



ISSN 1958-5160

ISSN en ligne 2260-5029

La participation dans les slogans du Hirak Algérien

Kahina Ait Allaoua

Université Oran2, Algérie

kahinakahina1981@outlook.fr

<https://orcid.org/0000-0002-0086-5552>

Reçu le 01-01-2022 / Évalué le 15-03-2022 / Accepté le 02-09-2022

Résumé

Qu'ils soient le produit d'énonciateurs collectifs ou individuels, les slogans s'alimentent toujours d'un Thésaurus. Ces énoncés polyphoniques sont souvent captés et détournés lors des manifestations dans un double objectif : épanouir la fantaisie des énonciateurs en donnant à l'éthos de l'hyperénonciateur sa dimension humoristique, puis « renforcer la cohésion d'une collectivité en l'opposant à un extérieur menaçant » (Maingueneau, 2004 : 119). Dans cet article, nous nous interrogeons dans une perspective linguistique et pragmatique sur l'investissement contestataire de ces énoncés humoristiques qui font partie d'après Maingueneau des participations militantes ; et ce dans le contexte du mouvement populaire algérien qui a débuté le 22 février 2019. Notre objectif est de montrer dans quelle mesure la stratégie de détournement qui combine l'ironie et la parodie dans les slogans du Hirak, recèle des valeurs démocratiques dénonçant l'autocratie et entraînant une mise à distance du pouvoir algérien, voire sa dépolitisation.

Mots-clés : humour, ironie, participation, hypertexte, énonciation

عنوان المقال: المفارقة والمحاكاة الساخرة في شعارات المتظاهرين الجزائريين في ثورة 22 فبراير

الملخص

سنناقش في هذا المقال من منظور لغوي وبراماتي الاستثمار الاحتجاجي للخطاب الفكاهي في شعارات المتظاهرين في سياق الحركة الشعبية الجزائرية التي بدأت في ٢٢ فبراير ٢٠١٩. هدفنا شرح دور المحاكاة الساخرة في نقد هيمنة السلطة السياسية من جهة وإبراز مدى تعزيز هذا الأسلوب للتماسك والفعل التظاهري من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: فكاهة، سخرية، مشاركة، نص تشعبي، نطق، محاكاة ساخرة

Participations in the slogans of the algerian protesters of 22th february revolution

Abstract

In this article, we have shed light on one of the most pacific resistances the world has ever known, namely, the Algerian popular movement which started in February

22th, 2019. We have focused on the demonstration as a means of a non-violent fight and the strategies put into practice in the discourse of contest vehicled by the Algerian demonstrator. We have approached the topic from linguistic and pragmatic perspectives, also from the potential subversive that both irony and parody set out in the slogans of the protesters. The objective of the study is also to show the role of these two “precedes” in altering the nature of the social relations in Algeria in disqualifying the hegemony of the political power.

Keywords: Hypertext, enunciation, parody, thesaurus, hyper-enunciation, participation

Introduction

Depuis plusieurs décennies, les études sur le discours humoristique sont en plein essor et elles sont multidisciplinaires. Les premières réflexions remontent à l'antiquité où Platon et Aristote décrivent le rire comme méprisant et ayant pour but de ridiculiser autrui. Une idée reprise par Hobbes qui dans sa théorie de la supériorité explique l'usage du procédé humoristique par le désir de s'élever en rabaissant l'autre. La seconde théorie sur l'humour est développée par Herbert Spencer au XIX^e siècle. Elle traite le rire comme une « libération d'énergie nerveuse accumulée » (Critchley, 2004 : 11). Cette conception d'un humour ayant une fonction cathartique a été exposée plus tard par Freud dans son ouvrage *Le mot d'esprit et ses rapports avec l'inconscient*.

Avec l'anthropologue et l'ethnologue Pierre Clastres, la fonction de libération s'est associée au désir d'émancipation, car l'humour permet de « tuer dans l'œuf toute tentation de “servitude volontaire”, de respect irréfléchi envers les figures détentrices d'une forme d'autorité coercitive. » (Taylor, 2013). Au courant des années 1990, Jeff Goodwin, James Jasper et Francesca Polletta ont commencé à porter une attention particulière à la présence des émotions dans les mobilisations populaires en considérant que « les manifestations d'émotions concourent à l'édification des causes collectives » (Traïni, Seéméant, 2009 :12). Ce modèle sera appuyé par les dernières études sur les mouvements sociaux comme celles de Béatrice Frachiolla et Claudine Moise (2013), Yana Grinshpun en 2013 et Eithan Orkibi (2013) qui voient, dans l'humour, un moyen de consolidation du groupe à travers une rhétorique de revendication dont les slogans tournent autour du motif de l'injonction qui appelle à la mobilisation (s'engager) et à la démission (dégager). Nous inscrivons notre réflexion au sein des travaux qui se sont centrés sur l'humour en pleine ferveur révolutionnaire, en proposant d'interroger le potentiel subversif de l'humour politique et sa dynamique langagière et militante dans les slogans humoristiques du Hirak algérien du 22 février 2019.

