vous tous ceux qui participent à la prise de décision, une grande responsabilité dans la prolongation de la vie de ce régime qui, depuis des années, est bien plus marqué par ses aspects négatifs que positifs. Il est devenu, en outre, inutile à résoudre les épineux problèmes de notre pays qui sont multiples et complexes, et encore moins à le préparer efficacement aux défis de l'avenir qui sont encore plus ardu et plus graves.

Le système de gouvernement instauré à l'indépendance s'est fondé, à mon avis, sur une analyse erronée des exigences de la phase de la construction de l'Etat national. Certains dirigeants de la Révolution avaient opté, dans le contexte de la crise que le pays a connue en 1962, pour une conception politique d'exclusion pour faire face à la phase de la construction plutôt qu'une stratégie de rassemblement énoncée par la déclaration du 1er Novembre 1954. Pourtant, cette stratégie avait prévalu, en dépit des divergences et des difficultés, dans la conduite des affaires, de la Révolution jusqu'à l'indépendance.

L'exclusion est devenue, à la suite de ce choix, le trait dominant de la gestion politique et de la manière de traiter les divergences d'opinion. Les cercles et groupes politiques qui étaient choisis au début du mois étaient susceptibles d'exclusion et de marginalisation à la fin du même mois. Ces pratiques, qui ont contraint même certains partis de l'opposition, ont eu pour effet de pousser des milliers de militants à renoncer à



Abdelhamid Mehri

l'action politique, de réduire la base sociale du régime et de réduire le cercle de décision à son sommet.

Outre le fait qu'il est fondé sur l'exclusion, le régime a hérité de méthodes et de pratiques secrètes par les conditions difficiles de la lutte de la Libération et les a adoptées dans la conduite des affaires publiques après l'indépendance. Il s'est nourri également d'emprunts et d'adaptations qui n'ont pas été façonnées par le libre débat ni affirmées, durant leurs évolutions, par une évaluation objective qui a été le grand absent dans l'expérience du pouvoir en Algérie. Plutôt qu'une évaluation critique objective du régime politique, on a préféré les campagnes de glorification et de dénonciation taillées sur mesure pour des personnes et par l'attribution de couleurs à des décrets, de sorte à masquer la nature du régime, ses pratiques et sa vraie couleur qui ne change pas malgré le changement d'homme.

Les voix qui revendiquent le changement de ce régime, qui sont conscientes qu'il advienne dans un climat de paix et de libre débat, sont nombreuses. Les signes qui alertent sur le caractère impératif d'un tel changement sont visibles depuis des années. Ils se sont encore accumulés ces derniers mois d'une manière telle qu'il est impossible de les ignorer ou de reporter la réponse. Les événements qui surviennent continuellement chez nous et qui adviennent autour de nous depuis des mois évoquent ceux que le pays a vécus en Octobre 1988 et des faits graves qui ont découlé de crise et de drames dont le peuple continue encore à avaler certaines des plus amères poisons. Les choses se sont aggravées, chez nous, par le fait que le discours officiel, à des niveaux responsables, fait une lecture erronée – sciemment ou non – des réalités. Il en minimise l'importance et en nie les grandes significations politiques au prétexte que les mani-

festants, chez nous, n'ont formulé aucune revendication politique. L'aspect le plus incongru de cette lecture et de cette analyse est qu'il renvoie à l'image d'un médecin qui attendrait de ses malades la prescription d'un remède ! Cette lecture erronée de la part de plusieurs parties – avec des intentions : soumettre de la part de certaines autres parties – a empêché, fort regrettablement, que les véritables enseignements soient tirés des événements d'Octobre 1988. Elles ont permis aux adversaires du changement, à cette époque, d'œuvrer méthodiquement au blocage des voies menant à la solution juste qui consiste à assurer le passage vers un système politique réellement démocratique.

