

**Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université de Belhadj Bouchaib - Ain Témouchent
Faculté des Lettres, Langues et Sciences Sociales
Département des Lettres et langue française**

Mémoire de fin d'étude en vue d'obtention de master

En Langue française

Spécialité sciences du langage

Intitulé :

**Analyse plurielle du phénomène du Plurilinguisme
dans les slogans des pancartes des manifestations des
étudiants de sciences médicales en Algérie.2024.**

**Présenté par l'étudiante
BELKADOUMA IBTIHAL**

**Sous la direction de
LACHACHI AMINA**

Membres du jury

Nom et Prénom	Grade	
Dr. BENBASSAL Souad	MCB	Présidente
Dr. LACHACHI AMINA	MCA	Encadrante
Dr. MERBOUH Hadjer	Pr	Examinatrice.

Année universitaire 2024/2025

\$

Remerciements

Je remercie en premier lieu Dieu tout puissant de m'avoir accordé la puissance et la volonté pour achever ce travail.

Tout d'abord ce travail ne serait pas aussi riche et n'aurait pas pu voir le jour sans l'aide et l'encadrement du docteur : LACHACHI Amina que je remercie pour la qualité de son encadrement exceptionnel, sa patience et sa disponibilité ainsi que sa rigueur durant notre parcours pour la préparation de ce travail de qualité.

Je tiens aussi à remercier les membres de jury Pr Merbouh et Dre Benbassal qui nous ont fait l'honneur d'examiner ce travail.

Enfin, je réitère mes remerciements à ceux qui m'ont aidée de près ou de loin pour réaliser ce travail sans oublier les enseignants pour leur générosité et la grande patience dont ils ont su faire preuve malgré leurs charges académiques et professionnelles et qui ont contribué à la réussite de mon cursus universitaire.

Dédicaces

Au nom de DIEU, le tout miséricordieux Je dédie ce modeste travail :

A ma mère, Mon paradis sur terre, Ma joie, Ma raison de vivre qui m'a accompagnée durant les moments les plus rudes de ce long parcours de mon éducation.

A mon père, Mon amour, Ma force, celui qui a sacrifié sa vie afin de me voir grandir et réussir dans le parcours d'enseignement.

Que Dieu me les garde.

A mes chères sœurs Aucun mot, aucun signe ne pourront décrire votre implication dans mon épanouissement.

A ma petite Princesse ma nièce ; Tasnîm, à Mon ange mon neveu wassîm signe d'innocence.

A toutes mes amies, en témoignage de l'amitié sincère et du soutien inébranlable que vous m'avez apporté.

À ceux qui n'ont pas cessé de me tendre leurs mains ; contribué de près ou de loin pour que ce mémoire soit possible.

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES.....	I
LISTE DES FIGURES	IV
LISTE DES TABLEAUX.....	V
Introduction Générale	1
Chapitre I :	
élément théorique et conceptuel.	
Introduction partielle	6
1. Bref historique sur les manifestations des étudiants de science médicale en Algérie	6
2. A propos du slogan.....	9
2.1. Les Types des slogans :	12
2.1.1. Le slogan publicitaire	12
2.1.2. Le slogan politique	13
2.1.3. Le slogan révolutionnaire.....	13
2.2. Les caractéristiques du slogan :	14
2.2.1. Les slogans scandés et les slogans écrits.....	14
2.2.2. La concision	14
2.2.3. Le rythme, la rime et l'assonance	15
2.2.4. La diffusion	15
2.2.5. La narration d'une histoire	15
2.2.6. L'anonymat du slogan.....	15
2.2.7. L'esprit humoristique du slogan.....	16
2.2.8. L'actualité du slogan	16

2.2.9. La dépendance et l'indépendance sémantique	16
2.2.10. Le plurilinguisme :	16
2.3. Le choix de la langue du slogan	17
3. Le rôle identitaire de la langue	17
4. La situation sociolinguistique en Algérie	18
5. Le statut des langues présentes en Algérie	18
5.1. La langue arabe.....	19
5.2. La langue Française :.....	20
5.3. La langue anglaise :.....	21
6. Analyse de la présence des langues.....	21
7. Initiation au contact des langues et ses phénomènes .. Erreur ! Signet non défini.	
7.1. Contact de langues.....	26
7.2. Phénomènes issues de situation du contact des langues.....	27
7.2.1. Le Bilinguisme	27
7.2.2. Le plurilinguisme	28
7.2.3. L'alternance codique :.....	28
Conclusion partielle	29

Chapitre II :

Communication et analyse des slogans dans les pancartes des manifestations

Introduction partielle :	32
1. Analyse des pancartes :	32
2. Synthèse générale des slogans :.....	46
2.1. La communication révolutionnaire.....	46
2.1.1. Les fonctions de la communication.....	47
2.1.2. Les types de communication.....	47

2.1.3. Le message d'une communication révolutionnaire.....	47
2.1.4. Le schéma de communication.....	48
Conclusion partielle	54
Conclusion générale.....	55
Références bibliographique	55
Annexe.....	55

LISTE DES FIGURES

Figure 1 Représentation graphique des langues en présence dans les slogans	25
Figure 2 Le schéma de communication.....	49
Figure 3 la solidarité des étudiants.....	51

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 Les langues utilisées dans les slogans	24
Tableau 2 Taux de présence des langues	25
Tableau 3 Pourcentage des langues en alternance.....	29

Introduction

Générale

Le monde que nous connaissons aujourd'hui est plurilingue, les langues y vivent et changent au contact des autres. Le plurilinguisme est souvent dû à plusieurs facteurs comme la multiplication des échanges entre les peuples, les communautés, les pays, la colonisation mais aussi à l'ère de la mondialisation, les langues n'ont pas de frontières.

En effet, la situation linguistique en Algérie s'avère complexe et plurilingue, et ce, avec la présence et coexistence de plusieurs langues au sein d'une seule communauté. La naissance d'une langue métissée dans ce pays est due à son histoire, à ses colonisations ainsi qu'à sa politique linguistique. En effet, il en résulte de ce mixage, un environnement où coexistent l'arabe et le berbère, l'arabe dialectal connu sous le nom de « Darija » mais aussi le français et l'anglais.

Dans une société comme l'Algérie où plusieurs langues sont en contact, de nombreux facteurs d'ordre socio-historique, politique et culturel ont conduit à l'émergence du plurilinguisme. Il est important de ne pas perdre de vue que cette hétérogénéité linguistique et culturelle est étroitement liée à une hétérogénéité sociale et ethnique de la société algérienne.

C'est pourquoi l'Algérie représente une situation linguistique problématique puisqu'elle représente le lieu où cohabitent et coexistent plusieurs langues. Raison pour laquelle ce pays riche en culture et histoire fait objet d'une source inépuisable d'interrogations et de recherches dans un contexte sociolinguistique pour abriter l'étude du plurilinguisme.

Aujourd'hui, nous constatons clairement la présence de ce contact de langues dans la vie quotidienne des Algériens, nous avons remarqué la présence de plusieurs langues dans diverses situations. Celle qui nous a le plus attirée est en effet une situation particulière qui a bouleversé le pays. Il s'agit des manifestations menées par les algériens que nous considérons comme un terrain favorable à l'observation ainsi qu'à l'étude du phénomène du plurilinguisme.

Notre sujet de recherche intitulé « Analyse sociolinguistique du phénomène du

Plurilinguisme dans les slogans des pancartes des manifestations des étudiants de médecine en Algérie », s'inscrit dans le cadre de la sociolinguistique qui s'intéresse à l'étude du langage dans son contexte social.

Cette recherche porte sur une « analyse sociolinguistique » et traite la présence du plurilinguisme dans les slogans des pancartes des manifestations des étudiants inscrits en médecine en Algérie. C'est ainsi que nous comptons décortiquer et analyser le plurilinguisme

présenté dans les différents slogans sur les pancartes scandées par les manifestants. Elles s'étendent à travers tout le pays, avec des milliers d'étudiants algériens, en blouses blanches, réunis devant leurs facultés pour dénoncer leurs conditions de travail.

Le thème de recherche que nous allons étudier est le résultat d'une réflexion sur les manifestations qui sont devenues une réalité qui ne peut être négligée parce qu'elle était le seul moyen pour eux d'exprimer ce qu'ils voulaient. La pluralité des langues Utilisées dans les slogans des manifestations a éveillé notre curiosité d'élucider les spécificités de ces dernières. Mais aussi, le fait de vouloir aborder un thème d'actualité nous tenait à cœur.

Dans notre travail de mémoire, nous tenterons de répondre à la question principale, qui est la suivante: Comment le plurilinguisme se manifeste-t-il à travers les slogans présentés dans les pancartes des étudiants de médecine en Algérie ? ce qui nous pousse à nous poser ces questionnements:

- Sous quelles formes apparaît le plurilinguisme dans les pancartes de manifestants?
- Comment peut il être vecteur d'un message et déterminer le sort de ces manifestants?

Pour mieux comprendre et cerner l'objet de notre recherche et afin de répondre à notre problématique de départ, nous avons formulé les hypothèses suivantes auxquelles nous allons tenter d'apporter des confirmations ou des infirmations à la fin de notre travail:

- Les pancartes plurilingues contribueraient à déterminer la diversité linguistique en Algérie .
- L'usage du plurilinguisme dans les slogans présents sur les pancartes unifierait le message des manifestants en tant que moyen de communication fort et efficace.

Notre corpus est composé de 25 slogans issus de différentes manifestations qui ont touché les facultés de médecine et les hôpitaux universitaires d'Algérie pour protester contre le taux de chômage élevé et les conditions difficiles d'exercice de la profession. Notre choix de corpus est lié directement à l'objectif même de l'étude et à sa problématique. Quant au choix des manifestations des étudiants de sciences médicales en Algérie comme terrain de recherche, c'est parce qu'il est un fait d'actualité, un mouvement récent qui concerne toute une diversité culturelle, linguistique et même idéologique.

Notre objectif principal est de déterminer comment les pancartes plurilingues contribuent à faire passer le message prenant en charge les revendications des manifestants en Algérie, et ce, d'une manière globale.

Pour pouvoir acheminer notre rédaction, notre plan reposera sur deux axes pertinents. Dès lors, notre travail de recherche sera scindé en deux chapitres, l'un se chargera du volet théorique ainsi que de l'étude du corpus en termes de langues et l'autre prendra en charge une démarche analytique du corpus.

Entre autres, le premier chapitre sera consacré à la définition de quelques concepts d'ordre méthodologique et la présentation du corpus. L'idée est de mener une enquête sociolinguistique sur le terrain des manifestations des étudiants de sciences médicale de différentes facultés algériennes pour y ficeler les langues utilisées sur les pancartes. Dès lors nous y présenterons la situation sociolinguistique en Algérie et les différentes langues en usage dans le contexte algérien.