1. Cadrage théorique et mode opératoire

Notre travail sur l'humour introduit inévitablement les recherches sur quelques concepts voisins comme l'ironie, le sarcasme et la parodie. Nous n'allons guère nous étaler sur les multiples écrits portants sur ces notions, vu le flou que soulève la confrontation de leurs multiples définitions dans plusieurs disciplines. Ainsi, et afin de contourner cet obstacle, nous concevons le fait humoristique comme une forme de participation qui combine deux procédés l'ironie et la parodie, car «c'est dans la combinaison de ces catégories qu'apparaissent, à la fois, la possible classification d'un acte humoristique et sa particularité. Un fait humoristique est rarement uniquement ironique. En même temps, il peut être ironique, insolite et d'une connivence ludique pour les uns, cynique pour d'autres» (Charaudeau, 2006 : 25).

Le concept de «participation» est défini par Maingueneau comme un mot-valise mêlant citation et participation, et qui s'imposerait à notre sens comme un moyen efficace de mobilisation dans le discours humoristique grâce à la conjoncture ironie-parodie. Cette hypothèse nous paraît probante dans la mesure où la participation est un énoncé manifestant qui désigne toutes les productions langagières qui parodient des citations, des proverbes ou des slogans publicitaires pour un objectif revendicateur (Maingueneau, 2004). Cette particularité nous offre l'opportunité d'exploiter dans un même discours la dérision ironique et le détournement parodique tout en préservant la dimension contestataire du fait humoristique.

Par ailleurs, le caractère anonyme et générique de la participation fait que l'effacement énonciatif sécurise le discours tout en étant polyphonique et interdiscursif. C'est ce qui ressort de la définition de Maingueneau qui la considère comme une expression «autonome ou autonomisée et présentée dans la logique d'un discours direct permettant aux allocutaires de la reconnaître sans que la source ne soit citée. C'est une énonciation qui relève des groupes et qui renforce la cohésion d'une collectivité.

Au vu de ce qui a été expliqué, nous allons chercher comment la connivence parodique et ironique du discours humoristique consolide-t-elle l'objectif contestataire de la participation dans les slogans du mouvement populaire algérien du 22 février 2019?

Dans quelle mesure les référents socioculturels, politiques et historiques dans lesquels puise la participation font-ils des slogans du Hirak, mouvement populaire algérien de 2019 pour s'opposer au 5^e mandat de Bouteflika, une énonciation de groupes et une forme de co énonciation qui renforcent la cohésion d'une collectivité?

Pour construire notre corpus, nous avons fixé notre attention sur les énoncés écrits sur des pancartes montrées individuellement ou collectivement au cours des manifestations les trois premiers mois du Harak (février, mars, avril). Les slogans prennent la forme d'énoncés purement verbaux et iconoverbaux, ils ont été recueillis sur le terrain et sur les réseaux sociaux notamment Facebook et YouTube à travers les partages des internautes. Il paraît de toute façon difficile de viser l'exhaustivité ou de parler de corpus représentatif vu l'actualité des événements. Néanmoins, nous estimons que notre sélection est suffisante pour le type d'analyse que nous menons ici.

Nous proposons d'analyser notre corpus en nous référant aux approches énonciatives dont fait partie la théorie des mentions ironiques de Sperber et Wilson (1978) et la théorie de la polyphonie de Ducrot (1984). Nous nous attachons à décrire le fonctionnement linguistico-énonciatif de l'enchâssement de l'ironie et de la parodie dans nos slogans en accordant une large place aux faits pragmatiques et interactifs (Catherine Kerbrat-Orrechionie, 1992; Gutwith, 1993, Coser, 1999); afin de mettre en avant la dimension railleuse de l'ironie et sa relation avec le contexte.

En ce qui concerne l'humour algérien, nous pouvons indiquer quelques références majeures comme les analyses sociolinguistiques de l'humour algérien de Dalila Morsly, les travaux de Lazhari Labter et Ameziane Ferhani sur l'humour dans les bandes dessinées et la caricature algérienne. Le riche article d'Aïssa Khelladi sur « l'humour politique algérien depuis la colonisation jusqu'aux années 90 » nous a énormément servi, car il trace diachroniquement les grands moments de l'humour populaire algérien tout en insistant sur l'humour noir qui s'est imposé comme une expression d'impuissance et un moyen de résistance durant les années 90, dans la presse écrite et même dans les blagues populaires. Ces dernières seront dans l'ouvrage de Bachir Dahak *Les Algériens, le rire et la politique. De 1962 à nos jours*; référentes par excellence des différentes étapes de la vie politique en Algérie depuis Boumèdiène jusqu'à Bouteflika, elles seront également le baromètre qui atteste de la relation du peuple avec les différentes figures du régime politique algérien depuis l'indépendance. Cet ouvrage nous a été d'un grand apport car il est très important avant d'entamer l'analyse de notre corpus de retracer les traditions profondes de l'usage de l'humour politique par la population algérienne. En effet, toute étude portant sur ce thème sera incomplète si elle ne prend pas en compte les riches matériaux que constituent l'humour populaire algérien et sa relation avec les dirigeants.

