

**SLOGANS ET STRATÉGIES HUMORISTIQUES DES
MANIFESTANTS ALGÉRIENS LORS DU MOUVEMENT
POPULAIRE**

**SLOGANS AND HUMOURISTIC STRATEGIES OF ALGERIAN
MANIFESTANTS DURING THE POPULAR MOVEMENT**

Souad BENABBES

Université Larbi Ben M'hidi, Oum El Bouaghi, Algérie

Résumé

Lors des crises de la légitimité des institutions, les manifestations deviennent non seulement un moment de soulèvement, mais aussi de créativité qu'on exprime avec de l'humour et de l'allégresse. Cette contribution aborde la question de l'humour politique qui a teinté les slogans brandis par les manifestants algériens, lors du mouvement populaire dans les lieux publics. Nous y proposerons d'analyser les différents faits humoristiques afin de répondre aux questions suivantes : quels sont les types d'humour auxquels les manifestants algériens recourent pour revendiquer leurs droits et exprimer leur mécontentement vis-à-vis des symboles du régime ? Dans quelle langue, leur discours humoristique a été manifestement plus percutant ?

Mots-clés : humour, slogan, manifestants, Algérie

Abstract

During crises of the legitimacy of institutions, demonstrations become not only a moment of uprising, but also of creativity that is expressed with humor and glee. This contribution addresses the issue of political humor that stained the slogans brandished by Algerian demonstrators during the popular movement in public

places. We will propose to analyze the various humorous facts in order to answer the following questions : what types of humor are used by Algerian protesters to claim their rights and express their dissatisfaction with the symbols of the regime? In what language, their humorous speech was obviously more impactful?

Keywords : humor, slogan, demonstrators, Algeria

Tout le monde s'entend pour dire que les mouvements sociaux en Afrique et notamment dans la zone arabe, ont donné lieu à un discours tout à fait spécial dont l'enjeu demeure quasiment le même : épanouissement économique, souveraineté du peuple, dignité et liberté, etc. C'est pourquoi, la dernière décennie a connu la prolifération de plusieurs mouvements contestataires. Celui du Hirak et les manifestations inédites qui ont marqué l'actualité algérienne, depuis le 22 février 2019, ont surpris le monde entier par leur ampleur et leur civisme. Nacereddine Saidouni, universitaire en Histoire moderne et contemporaine a souligné que *«la révolution algérienne n'était pas une affaire d'élite et n'avait pas d'idéologie élitiste ; elle émane de la volonté populaire dépassant ces élites.»*

Toutes les causes du ras-le-bol et de la colère sociale ont été réunies et ont fini par pousser des millions d'Algériens à manifester massivement contre la dictature du pouvoir et à appeler au changement radical du système. Manifestement, le peuple algérien a fait preuve d'une imagination débordante et d'un humour poignant qui s'affichent à travers les slogans écrits sur des pancartes, mis à jour chaque vendredi dans les rues, les chansons ou les vidéos postées sur les réseaux sociaux. Les slogans humoristiques sont l'arme dévastatrice que les Algériens ont utilisé contre les symboles de régime a été le pendant linguistique et témoigne de la créativité exclusive d'un peuple sur le chemin de l'émancipation, après 20 ans de pouvoir.

Les textes des slogans brandis lors des manifestations en Algérie font l'objet de cette étude qui tend à mettre en lumière les différentes formes d'humour corrélatives au contexte politico-culturel et économique algérien et leur apport à la communication et à l'organisation des groupes contestataires.

Qu'ils soient sociologues, linguistes, littéraires, ou philosophes, tous les chercheurs s'entendent pour dire que l'humour est un concept complexe, difficile à définir. En revanche, Crawford synthétise les réflexions de plusieurs auteurs et définit l'humour comme *«une activité verbale ou non-verbale suscitant une réponse positive affective ou cognitive de la part des personnes.»* (Crawford, 1994, p : 57).

En revanche, il convient de souligner que la pluridisciplinarité des études sur l'humour constitue déjà un obstacle à la mise en place facile des recherches, comme le souligne J. Dufort et Olivier : *«Les études sur l'humour peinent à atteindre un consensus sur la définition de l'objet. L'interdisciplinarité constitue un obstacle de taille au développement d'un paradigme.»* (Dufort & Olivier, 2016, p : 26).

Cette étude questionne l'apport de l'humour dans la conception pertinente des slogans brandis lors du mouvement populaire. Nous essayerons de contribuer à ce champ de recherche et répondre particulièrement aux questions suivantes : quels sont les types d'humour auxquels les manifestants algériens recourent lors des manifestations hebdomadaires anti-gouvernementales ? Dans quelle langue, leur discours humoristique a été manifestement plus percutant ?