Cela a fait perdre au pays, à mon avis, une opportunité précieuse de renouveler et de consolider sa marche vers le progrès et le développement. Cette interprétation erronée s'étend également aux événements qui se déroulent dans des pays proches, comme la Tunisie et l'Egypte. Cette lecture insiste sur les différences afin de rejeter les enseignements qui en découlent. Pourtant, ce qui est commun à l'Algérie et à ces pays ne se limite pas à la vague tragique de recours au suicide par le feu, il est encore plus profond et plus grave. Ce qui est commun est la nature même des régimes ! Les systèmes de pouvoir en Egypte, en Tunisie et en Algérie se prévalent tous d'une façade démocratique clinquante et empêchent, en pratique et par de multiples moyens, de très larges catégories de citoyens de participer effectivement à la gestion des affaires du pays. Cette marginalisation et cette exclusion nourrissent en permanence le ressentiment et la colère. Elles alimentent la conviction que tout ce qui est lié au régime ou émane de lui leur est étranger ou hostile. Quand s'ajoute à ce tableau de la colère les poids des difficultés économiques, qu'elles soient durables

ou conjoncturelles, les conditions de l'explosion sont réunies. A ces facteurs communs s'ajoute le fait que la majorité des Algériens considère que le régime politique, chez nous, n'est pas fidèle aux principes de la Révolution algérienne et à ses orientations et ne répond pas à la soif d'intégrité, de liberté, de démocratie et de justice sociale pour laquelle le peuple algérien a sacrifié des centaines de milliers de ses enfants.

De ce qui précède, il apparaît que la question centrale, qui exige un effort national global et organisé, est celle de la mise en place d'un régime réellement démocratique, capable de résoudre les problèmes du pays et de préparer à relever les défis de l'avenir. Un régime démocratique qui libère les larges catégories sociales du cercle de l'exclusion et de la marginalisation pour les faire entrer dans une citoyenneté responsable et active. Il en découle également que le changement ne viendra pas d'une décision du sommet, isolée du mouvement de la société et de ses interactions. Il est, au contraire, nécessaire de faire mûrir le processus de changement et de le consolider par les initiatives multiples provenant, en toute liberté, des différentes catégories de la société.

Le peuple algérien – qui a pris en charge, de manière consciente et loyale, la révolution quand elle a été jetée dans ses bras et en a assumé la responsabilité avec abnégation et patience – est apte, du fait de sa profonde expérience, à prendre en charge l'exigence du changement démocratique pacifique du régime et de l'Etat de droit.

1 - Accompanyer vers les rivages de la stabilité et de la sécurité.

Ce changement souhaité nécessite, selon moi, de commencer simultanément par les actions suivantes.

Un - Accélérer la suppression et la levée des obstacles et des entraves qui inhibent la liberté d'expression ou la restriction. Réunir les conditions nécessaires permettant aux organisations et aux initiatives sociales des jeunes de la nation, ses étudiants, ses cadres et ses élites des différents secteurs et disciplines, d'exercer leur droit naturel et constitutionnel à exprimer, par tous les voies et moyens légaux, leurs critiques, leurs aspirations, leurs opinions et leurs propositions.

Deux - Appeler à la multiplication des initiatives populaires émanant de la société et soutenant la demande de changement pacifique autour des axes et des modalités suivants :

1 - Des séminaires de dialogue rassemblant, à différents niveaux et dans la diversité des courants intellectuels et politiques, des citoyens engagés qui rejettent la violence et l'exclusion politique et qui œuvrent à identifier les similarités et les pré-occupations communes permettant la jonction des volontés et des efforts pour la réussite du changement pacifique souhaité.

2 - Des groupes d'évaluation regroupant, à des niveaux différents, les représentants de divers courants intellectuels et politiques, des spé-

cialistes intéressés par un secteur spécifique de l'activité nationale. Ils auront la charge de procéder à une évaluation objective de ce qui a été accompli depuis l'indépendance, d'identifier les forces et les faiblesses et de tracer des perspectives pour son développement.

3 - Des amicales de solidarité contre la corruption, qui auront pour mission d'édifier un barrage contre la généralisation de la corruption en sensibilisant les larges catégories sociales susceptibles d'être les victimes des corrompus. Il s'agit de les amener à une position ferme contre la corruption en adoptant le slogan « nous ne payerons rien en dehors de ce que prévoit la loi ». Cette mobilisation sociale interviendra en appui à des mesures administratives et légales contre la corruption.

Les centaines d'initiatives qui peuvent écouler de cet appel et se multiplier, sans être dictées par le haut, seront comme des bougies qui éclaireront la voie du véritable changement pacifique et traduiront les orientations du peuple et ses aspirations.