2. L'humour politique en Algérie

Avant l'indépendance, l'humour politique algérien visait deux formes de pouvoir : l'ordre colonial et ses représentants (le caïd), et l'autorité religieuse (Cheikh ou Marabout). Néanmoins, et à cause de la démesure du châtement encouru à l'échelle de l'individu et même du groupe qui osent se moquer des dissidents, un humour militant et déguisé a pris place pendant les années quarante et cinquante en prolongeant davantage la tradition « auto dérisoire » ; c'est l'avènement du « rire jaune » (El-dahka l-safra) qu'on trouve dans les pièces du célèbre Bechtarzi et de Mohammed Touri (Khelladi, 1995 : 225-237).

Après l'indépendance de l'Algérie, entre 1962 et 1988, ce genre de discours sera soumis soit à la censure soit à l'asservissement, il n'aura de cesse, d'explorer toutes les possibilités pour affirmer son autonomie et son militantisme. Cependant, et malgré le verrouillage et le contrôle de l'édition et de la distribution, la stratégie réactionnaire de l'humour et de la dénonciation chez beaucoup d'écrivains et de journalistes algériens réussit peu ou prou à libérer le verbe et dévoiler la répression des autorités et les inégalités sociales.

Nonobstant, cette emprise du pouvoir sur la culture savante et ce contexte socio-politique barricadé, l'humour populaire a pu échapper à l'échafaud. Il a fonctionné comme un véritable exercice de souveraineté, n'épargnant de sa dérision aucune figure politique du gouvernement y compris le Président de la République Chadli Bendjdid qui fera le bonheur des faiseurs de blagues. Après 88, le peuple semble perdre son humour, car « on lui a volé sa révolution et poussé dans la pire des folies, la guerre civile, la guerre du peuple contre lui-même » (Dahak, 2018 : 17).

Au début du mandat de Bouteflika, l'humour politique ne prospère plus comme au temps de Chadli ou de Boumédiène. Néanmoins, après deux décennies d'autoritarisme, une corruption à grande échelle, et surtout les discours cocasses de plusieurs figures politiques de ce régime, l'humour renaîtra de ses cendres prouvant que « tous les régimes liberticides génèrent leur part de ridicule et entretiennent la gourmandise de leurs peuples pour la plaisanterie et les anecdotes politiques qui finissent par devenir une véritable littérature orale venant pallier l'indigence d'une presse aux ordres ou rallier les slogans sentencieux de partis uniques finissant. » (Dahak, 2018 : 7). Il souffle comme un vent qui annonce la tempête, celle du mouvement populaire du 22 février 2019, car « les révolutions commencent par l'humour, c'est une loi. C'est ainsi que les peuples opprimés entament leur douloureux chemin vers la libération. » (Sansal cité par Dahak, 2018 : 43). Avec le Hirak, l'humour crève le décor et devient pour la population non seulement une catharsis qui libère les affects des angoisses et des traumatismes collectifs, mais s'impose également comme un instrument d'émancipation et de lutte pacifique.

3. Les participations échoïques

Si nous sommes amenés à revoir la relation entre la classe politique algérienne et le discours humoristique, les Slaliyates, les aventures d'Ould Abbes, et le caractère décalé de Zoukh forment le synopsis d'une véritable comédie. Sous le couvert de la jovialité, avec intention ou sans intention, plusieurs déclarations du ministre Sellal, du secrétaire général du FLN Ould Abbes ou le Wali d'Alger Zoukh étaient jugées déplacées par rapport au statut et au message politique que doit véhiculer le discours de ces personnalités. À trop vouloir s'imposer, ces figures politiques multiplient leurs gaffes sur des sujets hautement sensibles avec des comportements ou des maladresses embarrassantes. Un phénomène récurrent dans l'histoire du paysage politique algérien, où le pouvoir détourne l'opinion publique des dérives des véritables responsables en mettant en avant, ceux que Bachir Dahak qualifie de bouffons politiques : « En Algérie, Boumédiène est celui qui a géré l'humour politique en l'encourageant à se focaliser sur quelques têtes turques, choisies par lui à cet effet, telles que Kaïd Ahmed, le chef du FLN » (Dahak, 2018 : 16).