Après avoir défini ce que nous entendons par « Hiraq », slogan et présenté les différentes formes de l'humour, nous analyserons les résultats de l'analyse du corpus émanant des slogans brandis par les manifestants algériens chaque vendredi ou tirés de quelques sites internet.

1. HIRAK : MOUVEMENT CONTESTAIRE EN ALGÉRIE

Pour l'historien Charles Tilly (2008), le mouvement social est un ensemble de campagnes de revendications soutenues, adressées aux détenteurs du pouvoir, utilisant un répertoire d'action particulier et exprimant valeurs, unité, nombres et engagements collectifs. Il est à noter que la première composante fondamentale d'un mouvement social est sa dimension collective. C'est pourquoi, la notion d'action collective est généralement utilisée en synonyme de mouvement social (Afeissa, 2013).

A. Melucci (1980) définit le « *mouvement social* » comme étant l'expression d'un conflit structurel, l'action collective implique la solidarité, le mouvement pousse le conflit au-delà des limites de compatibilité du système auquel il est fait référence. Mais, élément des plus importants, le « *mouvement social* » est pour lui une construction analytique et non un objet empirique. (Melucci, cité par Le Saout, 1999).

En Algérie, certains l'appellent « *Mouvement Populaire* » (Observ'Algérie ; El Watan), d'autres « *Révolution* » (Courrier International) ou « *Hirak* » (Algérie Presse Service). En dépit de ce panel de nominations, force est de constater que ces mouvements génèrent et témoignent de la prise de conscience des Algériens envers le vécu politique à travers leur déficit de confiance à l'égard des gouverneurs des détenteurs du pouvoir. Caractérisé par l'aspect pacifique et civilisé des manifestations, ce mouvement témoigne de la vitalité du peuple algérien dans son interaction avec les questions d'intérêt public. Chaque vendredi a été marqué par un humour inédit qui s'enrichit au fil des marches à travers les slogans branlés par les manifestants. Ces derniers forment de petits groupes au sein desquels une personne conduit le chant au moyen de slogans déjà reconnus et sélectionné mettant ainsi en place un système polyphonique où la mémorisation de ces expressions jouent un important rôle. Tous les vendredis

avaient suivi une démarche rituelle : après la prière vers 14H.00, les gens arrivaient et restaient jusqu'à 20H.00 pour non seulement manifester, se regrouper pour discuter, mais aussi pour partager le rire.

2. LA LANGUE DU SLOGAN

Dans les sociétés modernes marquées par le développement accéléré de la communication, la langue est utilisée pour faire valoir sa fonction interactive. Ceci dit, le slogan est indéniablement un des outils les plus stratégiques pour transmettre les informations le plus rapidement possible et avec une haute précision afin de persuader les autres d'adapter ou de changer un acte ou un comportement quelconque.

Notons que le mot slogan provient de l'ancienne langue gaélique usée en Ecosse où les conflits entre divers groupes faisaient rage. Ainsi, l'expression « *Sluagh-ghairm* » veut dire « *cri de guerre* ». Adapté au domaine publicitaire puis au champ politique, le slogan se définit comme un petit énoncé marquant et frappant sa cible par ses effets illocutoires et par son caractère original et créatif. Dans le Trésor de la Langue Française Informatisé, le slogan est :

une formule concise et expressive, facile à retenir, utilisée dans les campagnes de publicité, de propagande pour lancer un produit, une marque ou pour gagner l'opinion à certaines idées politiques ou sociales».

Pour B. Buffon, il est une « *formule courte et frappante qui fait passer son caractère péremptoire sous une forme facile à retenir et agréable à répéter* » (Buffon, 2002, p : 166). Dans l'ordre scriptural, le slogan peut s'apposer sur des supports de plusieurs formes : tracts, banderoles ou tatouage sur la peau. Toutefois, il va sans dire que l'affiche reste incontestablement le lieu approprié du slogan. Par ailleurs, avec le développement des TIC, les réseaux sociaux ont contribué massivement à la production et à la circulation des slogans : vidéos militantes et photos de

banderoles, mais surtout le recours aux hashtags qui permet la mobilisation de la communauté autour de causes suscitant un intérêt public. Sur le plan formel, la brièveté et la concision sont les principales devises du slogan. Selon Adam et Bonhomme :

Le slogan est actuellement, et provisoirement sans doute, un enchaînement verbal, de longueur très souvent réduite à une ou deux phrases ou interventions, qui occupe une position perceptivement remarquable dans l’affiche ou la page (grâce à la taille et qualité de ses caractères et à la répartition dans l’espace des différentes manifestations iconiques ou verbales). (Adam et Bonhomme, 2000, p : 75-76).