Dans le deuxième chapitre nous allons Cela sera suivi d'une définition de la notion du contact des langues et finira par les phénomènes issus de cette interaction linguistique. Notre partie théorique, qui s'intitule : « Cadre méthodologique et analyse du corpus » sera réservé à l'analyse du corpus : un ensemble de pancartes plurilingues collectées au niveau de ces manifestations.

En outre ; «La place de la communication dans les manifestations algériennes», sera réservé à la définition de quelques concepts clés qui sont en relation avec notre thème de recherche (manifestation, communication, slogans, pancartes, etc.).

Chapitre I :

**Cadre conceptuel : Le slogan et situation
sociolinguistique en Algérie**

Introduction partielle

Dans ce premier chapitre, nous tenterons de mettre en exergue les concepts clés relatifs aux manifestations. Ceci se fera en explorant les définitions de ces derniers. Nous nous focaliserons sur la notion de Slogan et ses usages. Ce qui nous conduira à présenter notre corpus et à entamer son analyse. Cette étape nous permettra également de détecter la présence de plusieurs langues dans les slogans des manifestations estudiantines et d'en étudier leur fréquence. Nous évoquerons dès lors la notion de bilinguisme dans le contexte de contact de ces langues en question, ce qui nous permettra de répertorier leurs cadences sur les pancartes des manifestants.

1. Bref historique sur les manifestations des étudiants de science médicale en Algérie

Une mobilisation importante a lieu depuis octobre 2024 en Algérie ; celle des étudiants en médecine. Un événement captivant qui s'étend à travers tout le pays, en commençant par les grandes villes telles qu' Alger ,Oran ,Tlemcen ,Bejaïa ,Batna ,Annaba ,Constantine et d'autres villes. Plusieurs vidéos et photos circulent sur les réseaux sociaux montrant des milliers d'étudiants algériens en blouses blanches, postés devant leurs facultés, brandissant des affiches et des pancartes pour dénoncer les conditions dans lesquelles ils travaillent.

Nous assistons à une Grève générale des étudiants en médecine où les revendications sont motivées par des raisons plausibles. Les étudiants en sciences médicales ont initié ce mouvement suite à une accumulation de frustrations liées aux conditions déplorables de formations, aux faibles perspectives d'emploi, ainsi qu'à la précarité des bourses et des stages.

À travers cette mobilisation, ils visent à obtenir des réformes substantielles qui garantiraient un meilleur encadrement, des conditions de travail décentes et un avenir professionnel plus prometteur.

De nouvelles mesures compensatoires sont annoncées par le ministre suite aux mouvements de protestation des étudiants en sciences médicales. Le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique a annoncé une série de nouvelles mesures visant à améliorer leurs conditions d'études et de travail.

Ces décisions, fruits de plusieurs réunions entre le ministère, les représentants des étudiants, les doyens de facultés ainsi que les partenaires sociaux, ont été officialisées dans une circulaire adressée aux recteurs des universités. En conséquence, le ministère a décidé de mettre en œuvre plusieurs mesures, dont l'augmentation des bourses à partir de l'année 2025.

Dans le même contexte, la même correspondance a révélé que le ministère de la Santé a pris la décision d'augmenter considérablement le nombre de postes destinés au recrutement des médecins, pharmaciens et chirurgiens-dentistes au niveau des structures de santé publique à partir de 2025.

Cela permettra d'absorber la demande d'emploi des diplômés en sciences médicales qui ne disposent pas d'emplois permanents, car il s'agissait d'une demande essentielle des étudiants protestataires qui avaient brandi des slogans pour exiger l'emploi et dénoncer le spectre du chômage parmi les diplômés en sciences médicales. Enfin, le ministère a précisé les conditions d'accès aux études médicales spécialisées, en particulier en ce qui concerne les délais de renonciation à un poste et les critères de sélection.

Ces pancartes observées lors des manifestations, jouent un rôle central qui se résumerait dans une avancée significative dans la résolution des revendications des étudiants en sciences médicales, qui avaient mené des actions de protestation pour dénoncer leurs conditions de vie et d'études, ainsi que les difficultés d'insertion professionnelle.

Comment peut-on définir une manifestation ?

«Rassemblement, défilé de personnes, organisé, en un lieu donné, sur la voie publique, ayant un caractère revendicatif ou symbolique». (Larousse, 1990, , p. 556)

Elle désigne un déplacement collectif, sous forme de défilé d'un point à un autre, qui met au jour des demandes sociales plus ou moins précises, souvent des revendications de nature politique, aussi bien qu'une action statique dans un espace public que l'on appelle normalement «rassemblement».

➤ Le sit-in :

Il s'agit d'une nouvelle technique de protestation. Il est souvent une manifestation pacifique. Il consiste à organiser des sit-in devant des établissements étatiques et d'occuper la voie publique. Il a pour objectif de réclamer des droits et des revendications légitimes.

➤ **Les grèves :**

La grève est une action qui signifie : «cessation volontaire et collective du travail décidée par des salariés ou par des personnes ayant des intérêts communs, pour des raisons économiques ou politiques». (A. Rey & H. Cottez,, 1998, p. 627)

Cette technique de protestation a touché plusieurs secteurs socioprofessionnels durant ces manifestations . Les principaux mouvements grévistes qui ont le plus marqués: c'est les grèves estudiantines qui ont été lancées dans les différentes universités du pays .

L'importance d'une pancarte de manifestations

Une pancarte de manifestation est bien plus qu'un simple morceau de carton. Elle incarne une lutte, des revendications et des espoirs. Lors des manifestations, cette affiche sert à attirer l'attention, à transmettre un message fort mais aussi à créer une identité collective. C'est ainsi que ce code sémantique acquière une importance significative dans la mesure que ce dernier opère comme moyen d'expression et de communication.

La pancarte de manifestation permet aux manifestantes de faire entendre leur voix de manière créative. Chaque pancarte est une œuvre d'art en soi, un moyen d'exprimer des idées et des sentiments qui peuvent souvent être difficiles à verbaliser. que ce soit un slogan percutant ou une illustration évocatrice, chaque pancarte a un message clair et marquant. Ces affiches jouent un rôle crucial en dénonçant des injustices, en s'exprimant visuellement, les manifestants peuvent toucher des cœurs et éveiller des consciences.

La créativité est un élément clé d'une pancarte de manifestation. Des artistes, graphistes et même des amateurs unissent leurs talents pour concevoir des messages percutants. Les jeux de mots, les dessins humoristiques et les mises en scène visuelles rendent cette pancarte mémorable. Certaines d'entre elles deviennent emblématiques, circulant sur les réseaux sociaux et inspirants d'autres mouvements à travers le monde. Par exemple, des pancartes représentant des symboles de la culture populaire, comme des personnages de films ou des références musicales, aident à établir un lien avec un public plus large, rendant les messages encore plus accessibles.

La pancarte de manifestation ne se limite pas à relayer un message ; elle est un puissant outil de mobilisation. Lorsqu'une personne tient une pancarte, elle se positionne comme actrice de la lutte pour l'égalité. Ce symbole visible peut renforcer le sentiment d'appartenance à un

mouvement. De plus, la pancarte incite d'autres à rejoindre le combat, à poser des questions et à s'informer. En tenant ces pancartes, on crée un espace où l'échange d'idées et la solidarité se manifestent.

Elle illustre également la diversité des luttes. Les manifestations abordent des sujets variés. Cette pluralité de revendications montre que chaque pancarte peut aborder une question spécifique, tout en s'inscrivant dans un cadre plus large de lutte pour l'égalité et la justice sociale. Cela renforce la notion que chaque voix compte et que chaque combat est interconnecté ce qui permet entre autres la diversité des revendications dans des cadres spécifiques.

Le pouvoir d'une pancarte de manifestation réside dans sa capacité à créer un impact médiatique. Les images de manifestations avec des pancartes puissantes font souvent le tour des médias, amplifiant les messages et les luttes.

En cette ère numérique, les réseaux sociaux jouent un rôle pertinent. Des images de pancartes deviennent virales, touchant un public encore plus large et suscitant des discussions sur des sujets importants. Ce partage permet de sensibiliser le grand public et d'alimenter le débat sur des enjeux cruciaux. C'est aussi grâce à cette visibilité et au pouvoir de l'image que ces pancartes deviennent des outils de communication à part entière. Ainsi son impact et sa visibilité s'associent pour faire de la pancarte de manifestation un élément clé pour faire passer son message et atteindre les esprits.

La pancarte de manifestation est également une source d'inspiration pour de nombreuses personnes. Les slogans et les illustrations peuvent inciter à l'action, à la réflexion et à l'engagement. Elles rappellent à chacun que la lutte pour l'égalité est loin d'être terminée et que chaque effort compte. De plus, elles encouragent les jeunes générations à s'impliquer dans le mouvement, à créer leurs propres pancartes et à prendre la parole pour défendre leurs droits.

2. A propos du slogan

Le terme "slogan" a été déjà traité par plusieurs chercheurs parmi eux nous citons Olivier REBOUL, B.N. GRUNIG et M. J. JAUBERT. Ce dernier existe dans différentes langues et cultures.

Afin de proposer une définition plus compréhensible et explicite de ce terme, nous appuyons sur des dictionnaires linguistiques qui déterminent l'étymologie de l'origine jusqu'aujourd'hui avec ses évolutions.

Le terme slogan est employé pour la première fois en 1513 et il arrive à la langue française via l'anglais, précisément de gaélique écossais *sluagh-gairm*. Au départ, il venait de l'anglais "*slogorn*" et il est devenu plus tard "*slogan*". Le terme «*sluagh-gairm*» se compose de deux parties : "*sluagh*" qui signifie «armée, guerre».

La deuxième composante : "*ghairm*" qui signifie «pleurer, crier». *sluagh-ghairm* désigne «le cri de guerre» ou le ralliement de troupes écossaises. Au cours du temps, il change en "*sluggorn*", "*slughorn*" et puis "*slogorn*", à nos jours il se transforme en "*slogan*".

Le sens initial du mot a évolué au fil du temps et a pris de nouvelles significations. Au début, le slogan indique : une arme de guerre qui donne aux guerriers la force, le courage et l'exaltation. Plus tard, il a été utilisé comme une devise ou une expression employée par un groupe pour attirer l'attention en 1704.

Ce mot est apparu en français pour la première fois dans le Dictionnaire de l'Académie française en 1842.

En 1916, il a pris le sens d'une formule de ralliement d'un parti. Ensuite, en 1928, les américains l'ont utilisé dans le sens de formule publicitaire. Depuis 1932, il est utilisé dans le domaine de la politique et défini comme une formule de propagande politique. En France, la signification de ce terme a évolué depuis 1981.