Avec le Hirak, le prototype de l'arroseur arrosé est engagé ; ce renversement de la situation fait que certaines figures du régime Bouteflika soient une cible privilégiée de l'ironie des manifestants qui reprennent leurs discours afin de les retourner contre eux. Les citations appartenant à des personnalités politiques algériennes sont le premier exemple de participations exploitées dans les slogans du Hirak. Elles sont présentées comme des échos dans la mesure où elles s'appuient sur des énoncés pris comme arrière-plan, et répétés avec une distance critique dont l'objectif est la démystification de leur véritable énonciateur qui n'est autre que le pouvoir en place.

Dans le slogan, « *Faquou l faquaquir* », l'expression « *Faquaquir* » a été utilisée par Abdelmalek Sellal lors d'un discours en 2014 où il promet de nouvelles prises en charge des démunis ; le ministre emploie « *Faquaquir* » au lieu de « *Fouquara* », pluriel de *Faquir* en arabe, un écorchement de l'arabe classique qui ne passe pas inaperçu aux yeux de la population habituée à ses incongruités linguistiques que la presse décrit comme « gentiment décalées. Facilement féroces. Pitoyablement empruntées à la langue de bois. Pathétiquement comiques ». L'usage échoïque vient avec la réappropriation de cette expression burlesque, mais avec l'adjonction de « *Faquou* », un terme issu de l'arabe populaire qui veut dire « on est conscient vous ne pouvez plus nous tromper ». Par ailleurs, il se trouve que l'expression « *Faqoulfaquaquir* » était le titre d'une chanson très célèbre du rappeur algérien Lotfi Double canons sortie à l'occasion des élections présidentielles en 2014, et dans laquelle l'artiste engagé fustigeait le Premier ministre et ses discours jugés méprisants vis-à-vis du peuple.

D'après la théorie de Sperber et Wilson, l'énoncé ironique désigne tout écho qui renvoie à « des pensées ou des propos, réels ou imaginaires, attribués ou non à des individus définis » (Sperber, Wilson, 1978 : 399-412) dans un objectif de dérision. Ainsi, l'expression « *faqou el faquaquir* » se présente comme une mention où le peuple fait écouter le discours d'un locuteur « le ministre », symbole du pouvoir honni et voix de l'adversaire à qui il s'oppose. Elle suit également la définition de la parodie, proposée par Vaillant qui la conçoit comme une « imitation déformée, partielle, et explicite, comique, ludique ou satirique, de toute entité (personne publique ou privée, pratique sociale, production ou performance culturelle, etc.) suffisamment individualisée » (Vaillant, 2016 : 94).

Bien plus, nous constatons une double parodisation dans le slogan. La première est une transgression de la citation initiale effectuée par le rappeur à travers l'adjonction du verbe « Faqou », tandis que la deuxième est une imitation par une reprise littérale de cette même transgression dans le slogan des manifestants. Ce dédoublement parodique instaure une distance ironique entre le premier hypotexte (celui du ministre) et l'hypertexte du rappeur dont l'objectif est la dévalorisation des propos du dirigeant ; en revanche l'hypertexte des manifestants rend hommage à l'hypotexte du rappeur. Au niveau polyphonique, on assiste à une interaction triadique entre les voix, à savoir celle du ministre, du rappeur et du peuple. Une situation qui fait que le chanteur et le peuple oscillent entre le statut d'ironiste, de complice et d'ironistes complices tandis que la cible reste toujours le ministre.

L'expression « *Djou3 klbk ytb3K* » a été attribuée au Premier ministre Ahmed Ouyahia dans l'un de ses discours à l'occasion de la promulgation de la loi de finances en 2017. Elle appartenait à l'origine au calife abbasside Abou Jafar El Mansour, et dont la forme authentique était « affame ton chien il te suivra, engraisse-le, il te dévorera ». Dans l'énoncé du ministre, cette citation est tronquée pour ne garder explicitement que la phrase principale ; elle est reprise par les manifestants, mais en substituant le terme « chien » par celui de « peuple », et puis le verbe « suivre » par celui de « dévorer » déjà présent dans la subordonnée de l'hypotexte. Cette transgression formelle et sémantique engendre l'hypertexte « *Djou3 cha3bk yaklk* » en français « affame ton peuple, il te dévorera ». La mention, dans ce cas, est investie dans la réappropriation détournée des propos du ministre par les manifestants et leur usage en tant que stratégie de contre-attaque.