Il est intéressant de remarquer que ce qui caractérise et crée la force d’un slogan, sur le plan du contenu, ce sont bien le degré d’humour, l’ironie, les détournements de sens, les jeux de mots, les proverbes, les allusions aux connaissances et valeurs partagés par la communauté, etc.

Selon Carles : « Les slogans, en tant que mots d’ordre, remplissent une fonction immédiate de mobilisation des individus » (Carles, 2016, p : 3). Il faut donc envisager la double potentialité du slogan révolutionnaire, qui exploite, d’une part, la brièveté de l’énoncé, permettant des effets de rythme, une économie et une efficacité de l’expression qui le rend particulièrement adapté aux conditions de son énonciation—collective—, comme on le verra, d’autre part, l’association de ces différentes formes brèves qui viennent constituer des micro-récits et rendent intelligible un réel particulièrement chaotique

3. DÉFINITIONS ET CATÉGORIES DE L’HUMOUR

L’humour était toujours considéré comme l’opposé du sérieux, du comportement direct et digne de l’homme qui respecte les valeurs sociales et politique. De même, il exprimait une certaine tension marquée par cette difficulté à le formuler ouvertement. À l’ère moderne, l’humour est perçu comme un phénomène social et de

nouvelles approches sont actuellement développés par plusieurs disciplines (sociologie, psychologie, littérature, linguistique, communication, etc.) pour mieux l'analyser. Il est clair que le recours à l'humour est l'une des stratégies privilégiées destinées à persuader aisément son destinataire. Non contraint par les normes linguistico-communicatives ou même socio-culturelles, il doit susciter plaisir et connivence chez le récepteur afin qu'il soit pris en considération. Ayant trois fonctions, ludique, cynique et critique, l'humour peut revêtir plusieurs formes allant du simple jeu innocent jusqu'à la provocation et à la critique blessante de l'autre. Notons qu'une littérature savante abordant la question de l'humour se constitue timidement puisqu'il apparaît généralement comme un champ de recherche n'étant pas sérieux.

Étymologiquement parlant et selon G. Minois, le terme humour proviendrait du terme français «*humeur*» que les Anglais utilisaient pour désigner le fait de plaisanter. Selon S. Freud, l'enjeu de l'humour serait d'empêcher de vivre les émotions pénibles et doubleuses. En conséquence, le comique est un mécanisme de défense contre le déplaisir : il y a quelque chose de libérateur dans l'humour qu'on «*ne retrouve pas dans les autres modes d'acquisition du plaisir par une activité intellectuelle* » (Freud, 1988, p : 401).

Selon Burton (1621), l'humour serait en plus une sorte de condamnation de la supposée folie d'autrui: «*Lorsque nous rions, nous condamnons autrui, nous condamnons le monde de la folie* » (cité par Skinner, 2001).

Enfin, le philosophe É. Blondel estime que «*L'humour, comme capacité à rire, concerne le rieur dans ses affects, ses jugements, ses mérites, son intégrité corporelle, sa sécurité, sa dignité.*» (Blondel, 1988, p : 26). De son côté B. Lefort avance que

L'humour donc sera considéré comme un terme générique qui regroupe des phénomènes de production intentionnelle

d'incongruités et/ou de compréhension à des fins souvent ludiques.» (Lefort, 1990, p : 25).

Plusieurs catégories de l'humour ont été présentées selon les approches. Nous retenons ici les différents types de l'humour tels qu'ils étaient détaillés par P. Charaudeau (2002). Ainsi, le premier type est l'humour noir qui pointe avec cruauté, amertume l'absurdité du monde, face à laquelle il constitue une forme de défense. Il consiste à exprimer avec détachement, voire avec amusement, les choses les plus horribles ou les plus contraires à la morale en usage. De ce fait, il établit un contraste entre le caractère tragique de ce dont on parle et la façon dont on en parle.

Pour H. Baudin :

L'humour noir [...] est le courage de plaisanter en face ou au sein de l'intolérable, que ce soit peur ou révolte à l'égard de la souffrance (humour atroce) ou de la mort (humour macabre). [...] L'humour noir assume alors une fonction de distance par rapport aux coups du sort.» (Baudin, 1985, p : 134).