Le concept "*slogan*" a connu plusieurs définitions, on élaborant quelques-unes :

Commençons par la définition la plus globale, qui est la suivante : Le slogan peut se définir comme : «Une phrase percutante, incisive, qui véhicule un message dont l'essence est résumée en quelques mots. Il est court par nature, dans le but de s'ancrer dans les esprits efficacement».

D'après le Trésor de la langue Française informatisé (TLFI), le mot slogan est défini comme : «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».

De son côté, Olivier REBOUL aborde le terme slogan dans son livre intitulé *Le slogan* (1975). Il déclare :

«J'appelle slogan une formule concise et frappante, facilement repérable,

Polémique et le plus souvent anonyme, destinée à faire agir les masses tant Par son style que par l'élément d'autojustification passionnelle ou rationnelle, qu'elle comporte : comme le pouvoir d'incitation du slogan excède toujours son sens explicite, le terme est plus ou moins péjoratif».¹

Alors que Marie Jose JAUBERT propose dans la préface de son livre *Slogan, mon amour* une conception du slogan ; qui prévoit l'idée suivante : «Ce doit être une formule courte, facile à retenir, si possible pourvue d'un rythme interne, de rimes et d'allitérations». (Jaubert, 1985, p. 10)

Robert DENTON constate qu' : «Il s'agit généralement d'une simplification et d'un résumé d'idées, de situations ou d'idéologies complexes afin que l'accent soit mis sur un de leurs aspects particuliers et que l'attention y soit attirée»²

Les définitions ci-dessus nous montrent que le slogan est une expression brève et significative portant un sens explicite ou implicite, il est utilisé pour avertir d'un danger, informer des changements et persuader les gens afin de suivre ou de changer une situation. Donc, il comporte une dimension interpellative qui vise constamment à faire agir ou réagir. En bref, le slogan est un outil d'échange et de communication à valeur informative.

Le slogan et le genre énonciatif

Le terme de discours est issu du latin *discurus*. Celui-ci désigne généralement une production orale ou une production écrite. Selon plusieurs linguistes, l'objectif de tout discours est de transmettre un message du (es) locuteur (es) à son interlocuteur à propos d'un sujet pour énoncer, informer, décrire, argumenter, raconter, etc.

Dans son Dictionnaire de linguistique, Jean Dubois donne deux définitions du discours : «Le discours est le langage mis en action, la langue assumée par le sujet parlant». (J. Dubois, 2001, p. 150)

¹ F. Lefeuve, *Le genre bref: Des contraintes grammaticales, lexicales et énonciatives à une exploitation*, 2019, p. 193

² Geneviève Bernard Barbeau, «Reprise, reformulation et réappropriation : les traces de discours antérieurs dans les slogans écrits du printemps érable », *Pratiques*, [En ligne] : <http://journals.openedition.org/pratiques/3258>,

Et il admet que : «le discours est une unité égale ou supérieure à la phrase ; il est constitué par une suite formant un message ayant un commencement et une clôture». (J. Dubois, 2001)

En l'occurrence, Benveniste (1966) a défini le discours comme «toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur et chez le premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière».³

Ces définitions nous apprennent que le discours est la réalisation orale ou écrite de la langue sous forme de mots et de phrases utilisés dans une situation déterminée par un sujet transphrastique ayant un début et une fin.

Selon Charaudeau, le discours s'organise autour de plusieurs modes qui sont autant de «principes d'organisation de la matière linguistique, principes qui dépendent de la finalité communicative que se donne le sujet parlant. Ces modes d'organisation du discours peuvent être regroupés en quatre: l'énonciatif, le descriptif, le narratif et l'argumentatif». (Robert, 2008, p. 72)

Nous considérons les slogans qui constituent notre corpus comme un discours énonciatif du fait que les manifestants y recourent pour énoncer leur mouvement populaire. Il établit un rapport d'influence entre le destinataire et le destinataire où le premier agit sur le deuxième. L'annonceur peut prendre l'un des deux rôles langagiers en s'adressant à son interlocuteur à savoir celui de supériorité dans le cas de l'exécution d'une action, désignant un rapport de force ou d'infériorité dans le cas d'une demande d'information. Il s'agit d'établir un rapport de demandes. Ces rapports d'influence sont introduits par un ensemble de catégories de la langue (interpellation, injonction, avertissement, requête,...).

2.1. Les Types des slogans :

Les spécialistes distinguent trois types de slogans, le slogan publicitaire, le slogan politique et le slogan révolutionnaire.

2.1.1. Le slogan publicitaire

Dans la publicité, comme dans le domaine de la politique, le slogan est généralement court et percutant pour s'ancrer rapidement dans les esprits. Par rapport au domaine publicitaire,

³ I. Hamza, La révolution du 25 janvier 2011 et la presse écrite égyptienne, Editions Universitaires Européennes, Allemagne, 2016, p. 9

Le Grand Dictionnaire Terminologique (GDT) définit le slogan comme : «formule brève, incisive et facilement mémorisée, qui condense un message publicitaire, on résume le thème et évoque le nom de la firme ou de la marque».⁴

Ce type de slogan se caractérise par une formule concise et percutante qui a comme but d'être retenue facilement et de persuader la clientèle. Il est diffusé par une entreprise ou une marque pour promouvoir un produit. C'est un mariage entre le slogan et la publicité. Cette courte expression résume des informations descriptives et persuasives, facilite la mémorisation, et synthétise les qualités du produit ou de la marque. Il a pour objectif d'attirer l'attention et l'intérêt des consommateurs.

2.1.2. Le slogan politique

Le slogan politique s'inspire largement de la publicité dans ses méthodes et ses techniques. GAGNON David définit le slogan, il constate que : «le slogan politique se veut la synthèse absolue du programme d'un parti au moment précis de la campagne électorale». (Gagnon, 2009, pp. 58-60)

Alors que, CHARAUDEAU, P. et MAINGUENEAU, D. estiment que : «Le slogan, qu'il soit publicitaire ou politique, condense le discours en un noyau thématique, une formule ramassée, rythmée à des fins mnémoniques et pragmatique, visant à mobiliser et à pousser à l'action»⁵.

Lors des élections, les candidats utilisent des slogans pour résumer leur perspective idéologique.

2.1.3. Le slogan révolutionnaire

Le slogan révolutionnaire est un sous-genre particulier du slogan politique. A travers le slogan révolutionnaire, les gens annoncent leurs revendications et réclamations et demandent le changement d'une situation. Il se caractérise par son contexte discursif spécifique de révolution. Il peut être imprimé sur une banderole ou représenté par un graffiti et un chant patriotique, etc.

⁴ Grand dictionnaire terminologique, [en ligne] : <http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/Resultat.aspx>

⁵ M. I. Lorenztti, M. Degani, P. Frassi, «The languages of politics/ La politique et ses langages», *Carnets de lecture*, n°33, Vol 2, 2016, p. p. 123-130, [en ligne] : <http://journals.openedition.org/asp/5029>,

Ce type d'énoncé est défini par GRINSHPUN comme : «L'ensemble des énoncés verbaux scandés par les manifestants ou inscrits sur les banderoles ou les affichettes».⁶

Ce slogan exprime la révolte d'un peuple contre un système mais encore; leur état d'âme. Il est important de signaler qu'il constitue le point charnière de notre recherche.

2.2. Les caractéristiques du slogan :

A partir des différentes définitions précédentes et selon les slogans collectés de notre corpus, il nous convient de mettre en œuvre tout son art afin d'influencer le destinataire, de changer une situation et d'attirer son attention. Ceci dit, le langage du slogan a des caractéristiques spécifiques que nous représentons comme suit:

2.2.1. Les slogans scandés et les slogans écrits

Nous distinguons deux types de slogans selon leurs supports physiques : ce sont les slogans scandés et les slogans écrits. Les premiers sont prononcés en marquant le rythme et l'assonance ; ils sont scandés d'une manière collective et répétée. Les seconds sont scripturaux et ils sont écrits sur différents dispositifs matériels tels que la pancarte, la banderole, l'affichette, etc.

2.2.2. La concision

Les définitions du slogan montrent que tous les slogans se ressemblent par le critère de concision. Ils doivent être une expression concise. REBOUL a parlé de cette caractéristique, il dit à ce sujet qu' : «Il s'agit d'un pouvoir spécifique. Pour le comprendre, revenons à l'un des termes de la définition du slogan : sa concision. Elle lui est essentielle». (Reboul, 1975, p. 48)

La concision rend le slogan facile à retenir par son récepteur. La longueur moyenne du slogan est aux alentours de quatre mots, elle excède rarement les huit mots et parfois elle est limitée et réduite à un seul mot.

De ce fait, le slogan doit être déclinable (pas trop long) afin de lui donner une grande visibilité et un ton musical adéquat.

⁶ Y. Safwat, «L'écriture de la transgression dans le cas d'un processus révolutionnaire», *Communication et langage*, n° 188,2016, p. p. 3-22, [en ligne] : <https://www.cairn.info/revue-communication-etlangages1-2016-2-page-3.htm>,

2.2.3. Le rythme, la rime et l'assonance

Le slogan est aussi une formule qui se caractérise par son style d'énonciation dont la rime et le rythme et l'assonance sont des traits essentiels ; qui comportent des énoncés à fonction poétique dominante. Domínguez, F. explique davantage les composantes esthétiques du slogan, il constate que :

Une formule frappante nous transporte à l'impact du slogan, à son style. Il s'agit de l'enveloppe formelle du slogan ou de ce que le linguiste Roman JAKOBSON appelait sa fonction poétique, parce qu'elle met l'accent sur la rime, l'assonance, le rythme, le parallélisme, etc. Lorsqu'il se présente comme une réussite verbale qui fait plaisir, le slogan prédispose en faveur de ce qu'il défend⁷

2.2.4. La diffusion

Pour rendre le slogan comme moyen efficace de réclamation et pour parvenir à changer le cours des décisions gouvernementales, il est préférable de canaliser et diffuser les slogans à travers les médias. En d'autres termes, les médias peuvent faire agir le plus grand nombre de gens, car ils constituent le canal primordial pour transmettre le message des manifestants au système politique.

2.2.5. La narration d'une histoire

Il s'inspire le plus possible de la réalité, de l'histoire d'un événement historique qui a un effet durable sur un lieu, une personne, un événement ou un produit.

2.2.6. L'anonymat du slogan

Généralement, le slogan est une formule anonyme dans le mesure où nous ne pouvons pas connaître ni son destinataire ni son destinataire. Ils ne sont ni spécifiés ni explicités⁸. **Source spécifiée non valide.** Toutefois, cette caractéristique n'empêche pas que les slogans soient reformulés suivant le critère de la clarté et la précision des messages. A son tour, le destinataire est reconnu implicitement et son destinataire est bien déterminé.