Il est intéressant de rajouter que l'analyse des deux slogans s'inspire largement du dialogisme Bakhtinien, qui voit dans la parodie un phénomène engageant deux voix qui s'opposent : celle du peuple et celle du pouvoir contesté. La parodie ironique devient un moyen de revanche, où la fausse imitation ou le contre-chant expulse

et exproprie le discours hégémonique et méprisant des autorités représentées par les deux ministres. C'est une destruction rusée par le biais d'une dévalorisation construite sur le déni de l'Autre. Une négation qui permet d'anéantir l'image de ce pouvoir pesant pour en construire un contre-pouvoir qui mettra en place les fondations d'une nouvelle nation. Avec le slogan «*Yeswecan, tozyoucan't*», l'ironie met en scène un véritable conflit sociopolitique de valeur idéologique; Bakhtine explique que «l'ironie en général est conditionnée par un conflit social : c'est la rencontre, dans une voix, de deux jugements de valeur personnifiés et de leur interférence réciproque» (Bakhtine, 1981 : 15).

Avec la citation de Barak Obama «*Yeswecan*», parodiée dans le slogan «*yeswecan, tozyoucan't*», la parodie s'est fait l'alliée de l'ironie et l'arène de cette rivalité; dans la mesure où elle met «en cause des visions normées du monde, en procédant à des dédoublements, des disjonctions, des discordances, des dissociations dans l'ordre des choses» (Chareau, 2006 : 24).

À cet effet, on assiste à la mise en avant d'un conflit entre deux volontés contradictoires, celle de «we» (nous) les manifestants (le peuple algérien dans toute sa diversité), et celle de «you» (ils) le pouvoir et toutes ses figures. Grâce à la négation et l'adjonction, l'hypertexte oppose la voix du peuple et son obstination pour édifier un état de droit à celle du pouvoir qui a échoué. L'usage de «toz», un terme populaire sordide qui nargue et défie, accentue ce refus catégorique de toute promesse de réforme. La psychanalyse nous éclaire sur ce sujet en envisageant le discours humoristique dans son aspect cathartique et communicatif puisqu'il exprime une quête face à l'ébranlement des références grégaires, et un désir de construire une communauté fusionnelle qui raffermirait et réaffirmerait l'identité du groupe et de son vouloir-vivre en commun.

4. Les participations parémiques

Les proverbes relèvent du régime de la participation, ils font partie de ce que Maingueneau nomme «thésaurus». Ils sont définis comme des énoncés qui tissent des liens de complicité entre les membres de la communauté puisque le locuteur citant présuppose pragmatiquement que lui-même et son allocutaire ont le même référent. Dans cette forme d'énonciation «le Thésaurus et la communauté correspondante sont référés à un hyperénonciateur dont l'autorité ne garantit pas seulement la vérité de l'énoncé, mais beaucoup plus sa "validité", son adéquation aux valeurs, aux fondements d'une collectivité». (Maingueneau, 2004 :112).

Dans le Hirak, ces énoncés sont des garants de la vérité et de la légitimité, mais leur usage détourné est orienté principalement dans un objectif politique et

idéologique ; cet emploi les intègre dans la catégorie des participations. Maigueneau explique que le détournement des proverbes s'effectue suivant deux procédés : la captation et la subversion. Il précise que « la captation consiste à transférer sur le discours réinvestisseur, l'autorité attachée au texte ou au genre source [...]. Dans la subversion en revanche, l'imitation permet de disqualifier l'autorité du texte ou du genre source » (Ibid : 113). Il énumère trois niveaux à partir desquels ces deux procédés peuvent effectuer un détournement :

- a. Les conditions d'emploi où la captation renvoie à la même vérité que l'usage d'origine, tandis que la subversion exprime une contradiction absurde entre une énonciation source et l'énonciation détournée ;
- b. Le signifiant où la captation présente deux énoncés identiques formellement alors que la subversion montre une modification sur un ou plusieurs plans : la substitution, la phonétique, la négation, le collage, l'expansion ou la réduction de l'énoncé d'origine ;
- c. Le signifié : la captation est identique sur le plan sémantique et la subversion présente une contradiction.

Cependant, il faut préciser que ces niveaux peuvent se superposer ou s'enchevêtrer.

Par ailleurs, la dimension polyphonique des proverbes fait que la proposition d'un « je » trouve toujours son écho dans la voix d'un « on » ; ce que produit un énonciateur collectif appelé un « hyperénonciateur » dont l'objectif serait de passer du « je vérité » au « on vérité » faisant du proverbe un espace de rencontre entre la citation héritée et la parole donnée.

Par conséquent, l'emploi de ces proverbes en tant que prédicat de la collectivité dans les slogans militants donne de l'autorité à cet « hyperénonciateur » qui est le peuple. À cet effet, nous allons concevoir ces proverbes à la suite de Berrendonner en tant que mention ironique (Berrendonner, 1982 : 199), car ils reprennent en écho des propos qui appartiennent non seulement à un individu, mais à toute une communauté. Il faut souligner aussi que cette forme de discours rapporté peut opposer deux ou trois voix, car la dimension ironique s'installe suivant la relation qu'entretient le « je » avec le « nous » qui oscille entre la fonction de complice et d'hyperénonciateur et qui s'opposent à l'ironisé qui est le « il ».