Quant à l'ironie, elle est d'origine latine classique «ironia», elle signifie la manière de se moquer de quelqu'un ou de quelque chose en disant le contraire de ce que l'on veut entendre. Elle est communément définie comme une antiphrase qui consiste à faire entendre autre chose que ce que l'on dit (Dictionnaire didactique de la langue française). Fontanier définit l'ironie comme une raillerie liée à l'antiphrase :

L'ironie consiste à dire par une raillerie, ou plaisante, ou sérieuse, le contraire de ce qu'on pense, ou de ce qu'on veut faire penser. Elle semblerait appartenir plus particulièrement à la gaieté ; mais la colère et le mépris l'emploient aussi quelquefois, même avec avantage ; par conséquent, elle peut entrer dans le style noble et dans les sujets les plus graves. (Fontanier cité par Constantinou, 2013, p : 03).

Bergson met en exergue la distinction existant entre l'ironie et l'humour. Ainsi, pour lui :

Tantôt on énoncera ce qui devrait être, feignant de croire que c'est précisément ce qui est : en cela consiste l'ironie. Tantôt au contraire on décrira minutieusement et méticuleusement ce qui est, en effectuant de croire que c'est bien là ce que les choses devraient être : ainsi procède souvent l'humour.» (Bergson, 2012, p : 97).

Voici comment Noguez tente d'établir la différence entre les deux : «*Humour, c'est l'amour ; ironie, c'est mépris. Entre les deux, l'auto-ironie - qui participe de l'ironie par le détachement, la distance moqueuse qu'elle instaure de soi à soi, mais reste l'humour.* » (Noguez, 2000, p : 64).

Issue du latin « dérision », la dérision est une pratique négative et critique. Si l'humour permet de prendre du recul, ne serait-ce qu'en nous permettant de ne pas nous prendre trop au sérieux, la dérision produit l'effet inverse et interdit toute prise de distance en enfermant les personnes dans l'ironie. D'après B. Bouquet et J. Riffault :

Elle vise une cible qu'elle cherche à toucher et ce but est atteint lorsqu'elle blesse et rabaisse. La dérision exprime alternativement, voire simultanément, le comique et le tragique.» (Bouquet et Riffault, 2010, p : 8).

Quant au sarcasme, il est issu du grec ancien *sarkasmos* et signifie « ce qui mord la chair ». Selon K-V Simedoh : « On le qualifie d'ironie mordante parce qu'il s'exprime avec aigreur et emportement et choisit de blesser et s'exerce en présence de celui qu'il vise. (Simedoh, 2008, p : 66). À l'ordre oral, une intonation ou une mimique permet généralement de le reconnaître. Par contre, à l'écrit, il est plus difficile à déceler et est facilement mal interprété. Pour P. Charaudeau :

Le sarcasme est en décalage avec la bienséance : il dit ce qui ne devrait pas se dire, et par là il met l'interlocuteur mal à l'aise. Mais en même temps le locuteur est à la merci d'une réplique de l'interlocuteur qui lui signifie son inconvenance. (Charaudeau, 2011, p : 16).

De son côté, Angenot définit le sarcasme comme suit :

Le sarcasme consiste à agresser l'adversaire en se montrant en apparence bienveillant, débonnaire, favorable à son égard. La figure apparaît selon l'opposition métalogique élémentaire : bienveillance apparente vs agression dissimulée. Le sarcasme peut consister à compenser un reproche par un éloge fallacieux, qui n'aboutit en fait qu'à aggraver le reproche même. » (Angenot, 1982, p : 278).

L'incongruité a généralement une connotation péjorative et évoque l'inconvenance, le manque de tact. Pour F. Bariaud : « *Elle signifie la présence simultanée (ou très proche temporellement), dans la situation risible, d'éléments qui sont incompatibles, contradictoires.* » (Bariaud, 1983, p : 24). Selon B. Lefort, il importe que l'incongruité soit suffisamment inattendue et originale pour être perceptible, mais ne doit pas s'identifier à la dérision pour ne pas choquer :

Une telle hypothèse permet de rendre compte du fait que certaines plaisanteries n'atteignent pas leur but parce qu'elles "vont trop loin". [...] Il faudrait même considérer non seulement un seuil supérieur d'intensité, mais aussi un seuil inférieur précisant la valeur à partir de laquelle l'incongruité ne serait pas assez étonnante pour faire rire ou pour être appréciée [...]. Il faut donc que l'incongruité soit assez élevée mais pas trop. (Lefort 1986, p : 189).

Pour le mot d'esprit, il s'agit d'une réplique fine et subtile, pas toujours bien intentionnée. J. Sédat précise :

Il prend au dépourvu celui qui le forge et l'énonce tout autant que celui qui l'entend et le savoure. Le mot d'esprit a toujours besoin d'un tiers auquel il s'adresse pour créer complicité, connivence et plaisir de jouer avec la langue. » (Sédat, 2012, p : 804).