⁷ F. Navarro Domínguez, «La rhétorique du slogan : cliché, idéologie et communication», *Bulletin Hispanique*, n° 1, 2005, p. p. 265-282, [en ligne] : https://www.persee.fr/doc/hispa_0007-4640_2005_num_107_1_5231#,

2.2.7. L'esprit humoristique du slogan

Dans une situation révolutionnaire, les protestataires ont recours à l'humour pour dédramatiser les situations et pour faire passer leur message. Cette dimension humoristique est transmise par un certain nombre de slogans et des dessins ou caricatures qui font sourire ou rire. Donc, le recours à l'ironie même dans les situations sérieuses a pour but de faciliter la transmission du message.

2.2.8. L'actualité du slogan

Les slogans et les pancartes s'adaptent à l'actualité qui anime la scène.

En principe, ils sont inspirés des différents événements. Au fil des événements et de leur évolution dans le temps, les adversaires créent des slogans qui correspondent aux événements infiniment variés et de nouveaux écriteaux viennent s'agréger au long répertoire déjà existant. Les slogans se démarquent par l'expression de différents besoins et des revendications politiques et sociales.

2.2.9. La dépendance et l'indépendance sémantique

D'une manière générale, les slogans d'une révolution sont certainement détachés de leur contexte d'énonciation. Certains slogans sont extrapolés parce qu'ils peuvent être soulevés ou scandés dans n'importe quelle situation de mouvement de protestation ou de révolution par toute une population et une société. Cependant, d'autres slogans se réfèrent à un contexte spécifique où nous pouvons déterminer contre qui le slogan a été soulevé ou scandé et nous pouvons aussi le contextualiser.

Cela n'empêche pas que certains énoncés soient utilisés comme slogan révolutionnaire, alors que le même slogan peut être utilisé comme une simple demande ou une devise dans un autre cadre énonciatif ou un contexte de communication ordinaire. C'est ce que nous appelons l'autonomie sémantique.

2.2.10. Le plurilinguisme :

Les slogans révolutionnaires algériens sont plurilingues, se manifestent en différentes langues à savoir : l'arabe classique, l'arabe dialectal dite régionale qui se diffère d'une région à l'autre, le berbère avec ces différentes variétés, et le français ; l'anglais ...

D'après notre étude, nous pouvons dire que le slogan est une formule concise et frappante qui aide à transmettre un message afin de changer une situation et pour persuader les autres.

2.3. Le choix de la langue du slogan

Pour connaître l'importance de la langue dans les slogans, il faut d'abord la définir :

Pour Marinet, une langue est :

« Un instrument de communication selon lequel l'expérience humaine s'analyse, différemment dans chaque communauté (...), en unités douées d'un contexte sémantique et d'une expression phonique ; les monèmes ; cette expression phonique s'articule à son tour en unités distinctives et successives, les phonèmes, en nombre déterminé dans chaque langue, dont la nature et les rapports mutuels diffèrent eux d'une langue à l'autre ». (MARTINET, 1974, p. 20)

La langue est donc un système de signes complexe qui permet de communiquer entre les individus et cela s'applique au sujet de notre recherche.

Le choix de la langue dans un support scandé dans les manifestations algériennes est très important et joue un rôle primordiale, le rôle de la langue ici n'est pas seulement transmettre l'information mais aussi l'expression des émotions, les sentiments.

Donc le choix de la langue est considéré comme un élément fondamental pour bien transmettre un message souhaité à un public visé.

3. Le rôle identitaire de la langue

Chaque individu a une affinité qui l'attire vers sa langue et ses racines car les langues et variétés des langues sont un moyen d'exprimer et de reconnaître les nombreuses identités sociales des individus. La langue constitue une composante primordiale chez l'individu et dans une communauté entière.

La langue est l'empreinte de son locuteur. Elle lui permet d'exprimer son appartenance ethnique et linguistique, car « L'identité linguistique est liée de prime abord à celle de communauté linguistique... On parle de l'identité linguistique surtout dans la mesure où le langage du locuteur révèle son appartenance à un groupe. » (Moreau, 1997, pp. 105-106)

Cette identité linguistique en parallèle, définit le rôle identitaire que joue la langue.

De ce fait, elle ne peut uniquement se limiter en un simple moyen de communication : elle est en rapport constant avec la communauté où elle existe.

4. La situation sociolinguistique en Algérie

La sociolinguistique est une branche de la linguistique qui a principalement pour objectif d'étudier les rapports entre les deux variables : la langue et la société. L'Algérie a été un carrefour de civilisation et un lieu de brassage sociolinguistique. Ceci a donné naissance à une situation sociolinguistique complexe.

A partir de l'indépendance en 1962, l'Algérie est marquée par la présence de diverses langues. De ce fait, les études sociolinguistiques ont montré que l'Algérie est un véritable pays de diversité linguistique où cohabitent plusieurs langues et variétés de langues : l'arabe standard qui est la langue nationale et officielle de l'Etat, l'arabe dialectal pratiqué par la majorité des locuteurs algériens, la langue tamazight (le berbère) qui est devenue aujourd'hui une langue nationale et officielle, et le français qui est la première langue étrangère en Algérie et qui occupe une place très importante dans le parler des Algériens.

L'Algérie offre un panorama assez riche en matière de plurilinguisme. Comme l'a constaté ABDLHAMID (2002) avance à ce propos que : « Le problème qui se pose en Algérie ne se réduit pas à une situation de bilinguisme, mais peut être envisagé comme un phénomène de plurilinguisme ».

Ce qui mène à dire que l'Algérie est considérée comme un pays de plurilingue par excellence. Dans ce qui suit, nous allons présenter les différentes langues en présence ainsi que leurs différents statuts.

5. Le statut des langues présentes en Algérie

En Algérie, les langues qui sont utilisées pour communiquer, à divers degrés de maîtrise, sont d'un côté les langues nationales l'arabe classique et le berbère, et d'un autre côté nous trouvons les langues étrangères comme le français, anglais, et même espagnol et d'autre, sans oublier l'arabe algérien « Dardja » qui occupe une place centrale et primordiale dans leurs interactions.

La question des langues en Algérie a été enclenchée par de nombreux chercheurs qui ont proposé une description à la situation sociolinguistique algérienne Assalah Rahal, Derradji Dourrari ,Chachou Ibtiassam , Dalila Morsly , KhawlaTaleb Ibrahimi , R.Sebaa .. Etc.

5.1. La langue arabe

Sur cet angle nous pouvons citer, l'arabe classique, l'arabe standard et l'arabe dialectal.

Ces trois catégories ont des structures, des statuts et des usages différents dans le quotidien des locuteurs algériens.

L'arabe classique, appelée aussi littéraire, est une langue appartenant à la famille chamito sémitique, née dans les pays de golf et au moyen orient .Elle a eu une grande expansion à travers le monde et en particulier au pays du Maghreb à l'instar de l'Algérie, surtout avec l'avènement de l'islam et du coran :

«L'impact de la conquête arabe sur la région, fut l'un des plus grands, sinon le plus important des chocs civilisationnels qu'a pu connaître l'histoire de la région : l'apport le plus important est sans conteste l'avènement d'une religion, l'Islam, et d'une langue, l'arabe, adoptées comme facteurs d'union et de cohésion par la population »⁹

Durant la période coloniale l'arabe classique a subi une grande hostilité à son égard, jusqu'au point de la déclarer en 1938 comme une « langue étrangère »puisqu'elle représentait un concurrent sérieux et rival de la langue française instituée comme langue officielle unique.

C'est donc par opposition à la politique linguistique coloniale que celle adoptée par l'État indépendant se détermine. Elle opte pour l'arabe comme langue nationale et officielle

Bien que cette volonté officielle de donner du poids à l'arabe classique, cette langue demeure loin de l'usage réel et spontané.

Dans un autre point, l'Algérie à tenter de promouvoir la langue arabe dans sa version standard (langue de l'école, des médias, de la production intellectuelle) en se dotant d'institutions telles que l'Académie algérienne de la langue arabe créée en 1986 et le Haut Conseil de la langue arabe (HCLA) installé en 1998

⁹ Pour plus de détails, voir à ce sujet DERRADJI Y. : La langue française en Algérie, thèse de doctorat d'état, Constantine, 1999-2000, pp. 56-57

L'appellation arabe standard ou moderne peut être définie comme une norme d'intercompréhension et admise par les différents locuteurs de la communauté arabophone. De nos jours l'arabe standard est le support de la littérature moderne mais beaucoup plus utilisée par les masses médias écrits et parlés qui participent à son élargissement et même à sa normalisation dans l'aire arabophone. Ce genre assure une compréhension entre les locuteurs de pays arabes différents condition d'avoir un minimum de niveau scolaire

Comme troisième catégorie de l'arabe nous pouvons citer L'arabe dialectal, comme langue vernaculaire, constituant la langue maternelle de la majorité des Algériens . En effet elle est utilisée dans des contextes non officiels ; elle a subi plusieurs changements au niveau lexical dû aux différents occupants de l'Algérie. Ce qui explique la présence des mots Turcs, Espagnol, Français, etc. L'arabe dialectal est transmis oralement ; il est sous-estimé par le pouvoir qui le considère inapte à transmettre une culture .Il n'a aucune importance, ni figuré dans la constitution algérienne. Elle représente l'exemple précis de Charles Fergusson, la langue basse par rapport l'arabe littéraire qui représente la langue haute.

A noter qu'en Algérie. l'arabe dialectal diffère d'une région à une autre, pour ne pas dire Qu'il est différent d'une ville à l'autre, Cette répartition permet de distinguer, en Algérie, les parlers ruraux des parlers citadins (en particulier ceux d'Alger, Constantine, Jijel, Nedroma et Tlemcen) et de voir se dessiner quatre grandes régions dialectales : l'Est autour de Constantine, l'Algérois et son arrière-pays, l'Oranie puis le Sud qui, de l'Atlas Saharien aux confins du Hoggar, connaît lui-même une grande diversité dialectale d'Est en Ouest.