Dans le slogan « *Hnankouloulhoum chorba malha ou houmaybdlou f l mgharef* » (on leur dit que la soupe est salée et eux ils changent les cuillères), la captation a permis d'utiliser le proverbe pour exprimer une vérité identique à celle de son contexte d'emploi, sans modification formelle. Pourtant, l'énoncé met en avant deux voix contradictoires celle de « Hna » (nous qui est la conjoncture du « je » et

du «tu») et de «Houma» (ils); ce qui fait que «l'hyperénonciateur» que représentent les manifestants cherche à utiliser l'autorité proverbiale à son profit, pour montrer la position absurde de l'adversaire «ils», qui est en occurrence le pouvoir. La contradiction s'installe également en terme pragmatique vu que l'interaction se présente sous forme d'action et de réplique. En effet, face aux revendications du peuple, on retrouve une stratégie de diversion de la part du pouvoir qui réagit en proposant plusieurs solutions : prolongation du mandat jusqu'à la fin de l'année, report des élections présidentielles, dialogue national alors que le peuple réclame le départ définitif de tout le système.

Le slogan «*qalounasszmannhal fi skatykhdam, ou dban 3la zbldayrchaklala*» (les ancêtres disaient que les abeilles travaillent en silence tandis que les mouches font du vacarme autour des ordures), utilisé littéralement et métaphoriquement, exploite deux images contradictoires dont l'une est positive tandis que l'autre est négative. La première renvoie à l'abeille, insecte laborieux, productif, organisé qui travaille tant sur le plan temporel que sur le plan spirituel tout en vivant dans une communauté solidaire. La seconde image est celle des mouches, symbole négatif, d'une action inféconde, d'une obsédante et incessante poursuite et d'une pensée parasite, incohérente et déraisonnable.

L'ironie intervient avec sa dimension railleuse pour disqualifier l'adversaire et le dévaloriser par le biais des comparaisons péjoratives (abeille vs mouches), (travaillent en silence vs font du vacarme). L'emploi littéral de ce proverbe est un réinvestissement de son capital autoritaire au profit de la contestation. La voix de l'hyper énonciateur est renforcée par celle des aïeuls grâce à l'expression «*qalounasszman*» car «plutôt que de raisonner par l'autorité d'un auteur individuel, les proverbes se fondent sur l'autorité d'une voix collective, dont la force autoritaire repose précisément sur le caractère à la fois ancien et partagé [...] Énoncer un proverbe, c'est non seulement raisonner par autorité, mais c'est avant tout faire résonner la voix collective ancestrale à laquelle la phrase fait écho.» (Perrin, 2012 : 53-66). Ce qui met en opposition deux voix, celle de la sagesse et de la révolution : elle est représentée par ce peuple manifestant qui œuvre avec un pacifisme inédit face à la voix acharnée d'une contre-révolution qui veut faire barrière à toute aspiration au changement du pays.

Le slogan «*May bqa f lbladghircha3bou*» (il ne resterait dans le pays que son peuple) est une parodie du proverbe «*ma ybqa f louedghirhjarou*» dont la traduction est «il ne resterait dans la rivière que ses rochers»; la captation et la subversion sont effectuées au niveau du signifiant à travers la substitution du terme l'oued (rivière) par celui de bled (pays) puis la lexie «*cha 3bou*» (son peuple) qui remplace «*hjarou*» (ses rochers/pierres). Cependant, la structure originelle du proverbe est

gardée, mais avec une exploitation métaphorique et politique de la signification qui sous-entend un conflit implicite entre deux voix, celle d'un pouvoir qui s'entête et refuse de céder et un peuple qui réclame sa souveraineté, étant convaincu qu'au final c'est sa volonté qui triomphera.

Pour le reste, il faut bien souligner un aspect très important des proverbes et qui est l'anonymat. Certes, cette caractéristique sécurise la parole individuelle en la fondant dans une revendication collective, mais accentuée contre toute attente son exposition, c'est ce que précise Meschonnic en disant que « paradoxalement, l'anonymat est la plus forte exposition du sujet. "Je" qui n'a d'existence que dans son anonymat, dans sa capacité de s'inscrire dans un ensemble qui le dépasse, celui du langage, et du dialogue qu'il instaure avec la communauté des sujets parlants ». Il ajoute que le « je » au visage anonyme devient le reflet de tous les autres visages, c'est l'échange et la rencontre, de soi à travers les autres ou des autres à travers soi.