Il est caractérisé par deux aspects, l'un est créatif et l'autre psychanalytique. Selon Freud, le mot d'esprit répond au principe de plaisir et offre très souvent une face polémique ou

Une pointe plus ou moins acérée qui, dans certaines conditions de réception, vaudra offense, soulèvera indignation ou scandale et trace notamment une nette ligne de partage entre esprit et comique. (Freud, 1988, p : 119).

4. Méthodologie

Notre corpus présente 46 slogans brandis lors des manifestations en Algérie et tirés de quelques sites internet : <http://youtube.com/> ou <https://www.facebook.com/>. Les différents slogans de plusieurs mois (du 22 février au 2 juillet 2019) nous permettent d'en mesurer l'évolution des stratégies humoristiques et d'approfondir les questions sur les langues des slogans et sur les différents types de figures stylistiques utilisés.

Tableau 1 : Catégories d'humour recensées

Catégories d'humour	Nombre	Fréquence
Ironie	13	28.26%
Sarcasme	7	15.21%
Incongruité	4	08.69%
Dérision	6	13.04%
Humour noir	7	15.21%
Mot d'esprit	10	21.73%

L'examen du tableau ci-dessus permet de voir une variété de formes d'humour auxquelles les manifestant.e.s recourent pour traduire, mais avec allégresse leurs revendications politiques et socioéconomiques. Il était essentiel pour le citoyen algérien de recouvrer sa dignité bafouée longtemps par une bande qui a pratiqué le mépris comme mode de gestion des affaires du pays. L'ironie avait la part du lion (28.26%), suivie de la dérision

(21.73%). Le sarcasme fait jeu égal avec l'humour noir qui a été vital pour les jeunes algériens et leur permettant et de libérer les tensions accumulées (15.21%). Ensuite, c'est la dérision (15.21%) et enfin, l'incongruité qui se positionne en dernier rang (08.69%).

À titre d'exemple, un manifestant ironise dans ce slogan «*Arrhlou aandi aars ljamaa ljaya* (Partez, j'ai un mariage vendredi prochain)» ayant une cérémonie de mariage vendredi prochain et voulant s'assurer du départ des symboles du régime pour que la joie soit doublement vécue. Dans ce slogan «*Le collectif des chats de l'Algérie refuse le Cachir et demande des boites de Whiskas*», le saucisson populaire préparé à base de bœuf est devenu victime d'une mauvaise publicité depuis le meeting du 9 février, organisé par le FLN pour soutenir la candidature de Bouteflika pour un 5^{ème} mandat. À travers cette formule ironique, les manifestants visent à ridiculiser le pauvre cachir devenu le symbole du FLN et des soutiens de Bouteflika, et annoncent que même les chats de l'Algérie ne le savourent plus et ne sont conséquemment non plus des brosseurs et refusent à leur tour la candidature de Bouteflika au 5^{ème} mandat. L'ironie réside donc dans la conciliation de deux univers différents, l'un humain, l'autre animal d'où les rires qu'elle déclenche.

Si on a longtemps reproché aux Algériens leur manque de maturité et de conscience politique, ces derniers ont prouvé qu'ils sont maintenant réveillés et hautement impliqués comme le révèle le slogan suivant : «*Chaab metfardj 450 halka antaa Conan talaabhalo anta* » (Vous ne pouvez pas tromper un peuple qui a regardé 450 épisodes de la série Conan). Les Algériens font référence ici à la bande dessinée de la série japonaise «*détective Conan* »

Dans une banderole portée lors d'une manifestation «*Vous n'êtes pas le bon Dieu pour croire en votre existence sans vous voir* », et une autre «*Non au 5^{ème} mandat, non au président d'Etat en état de diable, on l'entend, mais on le voit pas.* », des adolescents ont choisi de transmettre leur message directement au président malade et disparu pendant des années et qui se maintient au pouvoir coûte coûte.

Dans le même sens, un groupe de jeunes fait appel à l'ironie et attirent l'attention du régime et particulièrement de l'ex-président Bouteflika qu'il est temps de quitter la présidence et de redonner le flambeau aux jeunes «*Toutes les générations d'iPhone et de Samsung sont sorties et vous n'êtes pas encore parti.* »

L'affrontement par dispositions constitutionnelles interposées prend parfois une tournure humoristique décapante. Ainsi, dans ce slogan, l'incongruité se révèle non seulement par le passage inattendu du registre sérieux au registre ludique, mais également par le recours aux jeux de mot et de chiffres ici (102/sans eux) : «*Après l'application de l'article sans deux (portraits de Bouteflika et son frère Saïd de l'appui), on demandera l'application de l'article sans eux (portraits des trois fameux B Bedoui, Bensalah et Belaïz)*»