5.2. La langue Française :

L'Algérie est un pays francophone du fait de son passé colonial et jusqu'à nos jours le français est considéré comme la langue étrangère la plus utilisée dans la société algérienne. Elle est employée dans toutes les institutions et administrations algériennes comme le souligne G. GRAND GUILLAUME:

« La langue française a été introduite par la colonisation. Si elle fut la langue des colons, des algériens acculturés, de la minorité scolarisée, elle s'imposa on tout comme une langue

officielle, langue de l'administration et de la gestion du pays dans la perspective d'une Algérie française ». ¹⁰

Elle représente un véritable outil de communication et d'apprentissage dans les domaines (éducatif, administratif, économique, politique ...) et même dans les échanges quotidiens des Algériens, vu son apprentissage qui débute à partir de la troisième année du primaire,

Avant l'indépendance de l'Algérie, le français était la seule langue d'enseignement pour les Algériens, mais après 1962, l'Etat Algérien a imposé un système d'arabisation dans le cycle primaire et secondaire. A l'université, la politique d'arabisation n'a été appliquée que dans certaines disciplines, telle que les sciences sociales et humaines. En revanche, les disciplines scientifiques ont été enseignées en français.

La langue française ne peut pas être séparée du peuple algérien et jusqu'à nos jours, elle maintient toujours son statut. En étudiant le sujet de notre recherche, et à travers notre corpus, nous avons observé beaucoup de slogans en français.

5.3. La langue anglaise :

En Algérie, l'anglais est la deuxième langue étrangère après la langue française dans le système éducatif. Elle est sans aucun doute une langue internationale et une des langues les plus parlées au monde. C'est la langue du progrès et de la recherche scientifique et technique. Nous remarquons également l'usage quotidien de plusieurs mots anglais dans la société algérienne surtout par la jeune génération qui la considère comme une langue de mode et de luxe.

6. Analyse de la présence des langues

Lors des manifestations des étudiants de science médicale, les manifestants avaient tendance à utiliser plusieurs langues pour exposer leurs opinions et leurs revendications, à partir de là nous allons essayer dans le tableau ci-dessous de repérer toutes les langues utilisées dans chacun des slogans choisis pour faire partie de notre corpus :

¹⁰ G. GRANDGUILLAUME. Langues et représentation identitaires en Algérie, [http://grandguillaume.free.fr/ar_ar/langrep.html]

N° du slogan	Contenu du slogan	Arabe standard	Arabe dialectal	Français	Anglais
01	La nouvelles réforme كانت امل أصبحت الم	✓	×	✓	×
02	Système défaillant سبابو راه نتوما	×	✓	✓	×
03	اضراب الكرامة Notre avenir Votre santé	✓	×	✓	×
04	Solidarity لا لتهميش الصيدلة	✓	×	×	✓
05	اضراب طلبة الطب C'est dommage un médecin en chômage !	✓	×	✓	×
06	انا دكتور ماشي فندور Docteur !=vendeur	×	✓	✓	×
07	Solidaire solidaire حتى تتحقق المطالب	✓	×	✓	×
08	Le seul antibiotique efficace contre le système la dégageecyline	×	×	✓	×
09	الجيش البيض الواقع اسود	✓	×	×	×

10	لن نعود حتى تلبى الوعود	✓	×	×	×
11	تعبننا في الدراسة ولن نقبل البطالة We worked hard in our studies and we want accept unemployment	✓	×	×	✓
12	I'am just فرموصة ردولي حقي بلبيبيز	×	✓	×	✓
13	Après 7années d'étude : l'étudiant devient : chomagologue	×	×	✓	×
14	La médecine en algérie est infectée	×	×	✓	×
15	s.o.s la médecine en détresse	×	×	✓	×
16	Dg evoqué : Maladie de système	×	×	✓	×
17	On soigne vos vie pas les symptômes du mépris	×	×	✓	×
18	Médecins en colère Stop injustice	×	×	✓	×
19	Solidarity makes the changes	×	×	×	✓

20	Tous tous solidaires ! Blouse blanche en colère !	×	×	✓	×
21	Même la morphine n'a pas d'effet dans notre cas	×	×	✓	×
22	انا الطبيب من سيخيط جرح كرامتي	✓	×	×	×
23	It's ok i'am batman i will save "medecine "	×	×	×	✓
24	Marre des promesses rendez nous notre noblesse	×	×	✓	×
25	اذا اردت ان تهدم حضارة ادل طيبيا	✓	×	×	×

Tableau 1 Les langues utilisées dans les slogans

Après avoir examiné notre corpus composé de 25 slogans, nous remarquons la présence de différentes langues, à savoir le français, l'arabe standard et dialectal, l'anglais.

L'Algérie est un pays plurilingue où diverses langues sont en usage. A l'observation du tableau 1, nous remarquons la forte présence du français dans les majorités des slogans, suivi par l'arabe standard et l'arabe dialectal qui marquent également leurs présences dans les slogans contrairement à l'anglais qui est très peu utilisés dans notre corpus.

Ainsi ,nous allons déterminer dans le tableau suivant le taux de présence de chacune de ces langues et nous allons essayer d'interpréter le résultat obtenu .

Langues utilisées	Arabe classique	Arabe dialectale	Francais	Anglais
----------------------	--------------------	---------------------	----------	---------

Nombre d'unités phrastique	10	03	16	05
Taux de présence	29,41%	8,82%	47,05%	14,70%

Tableau 2 Taux de présence des langues

La langue française est présente dans 16 des 24 slogans, après l'arabe standard dans les 10 slogans. Vient en troisième lieu l'anglais dans 05 slogans, en quatrième lieu nous avons l'arabe dialectale avec 03 présence parmi tous les slogans.

Ainsi, nous illustrons ces données dans le schéma suivant :

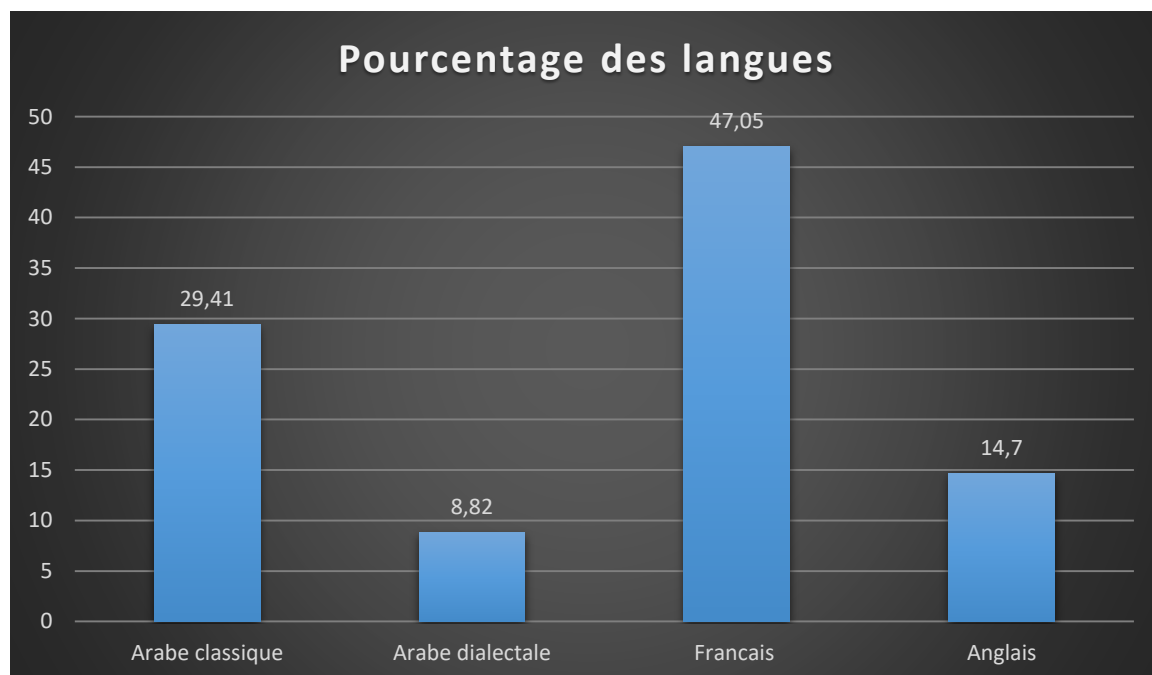


Figure 1 Représentation graphique des langues en présence dans les slogans

En premier lieu, on constate la dominance de la langue française qui peut se justifier par le fait que le français est la langue de la science, de la culture, avec un pourcentage de : 47,05% de présence, car elle occupe une place importante dans le territoire algérien. De plus, les manifestants recourent à cette langue pour faire entendre leur voix.

L'arabe standard se place en deuxième position en guise de présence, avec un pourcentage de : 29,41 ,car c'est la langue nationale de l'Algérie, elle est réservée aux situations formelles, alors les manifestants font appel à cette langue pour exprimer leurs revendications.

Ainsi, la présence de l'anglais et l'arabe dialectale dans notre corpus est très basse. Ce taux de présence revient sans doute à la place qu'occupe chacune de ces deux langues chez les manifestants.

Pour finir, nous pouvons dire que la forte présence du français et de l'arabe standard revient surtout à la maîtrise de l'écrit de ces dernières par le peuple algérien, cela revient à leur statut durant le cursus scolaire et universitaire. La présence de l'arabe dialectal se justifie par son statut parlé en Algérie, et la faible présentation de l'anglais car cette langue n'est pas aussi importante dans la communication entre les individus en Algérie.

Il est à noter que les étudiants inscrits en médecine, mènent leur formation en langue française et ce, depuis la première année d'inscription. Ce facteur, non négligeable pourrait éventuellement expliquer l'usage de la langue française dans leurs écrits. Quant à l'arabe standard, il représente la langue d'étude, depuis leur inscription en première année de primaire ce qui tend à cette langue une certaine importance d'usage. La timidité de l'utilisation du dialecte algérien contrairement à sa pratique courante dans les manifestations expliquerait l'intention de toucher un public visé. Ainsi les manifestants ont des réclamations qui s'adressent à des destinataires en particulier, à savoir aux responsables ainsi qu'au ministère, raison pour laquelle leurs propos restent formels.

7. Bref présentation au contact des langues :

7.1. Contact de langues

Le contact des langues est une notion primordiale dans les sciences du langage, elle est employée pour la première fois en 1953 par le linguiste U.WEINREICH qui l'a définie comme suit :

« Le contact des langues inclut toute situation dans laquelle une présence simultanée de deux langues affecte le comportement langagier d'un individu. Le concept du contact des

langues refaire au fonctionnement psycholinguistique de l'individu qui maîtrise plus d'une langue, donc de l'individu bilingue ». ¹¹

Ce Phénomène se manifeste par la situation dans laquelle un individu ou un groupe de personnes font appel à plus d'une langue pour s'exprimer et selon les situations auxquelles l'individu doit s'adapter. Dans ce sens, cette notion a été définie par Hammers et Blanc (1963) comme « un état psychologique de l'individu qui a accès à plus d'un code linguistique, le degré d'accès varie sur un certain nombre de dimension d'ordre psychologique, cognitif, sociolinguistique, socioculturel et linguistique » (Blanc & Hammers, 1963, p. 58)

Le contact entre les variétés linguistiques, qui coexistent au sein du paysage sociolinguistique algérien produit un métissage de langues qui s'est introduit peu à peu dans les échanges quotidiens des locuteurs algériens, comme le souligne Khaoula Taleb.IBRAHIMI :« Les locuteurs algériens vivent et évoluent dans une société multilingue où les langues parlées, écrites, utilisées en l'occurrence l'arabe dialectal, le berbère, l'arabe standard et le français, vivent une cohabitation difficile marquée par le rapport de compétition et de conflit ». ¹²

Ce contact entre langues ne passe pas inaperçu car il résulte généralement de plusieurs phénomènes linguistiques dont on cite :

7.2. Phénomènes issues de situation du contact des langues

Le contact entre les variétés linguistiques qui coexistent au sein du paysage sociolinguistique algérien produit plusieurs phénomènes.