5. La participation et le discours publicitaire

La parodie qui sollicite toujours la mémoire à long terme du public ; elle peut se référer à des énoncés sources d'origine commerciale. Une forme de recyclage des productions discursives investie dans les slogans participatifs des manifestants algériens. Plusieurs études se sont intéressées à la parodie du discours publicitaire et à ses dimensions iconiques et langagières comme celles de Jost (1985), Lopez Diaz (2006) et Bonhomme (2006). De notre côté, nous reviendrons sur l'aspect linguistique et pragmatique de ce mixage énonciatif du discours commercial et politique qui s'inspire initialement des référents culturels et linguistiques du peuple algérien. Pour ce faire, nous avons relevé plusieurs slogans dans lesquels les manifestants ont exporté des messages commerciaux, ce qui déclenche une lecture parodique du message politique qui prend forme d'« iconotexte » ou d'« hypotexte ».

Parmi les iconotextes où l'image s'associe au texte, les deux slogans : « *Vous êtes mal barrés, votre système nuit gravement à notre santé* » et « *Présidez avec modération* » où le détournement se fixe pour l'essentiel sur le texte ; tandis que l'image de la boîte de cigarette ou de la canette de boisson alcoolisée reste à l'arrière-plan du processus interdiscursif et apporte simplement un éclairage complémentaire. La transformation parodique s'opère sur deux niveaux : le nom du produit « *Malboro* », qui devient « *mal barré* », un calembour par substitution de sons ; et l'expression « *l'addiction nuit à votre santé* » qui est réécrite en remplaçant l'addiction par l'expression « *votre système* ».

Dans le deuxième slogan, «*présidez*» remplace «*consommez ou buvez*», une reconfiguration politique par analogie qui fait que le pouvoir devient pour les dirigeants algériens un produit de dépendance comme l'alcool ou la cigarette; une assuétude comportementale qui a fait que Napoléon lui-même reconnaît que «la manie de régner sur les esprits est la plus puissante de toutes les passions». La psychologie politique et la psychiatrie vont plus loin et parlent de pathologie et de syndrome, car la quête et l'exercice du pouvoir s'apparentent au parcours des individus qui développent une dépendance à une substance. La révision de la constitution, le prolongement des mandats et la postulation aux présidentielles malgré la contrainte de l'âge avancé du Président et sa santé qui vacille confirment cette obsession qui est allée jusqu'au coup de force entraînant sa destitution en avril 2019.

Plusieurs slogans reviennent sur cette monomanie en parodiant les fonctions délibératives et épideictiques du discours publicitaire de produits de marque comme Chanel ou Tefal. Dans le slogan «*Il n'y'a que Chanel pour faire le numéro 5*», on assiste à un détournement de l'éloge idéalisant l'un des parfums les plus célèbres au monde au moyen de la métaphore. Le rapprochement entre le régime politique et le produit de marque est ironique étant donné que le contexte impose un écart péjoratif assuré par la dimension évaluative de l'ironie. Les manifestants blâment ce pouvoir qui essaye d'imposer un cinquième mandat «Vous n'êtes pas Chanel, et vous ne le serez jamais» par un recours implicite à la subversion de la fonction épideictique du discours publicitaire. La parodie dans ce cas renverse la relation de confiance entre l'annonceur et les consommateurs pour ainsi dire le peuple et le pouvoir.

Dans les slogans «*Le peuple réclame une chaise présidentielle de marque Tefal pour que le nouveau président ne s'y colle pas*» ou «*j'ai testé ce régime et je n'ai pas maigri, alors je change de régime*», le caractère performatif de ces énoncés est exploité dans un objectif révolutionnaire induisant de la sorte un passage à l'action exprimée par les verbes «réclamer» et «changer». Le jeu de mots sous forme de palindrome «mégri/régime» où l'erreur au niveau du verbe est volontaire, ainsi que le calembour sémantique régime (référence diététique) et régime (système de gouvernance politique); engendrent une dévalorisation de la politique au profit de la valeur marchande, un point de vue soutenu par Bonhomme (2012) qui affirme que «la publicité discrédite le monde politique en se l'appropriant par ses hybridations».

Par ailleurs, le rapport analogique assuré par la métaphore entre la poêle de Tefal et la chaise présidentielle ne convertit pas seulement le poste de gouvernance en un produit de consommation mais renvoie à la propriété antiadhésive de cet ustensile pour rappeler que le pilier de la démocratie est la passation du pouvoir.

Certes, cette superposition parodique du discours contestataire et publicitaire remet en cause la crédibilité du politique en Algérie, mais elle permet d'actualiser le discours en acte, de transformer la réalité marchande en une communication militante qui fait du simple consommateur un citoyen engagé.