L'aspect incongru a été savamment réussi dans ce slogan avec l'équation mathématique «*102 + 7 = Sang neuf*» à travers laquelle les manifestant.e.s proposent l'addition de l'article 102 mettant hors-jeu le président et l'article 7 proclamant le peuple comme source indéniable de tout pouvoir pour aboutir à un résultat inévitable : une Algérie gouvernée par cette nouvelle génération injectée d'un sang neuf ! Ce slogan est particulièrement séduisant en langue française en raison des sonorités qui jouent le chiffre 109 et la formule «*Sang neuf* »

L'une des stratégies humoristiques qui incarne l'esprit révoltant contre le mépris et la soumission est bel et bien la dérision. Ayant une fonction cathartique, elle rétablit l'ordre et vise l'équilibre d'un système sociopolitique. Ceci dit, « *La force de contestation que détient la dérision tient notamment à l'ambiguïté de ses effets. Les liens entre dérision et pouvoirs relèvent souvent d'une dialectique entre contestation et régulation.* » (Bouquet et Riffault, 2010, p.20).

Entre hostilité et dédain ironique, ce slogan illustre éloquemment cette forme humoristique qui aspire à disqualifier le système et ses symboles honnis par le peuple et les rabaisser « *Constitution porte plainte contre le système pour viols répétitifs et harcèlement textuel* » ou encore « *Bulletin scolaire du pouvoir : justice 0- Santé 0- Education 0- Economie 0- Salaire 0- Absence : 7 ans. Décision finale : fin de pouvoir !* »

L'humour noir est aussi présent dans cet énoncé « *Un milliard de dollars assurera le carrelage de la Terre tout en gardant la monnaie* » dans lequel une femme envoie une critique virulente de la mauvaise gestion et le gaspillage mafieux des fonds publics par les gouvernements algériens et oblige le général de corps d'armée d'exiger justice à cette poignée d'individus qui a dilapidé les richesses du pays et qui a pillé les deniers publics.

Même constat dans le slogan suivant « *Le peuple algérien demande un fauteuil présidentiel en Tefal, comme ça le nouveau président n'y collera pas* ». Si l'on part du principe qu'un fauteuil présidentiel a de fortes chances d'être fabriqué en Tefal pour que les présidents ne s'y collent pas et ne maintiennent pas trop le pouvoir, ce slogan est vivement teinté d'une dose d'humour noir. Ainsi, pratiquer l'humour c'est sans doute participer à la création d'un univers fictif dont on sait qu'il n'est pas tel qu'on le représente à travers nos discours.

L'accusation de vol est récurrente dans les slogans : les manifestants ont utilisé fréquemment des jeux de mots pour teinter leurs slogans d'une sonorité et d'effets humoristiques. «*Tous les pays ont des mafias, chez nous, la mafia a un pays* ». Le proverbe algérien «*Quand un plat est trop salé, on ne change pas de cuillère*» est une allusion aux changements apportés par la bande jugés inadmissibles pour faire taire les manifestants corrélativement à la désignation du nouveau premier ministre et son gouvernement. En outre, avec ce slogan «*Mais où est donc Ouyahia, or Saïd n'en parlons pas* », les Algériens s'amuse à combiner leurs propos aux conjonctions de coordination. De même pour ce slogan, «*Bouteflitox détruit même la constitution*», l'humour permet aux individus d'utiliser certains propos qui, sous une autre forme, pourraient être vexatoires et permettent en conséquence de ménager les faces en présence.

Les manifestants algériens font preuve d'un usage réussi des mots d'esprits en détournant les slogans des grandes marques comme celle d'un grand parfumeur pour s'opposer au cinquième mandat du président Bouteflika «*Il n'y a que Chanel pour faire le N° 5*». Détournant aussi les codes iconiques du cigarettier Marlboro, des manifestants ont réalisé des pancartes en guise d'avertissement au régime : «*Vous êtes Mal barré, Votre système nuit gravement à notre santé* ».

L'exagération démesurée nous montre que nous sommes en présence d'un sarcasme : «*La voix du peuple est parvenue à Venus, mais pas encore au Palais du Moradia*» ou même dans ce slogan «*Ils continuent, nous continuons, ils ont des armes, nous avons le temps, ils ont 80 ans, nous avons tous 20 ans* ». Un jeune algérien portant une pancarte dans laquelle il a écrit «*Appel au président de la Corie, prenez Bedoui et donnez-nous à sa place des écouteurs origine*», l'effet ludique est marqué à travers cette

comparaison entre l'humain et le matériel d'où la ridiculisation du premier ministre qui ne vaut rien à leur sens.