7.2.1. Le Bilinguisme

Le bilinguisme est l'une des principales conséquences du contact des langues. Être bilingue, c'est avoir la capacité de s'exprimer ou de parler couramment et facilement deux langues différentes. Donc, le bilinguisme c'est la compétence d'un individu d'alterner entre deux langues selon ses besoins. Il y a plusieurs définitions, nous retenons les suivantes :

¹¹ U.Weinreich, pratique langagières et représentations linguistique chez les locuteurs de la région du draa El GAID , mémoire de master, université de BEJAIA,p20.

¹² Taleb-Ibrahimi (1998: 22) : Les Algériens et leur(s) langue (s) éléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne, Algérie, El Hikma, 1997, p. 30

Selon Dubois (1973, p.65), « le bilinguisme est la situation linguistique dans laquelle les sujets parlants sont conduits à utiliser alternativement, selon le milieu ou la situation deux langues différentes. C'est le cas le plus courants du plurilinguisme ». (Y.Dubois, 1944, p. 115)

7.2.2. Le plurilinguisme

D'après le dictionnaire en ligne « les Définitions » : La diversité linguistique est donc liée à l'existence et la convivialité de différentes langues. Le concept est défenseur du respect envers toutes les langues et soutient la préservation de celles qui se trouvent en voie de disparition vu le manque de personnes parlant lesdites langues.

Le multilinguisme est l'utilisation de plusieurs langues au sein d'une même communauté.

« Le plurilinguisme est la capacité ou la compétence des individus à pratiquer plusieurs variétés à des degrés divers C'est-à-dire toute utilisation variable des langues par un individu est considérée comme un état de plurilinguisme ». (Boutet, 1997, p. 27)

7.2.3. L'alternance codique :

Le phénomène d'alternance de codes et un métissage de deux ou plusieurs langues dans une même phrase ou dans un même contexte. La notion peut se définir, selon J.Gumperz, comme « la juxtaposition à l'intérieur d'un même échange verbale, de passage ou le discours appartient à deux systèmes ou sous-systèmes grammaticaux différents » (Gumprez, 1989, p. 57)

L'Alternance codique caractérise le parler des Algériens, on peut dire que ce phénomène est très courant et observé à l'oral plus qu'à l'écrit.

Nous remarquons à partir de cette étude sur les langues en contact qu'il y a quatre types de contact, à savoir français/ arabe classique, français/ arabe dialectal, anglais/ arabe classique, anglais /arabe dialectale. Nous pouvons donc dire qu'il y a une certaine richesse linguistique dans les slogans des manifestants estudiantine avec une présence de divers codes linguistiques dans un même discours.

Nous remarquons également que le français est toujours présent, vu que le français est constaté comme une langue riche et importante au sein de la société algérienne. En se basant sur cette analyse des langues en contact, nous obtenons comme résultat le tableau suivant :

N°	Langues alternées	Nombre d'unités	Pourcentage
1	Français / arabe classique	04	44,44
2	Français / arabe dialectale	02	22,22
3	Anglais/ arabe classique	02	22,22
4	Anglais/ arabe dialectale	01	11,11

Tableau 3 Pourcentage des langues en alternance

Après avoir observé ce tableau, nous remarquons clairement que les langues les plus alternées parmi les 25 slogans sont le français et l'arabe standard avec un pourcentage de 44,44 %, suivi par le français et l'arabe dialectale simultanément avec l'anglais et l'arabe classique avec un pourcentage de 22,22%, et en dernier lieu l'anglais et l'arabe dialectale avec un pourcentage de 11,11% , étant donné que le français occupe une place importante au sein de la communauté algérienne.

L'arabe classique occupe également une place très importante, c'est la langue sacrée du coran et de la religion, mais c'est également la langue nationale du pays. Quant à l'arabe dialectal, il est utilisé généralement à l'oral, dans la vie quotidienne des Algériens ,ceci dit,selon les statistiques l'usage de la langue anglaise switchée avec l'arabe dialectal est peu conséquente, ce ci s'explique par son statut de deuxième langue étrangère.

Conclusion partielle

Le premier chapitre nous a servi de balises théoriques qui nous ont permis de nous familiariser avec le concept de slogan et de langues, et nous a servi également à détecter les multiples langues présentes dans le discours de l'algérien de manière globale puis dans le discours des étudiants en médecine de manière plus précise. Cette première étape pertinente favorisera notre démarche d'analyse interprétative de notre corpus dans le chapitre qui suit.

Chapitre II :

Communication et analyse des slogans dans les pancartes des manifestations

Introduction partielle :

Après avoir abordé le cadre théorique dans le précédent chapitre où nous avons défini quelques notions fondamentales, nous tenterons dans ce chapitre de mettre en pratique et de voir comment l'analyse linguistique s'applique sur le slogan révolutionnaire afin de répondre à la problématique posée au début de notre recherche. Il s'agit de mener une étude descriptive et interprétative des slogans collectés qui nous permettra de détecter les différentes langues utilisées dans les slogans et ainsi déterminer les langues les plus alternées. Nous analyserons les slogans et nous interpréterons les résultats et nous y ajouterons le cadre communicationnel dans lequel ils baignent pour clôturer le chapitre.

1. Analyse de présence de langues :

Notre corpus est composé de 25 slogans issus de différentes manifestations dans différentes facultés de sciences médicales en Algérie, à savoir l'université d'Alger, d'Oran, de Tlemcen, d'Anaba, Constantine, de Batena, etc. Ces slogans représentent l'ensemble des revendications que les étudiants de sciences médicales. Ces derniers sont tirés des réseaux sociaux, notamment les pages Facebook: « futur médecin » et « يوميات طالب مسكين في كلية الميدينين » et « طلبية الطب في الجزائر » et « health dz » « hello médecine طالب طب » « Étudiants faculté de médecine en colère » « faculté de médecine d'Alger Ben Aknoun » « étudiants de la faculté de médecine de Sétif ». Afin de palier les redondances, nous en avons choisi les plus pertinents pour l'analyse, entre autres, nous avons sélectionné 15 pancartes de notre corpus.

Notre recherche se présente comme une étude des phénomènes linguistiques des slogans lors des manifestations des étudiants de sciences médicales et du contact de langues en Algérie, dans laquelle nous prêterons attention à la mise en pratique des notions théoriques précédemment mentionnées.

Pour entamer notre recherche, nous allons commencer par une étude descriptive, qui permettra d'apporter des détails et de détecter les différents phénomènes linguistiques présents dans nos slogans. Nous poursuivrons notre travail avec une étude quantitative qui nous permettra d'analyser les données, principalement sous forme numérique, comme l'affirme

GRAWITZ « le propre de l'échelle consiste à transformer des caractéristiques qualitatives en une variable quantitative »¹³ Grawitz (2005, p. 372).

Description et analyse de la Pancarte N°01 :

Les signes plastiques : Le support : c'est un slogan destiné aux responsables. Dont Le cadre de ce dernier est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; est écrit en deux couleurs. La couleur noire qui signifie la solitude des manifestants. Le rouge dans le mot «الم» signifie l'urgence le danger et l'importance. C'est une couleur qui ne passe pas inaperçue, capturant instantanément l'attention du spectateur pourrait exprimer la douleur ressentie envers cette situation.

Le slogan transcrit sur la pancarte comporte une alternance codique. Il s'agit d'une alternance interphrastique ou la manifestante recourt à deux codes distincts. La première partie du slogan est constituée d'une phrase de code : français : « la nouvelle réforme », et la deuxième phrase de code : arabe : « كانت امل ... أصبحت الم... »

Le premier syntagme nominal «la nouvelle réforme» formé d'un nom féminin précédé d'un déterminant et d'un adjectif qualificatif mis au féminin. Et le deuxième syntagme nominale en langue arabe conjugué au passé « كانت امل » suit d'un syntagme verbale conjugué au présent « أصبحت الم » signifie un rapprochement de comparatif .

L'oxymore présente dans ce slogan révèle la contradiction que peut invoquer l'espérance d'une nouvelle loi qu'on attendait avec impatience. Ainsi, la nouvelle réforme à la quelle on croyait, est devenue une représentation de la douleur. En fonction de l'énoncé, ainsi que de la situation donnée, l'image colportée dans ce message est claire: il s'agit de la non approbation de la nouvelle réforme destinée au corps médical et de la réfutation de cette dernière



Description et analyse de la pancarte N°02 :

L'image nous montre des manifestantes en blouses blanches élevant une banderole rectangulaire avec un fond blanc avec un slogan écrit en noir et rouge comportant le dessin d'un Haut parleur. Les signes plastiques : Le support : c'est un slogan destiné aux responsables. Le cadre de ce dernier est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; il est écrit en deux couleurs. Les couleurs dominantes sur le slogan sont le noir et le rouge. La couleur noire pourrait représenter la solitude des manifestants.



L'utilisation du rouge dans le mot «Défaillant» pour démarquer et attirer l'attention du lecteur, renforce l'importance du message. Mais aussi pour exprimer la douleur ressentie envers cette situation ,tout en affectant les émotions et le comportement.

Le slogan transcrit sur la pancarte comporte une alternance codique. Il s'agit d'une alternance interphrastique où la manifestante recourt à deux codes distincts. La première partie du slogan est constituée d'une phrase de code : français : « système défaillant », et la deuxième phrase de code : arabe dialectale : «سبأبو راه نتوما»

Le premier syntagme nominal « système défaillant » formé d'un nom féminin suivi d'un adjectif qualificatif mis au masculin. Et le deuxième syntagme nominale en langue arabe dialectale «سبأبو راه نتوما» signifiant une jonction de cause.

Dans cet énoncé, il s'agit d'une figure de style très fréquente dans la littérature francophone, celle de la cause à effet. La source de la défaillance du système relève de la responsabilité des dirigeants. D'une manière implicite, l'accusation est formulée à travers cette expression « système défaillant سبأبو راه نتوما». dans cette conjoncture, nous nous posons la question suivante : qui est «نتوما...» ? nous avons affaire à un pronom démonstratif en langue arabe (antum) comme s'ils pointaient du doigt les responsables, ce message s'adresse à un large auditoire, celui des responsables qui détiennent le pouvoir de changer les choses.