Conclusion

Dans cette contribution, nous avons essayé d'ouvrir une perspective sur les multiples articulations entre le discours humoristique et le pouvoir politique algérien. Dans notre étude, nous avons considéré l'humour comme une arme rhétorique de revendication pacifique qui tisse des rapports de complicité et d'exclusion entre les gouvernés et le pouvoir qui les gouverne.

À travers l'analyse de quelques slogans du Hirak en tant que «participations» combinant deux procédés discursifs : l'ironie et la parodie. Nous avons essayé de mettre en avant la charge subversive de la parodie et le potentiel de dérision de l'ironie qui ont permis au langage des manifestants de s'affirmer comme un outil de communication et un instrument de contestation. Dans l'ensemble des slogans qu'on vient de voir, la connotation discursive est née du décalage parodique entre deux pratiques discursives, appelées par Stéphanie Kunert «un dégenrage des codes» et qui a généré une dimension polyphonique et une signification exprimant un pouvoir d'agir créatif des minorités sociales au sein des rapports de pouvoir et de la domination symbolique (Kunert, 2015).

Ainsi, malgré la diversité de la pratique langagière et l'identité sociale des interlocuteurs, les Algériens parviennent à communiquer et à se mobiliser en s'appuyant sur tous leurs savoirs afin de disqualifier la langue de bois qui a monopolisé le discours politique et qui a servi pendant des décennies à leurrer et à manipuler le peuple. Leur union émane non seulement de leur vécu surtout, mais également de leur imaginaire collectif intimement lié à leur Histoire et à leur passé révolutionnaire.

Bibliographie

- Adam, J-M., Bonhomme M. 1997. *L'argumentation publicitaire*. Paris : Nathan. (Nouvelle édition en 2012 chez Armand Colin).
- Bakhtine, M. 1981. *Le principe dialogique*. Paris : Seuil.
- Berrendonner, A. 1982. *Éléments de pragmatique linguistique*. Éd. Minuit.
- Bonhomme, M. 2012. «Quand la publicité parodie le politique». *Mots*. Les langages du politique, n° 98. [En ligne] : URL : <http://journal.openedition.org/mots/20567> ; DOI : <http://doi.org/104000/mots.20567> [consulté le 20 juillet 2020].
- Charaudeau, P. 2006. «Des catégories pour l'humour?». *Revue Questions de communication* n° 10, Nancy, Ed. Presses Universitaires de Nancy. [En ligne] : URL : <http://www.patrick-charaudeau.com/Des-categories-pour-l-humour,93.html>. [consulté le 5 octobre 2019].
- Critchley, S. 2004. *De l'humour*. Paris : Kimé.

- Traini, C., Siméant J. 2009. « Introduction : pourquoi et comment sensibiliser à la cause? ». Paris : Presses de Science po.
- Dahak. B. 2018. *Les Algériens, le rire et politique de 1962 à nos jours*. Editions Frantz Fanon.
- Hutcheon, L. 1986. *A Theory of Parody*. London, Ed. Methuen.
- Khelladi, A. 1995. « Rire quand même : l'humour politique dans l'Algérie d'aujourd'hui ». *Revue du monde musulman et de la Méditerranée*, n° 77-78, *L'humour en Orient*. p. 225-237. [En ligne] : URL : www.persee.fr/doc/remmm_0997-1327_1995_num_77_1_1723 ; DOI : <https://doi.org/10.3406/remmm.1995.1723> [consulté le : 16 avril 2020].
- Kunert, S. 2015. « Dégenrer les codes : une pratique sémiotique de défigement ». *Semen*, n° 34. [En ligne] : URL : <http://journals.openedition.org/semen/9770> [consulté le 25 octobre 2019].
- Maingueneau, D. 2004. « Hyper énonciateur et parti citation ». *Langage*, n° 156, Ed. Larousse, p.111-126.
- Mechionnic. H. 2009. *Critique du rythme, Anthropologie historique du langage*. ED. Poche.
- Perrin, L. 1996. *L'ironie mise en trope : du sens des énoncés hyperboliques et ironiques*. Paris : Kimé.
- Perrin. L. 2012. « L'énonciation des proverbes », La parole exemplaire. Introduction à une étude linguistique des proverbes. In : *Dialogisme et polyphonie*. Armand Colin.
- Sperber, D, Wilson. D. 1978. « Les ironies comme mention ». *Poétique*, n° 36, p. 399-412.
- Vaillant. A. 2016. *La civilisation du rire*. Paris : CNRS.
- Taylor, A-C. 2013. « Pierre Clastres et la dérision du pouvoir chez les Indiens : un commentaire ». *Terrain* [En ligne], 61. URL : <http://journals.openedition.org/terrain/15203> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/terrain.15203> [consulté le 15 mars 2021].