Trois - Etablir des ponts pour le dialogue et la concertation les plus larges avec les forces politiques pour préparer un congrès national général qui aura pour mission :

1 - D'établir l'évaluation critique et globale du système de gouvernance et de ses pratiques durant ses différentes étapes, depuis l'indépendance, et déterminer les tâches, les moyens et les étapes pour jeter les bases d'un système démocratique et de l'Etat de droit.

2 - Prendre les mesures nécessaires pour sortir le pays, définitivement, de la spirale de violence qu'il connaît depuis vingt ans. La crise, dont les effets continuent à marquer la scène politique, est la somme d'erreurs commises aussi bien par les mouvements islamiques que par les autorités de l'Etat dans leur traitement. Il est impossible de résoudre la crise en traitant la moitié de celle-ci et en occultant l'autre moitié.

3 - Etablir une plateforme nationale sur les perspectives du développement global et sur la préparation du pays à faire face aux évolutions imposées par les changements mondiaux.

4 - Etablir une plateforme nationale sur les fondements de la politique étrangère nationale et ses lignes générales et, en premier lieu, identifier les mesures permettant la réalisation de l'union entre les pays du Maghreb.

Frère Président,

L'Algérie doit célébrer bientôt le cinquantième anniversaire de son indépendance. Le temps qui nous sépare de cette grande occasion est suffisant, selon moi, pour parvenir à un accord entre Algériens pour le changement pacifique souhaité. Le meilleur des présents à faire à nos glorieux martyrs est que l'on célèbre l'anniversaire de l'indépendance avec un peuple algérien fier de son passé et rassuré sur son avenir. Avec ma considération et mes salutations fraternelles.

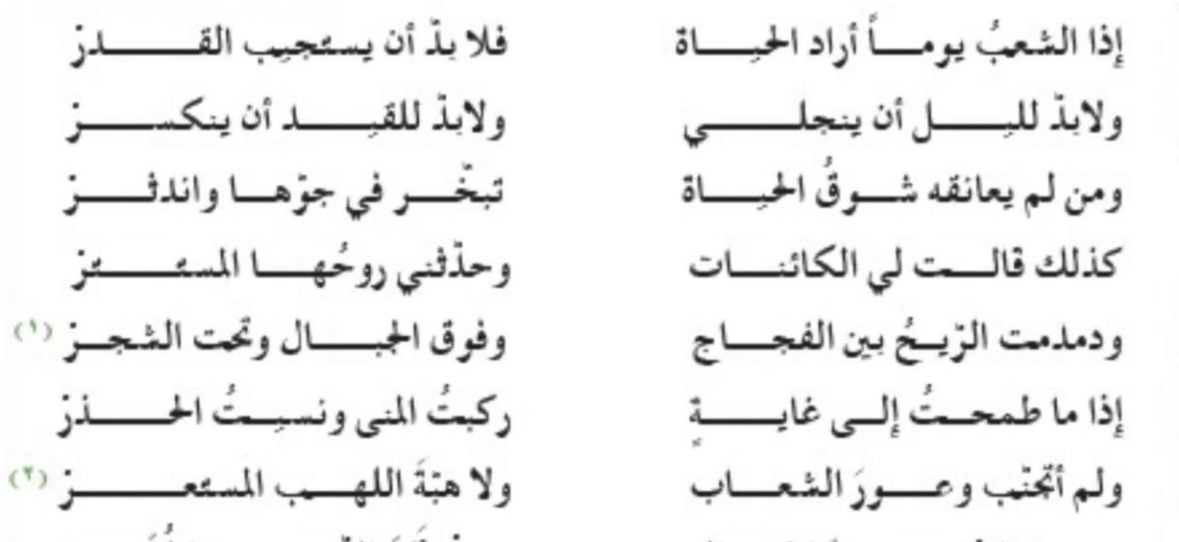
A.M.

Annexe 6



Annexe 7

(أبو القاسم الشابي) إرادة الحياة



La volonté de vivre(Abou El Kacem Chebbi)

Lorsque le peuple un jour veut la vie
Force est au destin de répondre
Aux ténèbres de se dissiper
Aux chaînes de se briser...
Souffle alors un vent violent dans les ravins,
Au sommet des montagnes et sous les arbres
Qui dit :
« Lorsque je tends vers un but
Je me fais porter par l'espoir
Oublie toute prudence
Je n'évite pas les chemins escarpés
Et n'appréhende pas la chute
Dans les flammes brûlantes.
Qui n'aime pas la montagne
Vivra éternellement au fond des vallées »