Description et analyse de la pancarte N°03 :

Le cadre de la pancarte est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; est écrit en plusieurs couleurs avec dominance du bleu. Nous y repérons du rose mais également des signes représentatifs du code médical.

Le slogan transcrit sur la pancarte comporte une alternance codique. Il s'agit d'une alternance interphrastique ou la manifestante recourt à deux codes distincts.

La première partie du slogan est constituée d'une phrase de code : arabe standard : « اضراب الكرامة », et la deuxième phrase de code : français : «notre avenir votre santé»



Le premier syntagme nominal de la langue arabe « اضراب الكرامة » formé d'un nom suivit d'un d'un adjectif qualificatif afin de qualifié ces manifestations . Le deuxième syntagme nominale en français « notre avenir votre santé » signifiant une relation étroite de cause à effet.

Dans cet énoncé la figure dominante est celle de la condition, ce qui veut dire qui s'agit d'un rapprochement étroit entre l'avenir des étudiants de science médical en Algérie et la santé du peuple algérien. Afin de transmettre leur voix au responsable pour le pousser à réagir et à agir pour ainsi trouver des solutions convenables à cette situation de souffrances causées aux étudiants concernés, qui revendiquent leurs droits. L'idée implicite perçue dans ce message, c'est en effet avoir de bonnes conditions de travail aurait des retombées positives et de bon résultats sur le rendement professionnel. « اضراب الكرامة » signifie garder un cadre professionnel digne chose qui prouve la médiocrité des conditions d'études et de travail dans ce domaine. Les symboles perçus sur la pancarte reprennent le dessin d'un stéthoscope, une pilule et une dent. Ces éléments en question relèvent du quotidien des manifestants et indiquent leurs fonctions respectives.

Description et analyse de la pancarte N°04 :

Le support est un slogan destiné aux responsables. Le cadre de ce dernier est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; est écrit en deux couleurs. Les couleurs dominantes au slogan sont le noir et le rouge. La couleur noire pourrait évoquer le sentiment de solitude et de colère des manifestants.

L'utilisation du rouge dans le mot «solidarity» sert à attirer l'attention du lecteur et à renforcer l'importance du message. Ainsi elle sert à exprimer la douleur ressentie envers cette situation, toute en affectant les émotions et le comportement.

Le slogan transcrit sur la pancarte comporte une alternance codique. Il s'agit d'une alternance interphrastique ou la manifestante recourt à deux codes distincts. La première partie du slogan est constituée d'une phrase de code : anglais : « solidarity », et la deuxième phrase de code : arabe standard : « لا لتهميش الصيدلة »

Le premier syntagme nominal en anglais «solidarity» formé d'un adjectif qualificatif afin de décrire leurs situation. Le deuxième syntagme en langue arabe laisse transparaître la négation « لا لتهميش الصيدلة » composé d'un outil exprimant la négation en arabe « لا »

Dans l'énoncé cité dessus signifie que les étudiants de sciences médicales du nord au sud ainsi que de l'est à l'ouest d'Algérie sont tous unis ;solidaires pour atteindre le même objectif en revendiquant l'énoncé en arabe لا لتهميش الصيدلة signifierait peut être le fait de ne pas mettre à l'écart les étudiants inscrits en pharmacie. Une manière d'inclure une autre catégorie d'étudiants faisant partie de la faculté de médecine pour réclamer leurs droits face à la situation critique vécue.

Description et analyse de la pancarte N°05 :

Au niveau de l'image, apparaissent des étudiantes manifestant au près de leurs facultés , élevant des pancartes de forme rectangulaire avec un fond blanc, avec des slogan écrit en deux couleurs noir et rouge : « c'est dommage un médecin en chômage !



«اضراب طلبة الطب»

Les signes plastiques : Le support : c'est un slogan destiné aux responsables. Le cadre de ce dernier est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; il est écrit en deux couleurs. Les couleurs dominantes au slogan ce sont la couleur : noir et rouge. La couleur noire suggère la colère des manifestants. L'utilisation du rouge dans le mot « اضراب طلبة الطب un médecin » sert à attirer l'attention du lecteur et à renforcer l'importance du message.

Le slogan transcrit sur la pancarte comporte une alternance codique. Il s'agit d'une alternance interphrastique ou la manifestante recourt à deux codes distincts.

La première partie du slogan est constituée d'une phrase de code : arabe : « اضراب طلبة الطب », et la deuxième phrase de code : français : « c'est dommage un médecin en chômage » Le premier syntagme nominal déclaratif en arabe « اضراب طلبة الطب » formé d'un nom suivit d'un coï. Le deuxième syntagme nominal en français qui suggère une phrase de type exclamatif « c'est dommage un médecin en chômage »

D'après l'énoncé cité dont la première partie écrite en arabe signifiant une déclaration envers cette situation la seconde en français renvoie à une exclamation explicite qui comporte une rime créée à travers l'agencement des deux mots dommage et chômage qui contiennent la même syllabe «age» à la fin et qui joue sur la sonorité de l'énoncé .

Description et analyse de la pancarte N°06 :

Au niveau de l'image, apparaissent des étudiantes manifestant dans la rue ,élevant des pancartes de forme rectangulaire avec un fond blanc, avec des slogan écrit de couleur noir ; on



écrivait « انا دكتور ماشي فوندور docteur # vendeur » Le cadre de ce dernier est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; il est écrit en deux couleurs. Le rouge et le noir dominent le slogan cependant un plus + en vert est rajouté entre les deux expressions comme signe d'addition.

Le slogan transcrit sur la pancarte comporte une alternance codique. Il s'agit d'une alternance interphrastique ou la manifestante recourt à deux codes distincts. La première partie du slogan est constituée d'une phrase de code : arabe standard : « انا دكتور », et la deuxième phrase de code : arabe dialectale signifiant tout un emprunt en outre le dernier énoncé est écrit en français : « docteur # vendeur »



Le slogan est une phrase complexe qui se compose de deux propositions. Chaque proposition est construite suivant un modèle . Les phrases comportent un pronom personnel sujet «je» en arabe انا , et un nom commun دكتور remplissant la fonction complément du verbe coï ajoutant les deux mots en contradiction docteur et vendeur

A la lecture de l'énoncé انا دكتور une affirmation se dégage de cette proposition. Il s'agit d'affirmer le rôle et la mission du médecin car certains semblent oublier ce détails. Il est à rappeler que la fonction de médecin est considérés comme un travail noble dans la mesure où soigner les gens, sauver des vies est un accomplissement en soi. Opposer en langue française les mots docteur et vendeur crée un effet de jeu de mots qui laisse transparaître le sentiment de rabaissement chez les manifestants.

Description et analyse de la pancarte N°07 :

Les signes plastiques : Le support : c'est un slogan destiné aux responsables. Le cadre de ce dernier est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; est écrit en une couleur; noire sur blanc avec un dessin de deux poignets parallèle

Le slogan transcrit sur la pancarte comporte une alternance codique. Il s'agit d'une alternance interphrastique ou la manifestante recourt à deux codes distincts.

La première partie du slogan est constituée d'une phrase de code :français : « solidaire solidaire », et la deuxième phrase de code : arabe standard : « حتى تحقق المطالب »

La première proposition «solidaire solidaire » est formée de la répétition de l'adjectif solidaire. Cette redondance colporte l'importance de l'union des étudiants dans la situation actuelle. La deuxième proposition écrite en langue arabe « حتى تحقق المطالب » indique une phrase infinitive à valeur impérative.

Dans l'énoncé écrit, il s'agit d'une intensité explicite du mot répété deux fois afin de mettre en évidence ce fait de solidarité de tous les étudiants algériens. C'est en effet, tout le pays qui est concerné. Une certaine temporalité est accordée à cette solidarité, حتى تحقق المطالب Ils ont un objectif commun à atteindre par ces revendications et ils maintiendront leur solidarité jusqu'à ce qu'il obtiennent gain de cause. Le dessin figurant sur le slogan, symbolise solidarité, force et victoire .



Description et analyse de la pancarte N°08 :

Le cadre du slogan est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical; une écriture noire sur un fond vert. Le slogan transcrit sur la pancarte écrit en français comporte un néologisme créé par les étudiants de sciences médicales du mot « dégaggecyline » formé du verbe : dégager et du suffixe cyline ; comme si c'est une création d'un nouveau mot à la sonorité d'un médicament .

Cet énoncé comporte une phrase complexe signifiant un rapport de cause à effet lors qu'il dit «le seul antibiotique efficace contre le système: la dégaggecyline » formé d'un nom féminin adjectif qualificatif suivit d'un code suivit d'une adjectif après un code on rajoutant le mot degaggecyline comme conséquence de cette situation en problème .

Dans l'énoncé en question ; nous y percevons la proposition engagée du néologisme comme étant solution aux conditions vécues par les manifestants. En outre, la deggaggecyline, nouveau mot créé par les étudiants, prend sens du verbe dégager et du suffixe cyline pour évoquer ainsi un nom qui ressemble à un médicament. Il est à rappeler que les médicaments servent à soigner, à améliorer l'état d'une personne malade. C'est dans la même optique que les manifestants proposent ce mot en considérant que le départ de certains dirigeants pourrait éventuellement guérir leurs blessures, entre autres, changer leur situation comparée à un état de maladie qui aurait besoin d'un traitement comme si la degaggecyline est le seul antibiotique efficace.



Description et analyse de la pancarte N°09 :

Le support est un slogan dont le cadre est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; en noir et bleu. Le slogan transcrit sur la pancarte est écrit en langue arabe standard « الجيش ابيض الواقع : اسود » nous remarquerons la présence des deux points revoyant à une définition ou une explication.

Ces propositions sont simples, chacune composée d'un nom et الجيش suivit d'un adjectif qualificatif ابيض en qualifiant ce dernier et le deuxième énoncé compose aussi d'un nom الواقع suivit d'une adjectif qualificatif en qualifiant ce dernier avec l'adjectif اسود



Cet énoncé est très significatif الجيش الببيض الواقع اسود

lorsque on remarque les deux point cela peut suggérer une définition ou une explication: le premier mot utilisé الجيش équivalant d'armée en français reprend la comparaison avec les médecins qui ont sacrifié plusieurs années au service du peuple, aussi pour pouvoir exercer, le médecin est tenu de passer quelques années de service dans une autre willaya que la sienne tout comme le service militaire. Il faudrait mentionner la période du covid19 ou ils était toujours présents malgré le risque de la contamination. Cet engagement est un point commun entre les médecins et l'armée ». l'utilisation de l'oxymore des couleurs blanc et noir renvoie à une figure de style implicite ; la couleur الببيض qui signifie suggère les blouse blanches que portent les médecins ; évoque leur présence dans les cas difficiles .