Tableau 2 : Langues des slogans

Langues	Nombre	Fréquence
Arabe algérien	16	34.78%
Berbère	5	10.86%
Arabe classique	12	26.08%
Français	9	19.56%
Anglais	4	8.69%
Autre	0	00.00%

Concevoir un slogan verbal ou écrit requiert une compétence linguistique du sujet ainsi qu'une culture politique, historique. Cette compétence linguistique se dédouble d'une compétence discursive qui témoigne de la capacité du scripteur à utiliser la langue en fonction de la conjoncture du moment. Les Algériens ont fait recours à leurs langues maternelles et aux langues étrangères qu'ils ont apprises à l'école pour l'écriture des slogans. Les milliers de pancartes brandies dans l'ensemble des villes algériennes étaient formulées indistinctement en arabe, tamazight, en français, en anglais et parfois dans un mélange de plusieurs langues.

La langue n'était pas une question de préférence ou de maîtrise pour l'écriture des slogans. Qu'il soit percutant, efficace et mobilisateur, tel est l'objectif des manifestants. Par ailleurs, le métissage linguistique affiche incontestablement la pluralité linguistique des Algériens et la maîtrise qu'ils ont des langues étrangères. Les slogans qui dénonçaient l'ingérence des pays étrangers dans la crise du pays sont rédigées en français et en anglais «*L'Algérie n'est pas la Syrie ; Non à l'ingérence*

étrangère, affaire de famille » ; «Ni Washington ni Paris, le peuple est le président» ; «Ni Toufik, ni Bouteflika, ni Saïd, pouvoir au peuple, stop la Françalgérie !» ; «L'Algérie n'est pas la poule aux œufs d'or, mafia dégage !» ; «Qui sème la misère récolte la colère» ; «Nous sommes vaccinés contre le chaos» ; «Peuple vivant, pouvoir vacant !» (en français) «Algeria is kidnapped by a gang» ; «Dear USA, there is no oil left, so STAYAWWAY unless you want olive oil » ; «We dont need you D'ont worry we can be better» ((en anglais).

Le parler algérien dans ses différentes variantes était présent massivement comme le témoignent les nombreux slogans cités-après : «*Yetnahaw ge3* » (Qu'on les fasse tous déguer) ; «*makanch l khamssa ya bouteflika, jiboule BRI w zidou sa3iqa*» (Il n'y aura pas de 5^{ème} mandat ô Bouteflika, vous pouvez ramener le BRI et même la sa3iqa), «*Ma tzidch dqiqqa ya bouteflika !*» (Tu ne resteras pas une minute de plus ô Bouteflika !), «*Dawla madaniya machi 3askariya*» (L'Algérie est un Etat civil et non militaire) et «*Makanch intikhabet yel 3issabet*» (Il n'y aura pas d'élections (le 04 juillet) ô bandes de mafieux». «*Makanch l khamssa nwelou labess*» (On sera bien sans le 5^{ème} mandat), «*cha3b mrabi w dawla khayna* » (le peuple est bien élevé, c'est l'Etat qui est mafieux).

Certains slogans ont été écrit même en berbère afin d'insister sur la composante amazighe de l'identité algérienne que le régime actuel veut à tout prix effacer «*Mazalagh dhimazighen !*» (On est toujours des Imazighen).

Pour conclure, nous pouvons dire que l'humour est un trait humain complexe qui s'est transformé d'un vice ou d'un mépris à un phénomène social, politique et humain Comme dans les autres pays qui ont connu des soulèvements, les slogans des

algériens esquissent eux-aussi une lutte dont le peuple est le héros sauvant l'Algérie de la bande qui la gouverne. Cette étude a révélé que l'humour a occupé une place inédite au sein des contestations qui ont marqué la scène sociopolitique, depuis le 22 février 2019, précédée de toute une trajectoire préparatoire comme résultat de la situation socio-économique et politique du régime algérien. Étant donné les conditions dégradantes qui touchaient tous les secteurs de l'État, une conscience contestataire s'est développée à partir de cette date. Notons que si l'humour a permis aux algériens de se libérer des contraintes linguistico-culturelles, de jouer avec les différentes langues qu'ils maîtrisent plus ou moins. À vrai dire, grâce aux slogans, le peuple algérien a déployé ses talents en matière de créativité linguistique et humoristique et a prouvé au monde entier sa capacité à exprimer d'une manière subtile la crise sociopolitique dont il souffre. Enfin, nous n'avons qu'à rejoindre les propos de I. Derradji et A. Gherbidire qui disent : *«La mobilisation populaire qui soulève l'Algérie n'est pas seulement une révolte contre des conditions de vie devenues inacceptables. C'est aussi un mouvement qui fait des rues du pays le théâtre d'une construction organisée de la vie collective et politique par des citoyens qui revisitent leur histoire et prennent leur indépendance.»*

BIBLIOGRAPHIE

ADAM, J-M & BONHOMME, M., *Analyses du discours publicitaire*, Toulouse Cedex 4, Éditions universitaires du Sud, 2000.

AFFEISSA, H-S., *Qu'est-ce qu'un mouvement social ?* [En ligne]:<https://www.nonfiction.fr/article-6348-quest-ce-quun-mouvement-social.htm>

ANGENOT, M., « La parole pamphlétaire : contribution à la typologie des discours modernes », volume 17. Payot, 1981.

BARIAUD, F., *La genèse de l'humour chez l'enfant*, Paris, PUF, 1983.

Slogans et stratégies humoristiques des manifestants algériens...

BAUDIN, H., « Comique et affectivité : l'humour », in Cahiers Comique Communication, n°3,1985, p.133-150.

BERGSON, H., *Le Rire*, P.U.F., « Quadrige », 2004, p. 97.

BLONDEL, E., *Le risible et le dérisoire*, Paris, Presses Universitaires de France, 1988.

BOUQUET, B., RIFFAULT, J., « L'humour dans les diverses formes du Rire », [en ligne] Revue Vie-Sociale n°2/2010, [consulté le 6/02/2020]. Disponible sur internet : <http://www.travaillsocial.com/spip.php?article818>

BUFFON, B., *La parole persuasive. Théorie et pratique de l'argumentation rhétorique*, Paris, Presses universitaires de France, 2002.

CARLE, Z., « Les slogans de la révolution égyptienne, épreuve d'une épopée tue ? », Le Seuil| « Communications », 2016.

CHARAUDEA, P., *Des catégories pour l'humour. Précisions, rectifications, compléments*, in VIVERO Ma. D. (dir.), Humour et crises sociales. Regards croisés France-Espagne, L'Harmattan, Paris, 2002.

COTTE, J., *Le rire et l'humour comme outils politique d'émancipation ?* Mémoire de maîtrise (sciences politiques), UQAM, 2002.

CRAWFORD, C.B., « Theory and implications regarding the utilization of strategic humor by leaders », The Journal of Leadership Studies, 1 (4), p 57. 1994.

DERRADJI, I-A & GHERBI, A, Le Hirak algérien : un laboratoire de citoyenneté. En ligne sur l'adresse URL : <https://www.metropolitiques.eu/Le-Hirak-algerien-un-laboratoire-de-citoyennete.html>

DUFORT, J., *Le développement du champ des études sur l'humour en sciences sociales*, Julie Dufort et Lawrence Olivier (dir.), Humour et politique. De la connivence à la désillusion, Québec, Les Presses de l'Université Laval, pp.1-35, 2016.

ESCARPIT, R., *Humour*, Presses universitaires de France, p. 26, 1989.

FONTANIER, P., *Les figures du discours, introduction de Gérard Genette*, Paris, Flammarion, 1977.

FREUD S., «L'humour», Le mot d'esprit et sa relation à l'inconscient, Paris, Gallimard, 1988 [1905], p.401.

FREUD S., *Le mot d'esprit et sa relation à l'inconscient*, Paris, Gallimard, 1980.

JANKELEVITCH, V., *L'ironie*. Paris : Flammarion, 1964.

LE SAOUT, D., « Les théories des mouvements sociaux. Structures, actions et organisations : les analyses de la protestation en perspective », *Insaniyat* 8, pp. 145-163, 1999.

LEFORT, B., « L'humour, une activité régulièrement irrégulière », in *Actes du Colloque International sur L'humour d'expression française*, Paris, 27-30 juin 1988, Nice, Z'Editions, tome 2 : 25-30.

NKASHAMA P., *Écrire à l'infinif. La dérision de l'écriture dans les romans de Williams Sassine*, Paris, L'Harmattan, 2006.

NORGUEZ, D., *L'Arc-en-ciel des humours*, Paris, Librairie générale française, «Livres de poche Biblio/essais», 2000.

REBOUL, O., *Introduction à la rhétorique*, Paris : Presses Universitaires de France, 2001.

ROBRIEUX, J-J., *Rhétorique et argumentation*. Paris : Nathan, 2000.

SIMEDOH, K-V., *L'humour et l'ironie en littérature francophone subsaharienne. Une poétique du rire*, thèse de doctorat, 2008, Queens University, Kingston, Ontario, Canada.

SKINNER, Q., « La philosophie et le rire », 2001, [En ligne], mis en ligne le 17 mai 2006, <http://cmb.ehess.fr/54>