Et pour le deuxième énoncé الواقع évoque la situation vécue quotidiennement ; et le mot اسود exprime toutes la souffrance et la douleur ressenties envers cette situation désastreuse .

Description et analyse de la pancarte N°10 :

Le support est un slogan destiné aux responsables. Le cadre de ce dernier est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; écrit en deux couleurs. Les couleurs dominantes du slogan sont le noir et le rouge.

L'utilisation du rouge dans le mot «الوعد» sert à attirer l'attention du lecteur et renforce en même temps l'importance du message. Ce mot est l'équivalent de «promesses» en langue française. Le slogan transcrit dans l'image est constitué d'une phrase de code :arabe : « لن نعود حتى تلبى الوعد » exprimant toute une condition .

La proposition « لن نعود حتى تلبى الوعد » exprime la négation avec l'outil de négation en arabe c'est لن suivi d'un verbe نعود conjugué au présent de l'indicatif suivi de l'autre proposition comme réponse à la condition حتى تلبى الوعد.



Dans cet énoncé il s'agit d'une phrase en langue arabe exprime une condition « لن نعود حتى تلبى الوعد » qui reflètent le cas mystérieux des étudiantes en sciences médicales; ce message exprime le mécontentement des manifestants ainsi que leur détermination pour résoudre le problème, ainsi il s'agit exprimer la volonté de faire changer le cours des événements.

Description et analyse de la pancarte N°11 :

Le support est un slogan destiné aux responsables. Le cadre de ce dernier est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; écrit en deux couleurs.

le slogan transcrit sur la pancarte comporte une alternance codique. Il s'agit d'une alternance inter phrastique ou la manifestante recourt à deux codes distincts.

La première partie du slogan est constituée d'une phrase de code :arabe : « تعبنا في الدراسة » , compose de deux phrases ; la première : تعبنا في الدراسة composé d'un verbe conjugué au passé et suivi d'un complément indirect et la deuxième phrase à la forme négative «و لن نقبل البطالة» compose d'un outil de négation لن suivi d'un verbe conjugué au présent de l'indicatif et d'un complément .

La deuxième phrase comporte un autre code en anglais : « we worked hard in our studies ; and we wont accept unemployment ! »

D'après cet énoncé écrit en deux langues distinctes : arabe et anglais : « تعبنا في الدراسة ولن نقبل البطالة » « we worked hard in our studies ; and we wont accept unemployment ! » il est clair que le message que veulent faire passer les manifestants, insiste sur les longues et difficiles années d'étude qu'ils ont endurées, et que ce ne sera pas en vain, car il n'accepteront pas le chômage. La traduction ici, joue un rôle important dans la circulation de leur position, car ils savent qu'ils sont photographié et filmé, et donc ils voudraient atteindre une masse plus large.



Description et analyse de la pancarte N°12 :

Le support : c'est un slogan destiné aux responsables. Le cadre de ce dernier est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; est écrit en deux couleurs.

Le slogan transcrit sur la pancarte comporte une alternance codique. Il s'agit d'une alternance interphrastique où la manifestante recourt à deux codes distincts. La première partie du slogan est constituée d'une phrase de code : anglais : « i 'Am Just », et la deuxième phrase de code : arabe dialectale : « فرموصه ردولي حقي بلبييز »



On remarquant le mot : فرموصه est écrit en arabe ; parlé on arabe dialectale afin de signifié le diminutif du mot :pharmacienne donc : c'est un calque et aussi le mot بلبييز c'est un calque au mot please en anglais .

L'énoncé transcrit : فرموصة ردولي حقي بليبيز : iam juste est composé de deux propositions, la première; écrite en anglais : i am juste Et le mot : « فرموصة » est considéré comme un calque de la langue . Le deuxième syntagme : « ردولي حقي بليبيز » est écrit en arabe dialectal constitué d'un verbe : « ردولي » exprimant un ordre, et le : « ي » signifiant le pronom, personnel : « je » c'est le moi ; suivit du code : « حقي بليبيز » et le mot : « بليبيز » c'est un calque de la langue.

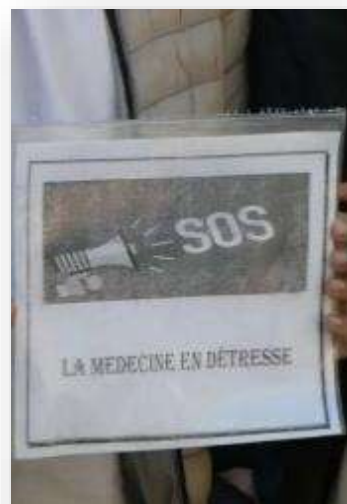
Au niveau de cet énoncé écrit nous pouvons dire qu'il s'agit d'une réclamation des droits à travers une certaine forme de politesse avec le mot : « حقي بليبيز » voire une revendication حقي.

Description et analyse de la pancarte N°13:

Le slogan transcrit sur la pancarte est écrit en langue française : « S O S LA MEDECINE EN DETRESSE »

L'énoncé transcrit dans la pancarte se subdivisé en deux syntagmes : Le premier syntagme : est une abréviation : « S O S » qui sert à attirer l'attention des téléspectateurs Le deuxième syntagme : « LA MEDECINE EN DETRESSE » est écrit en caractère gras en plus en majuscule ; a fin de mettre en évidence cet énoncé pour capter l'intérêt des téléspectateurs .

Cette abréviation a été officialisé en code morse depuis le 3 octobre 1906, utilisé antérieurement déjà. Par rétro-acronymie, on lui attribue la signification save our souls (« sauvez nos âmes »).et comme code internationale: « S O S » signifiant tout une détresse ; un signal ; demande d'aide de secours ; assistance ;immédiate. ¹⁴ suivit d'une annonce de faire appel à cette situation en détresse .



¹⁴

[https://fr.wiktionary.org/wiki/SOS#:~:text=Officiel%20en%20code%20morse%20depuis,%C2%AB%20sauvez%20nos%20%C3%A2mes%20%C2%BB\).](https://fr.wiktionary.org/wiki/SOS#:~:text=Officiel%20en%20code%20morse%20depuis,%C2%AB%20sauvez%20nos%20%C3%A2mes%20%C2%BB).)

Description et analyse de la pancarte N°14 :

Les signes plastiques :Le support : c'est un slogan destiné aux responsables. Dont Le cadre de ce dernier est de forme rectangulaire ; avec un cadrage vertical ; est écrit en deux couleurs.

L'utilisation du rouge dans le mot « STOP INJUSTICE » attire l'attention du lecteur et renforce l'importance du message. Le slogan transcrit sur la pancarte comporte un emprunt. La première partie du slogan est constituée d'une phrase de code :français : « médecin en colère », et la deuxième phrase de code :anglais & français : en utilisant le mot :« STOP »en anglais emprunté à la langue française

Le mot injustice écrit en rouge, en majuscule et en gras, marque la volonté des manifestants. Entre colère et situation méprisables vu le contexte, ils ne veulent plus subir mais ordonnent d'un ton dégagé par cette image qu'on mette fin à cette situation.



Description et analyse de la pancarte N°15 :

L'image nous montre des manifestantes en blouses blanches élevant des banderole cartonnées avec des slogans est écrit : « MARRE DES PROMESSES RENDEZ NOUS NOTRE NOBLESSE » et de couleurs noir et rouge, et en majuscules. L'utilisation du rouge dans les mots « promesse ; noblesse » met l'accent sur ces mots clés pour attirer l'attention du lecteur.

Le slogan transcrit sur la pancarte est écrit en langue française et comporte une rime à la fin des mots : « promesse et noblesse » . Cet effet rythmique suggère une sonorité propre au slogan.

Cette construction se compose de deux syntagmes ; le premier syntagme verbal exprime tout un refus et une certaine colère envers cette situation qui



représente la condition et le deuxième syntagme verbal renvoie à un ordre évoqué avec force.

2. Synthèse générale des slogans :

En 2025, les étudiants algériens en médecine expriment leur mécontentement face à plusieurs problématiques, notamment le manque de postes de résidanat, l'exode des compétences médicales, les conditions de formation et la difficulté d'obtenir un diplôme validé. Ces derniers ont favorisé l'utilisation des pancartes et en particulier celle des slogans. A travers les pancartes décryptées de notre corpus et en fonction des slogans traités nous y avons détecté d'une part, des sentiments de colère, de dégoût et de frustration traduisant un vif mécontentement qui ont entraîné ces manifestations. D'autre part, nous n'y avons perçu un engagement sérieux, une solidarité déterminée et un espoir de renouveau.

Après de nombreuses manifestations vues dans les quatre coins du pays, le gouvernement algérien a répondu à certaines de leurs revendications, notamment en augmentant le nombre de postes de résidanat et en améliorant les conditions de formation, mais les étudiants continuent à réclamer des réformes structurelles pour améliorer leur situation.

De ce fait, nous pouvons en déduire que le pouvoir des pancartes n'est pas des moindres. Les manifestants ont réussi à se faire entendre grâce aux slogans proclamés dans un cadre communicationnel élaboré que nous aborderons à travers la communication révolutionnaire ci-dessous.

2.1. La communication révolutionnaire

La communication, d'un point de vue linguistique, est définie comme étant « Un échange verbale entre un sujet parlant, un interlocuteur doit il sollicite (selon le type de l'énoncé). Sur le plan psychologique, c'est le processus au cours duquel la signification qu'un locuteur associe à ces même sons »¹⁵

Les définitions de la communication sont multiples mais à la lumière de la dernière définition, toute communication présente dans son déroulement les trois principaux critères : Les participants, la situation de communication et le statut de la communication. Ces trois derniers sont aussi présents dans notre corpus. Lorsque nous évoquons la notion d'échange et

¹⁵ JEAN, Dubois. Dictionnaire de linguistique, Larousse, bords .2002.p94.

de transmission des messages, il est à noter que les manifestants ont varié les moyens de transmission pour faire parvenir leur message à tous

2.1.1. Les fonctions de la communication

La communication est une activité, une pratique sociale qui remplit trois grandes fonctions ¹⁶:

- Fonction d'information : Production et de circulation des messages, d'information.
- Fonction d'expression de (représentation) « mise en scène » de l'identité des participants, de leur appartenance sociale et culturelle.
- Fonction relationnelle : Création / maintien du « lieu social » des rapports sociaux (de domination, d'intérêts, d'empathie)

2.1.2. Les types de communication

Il y a communication quand il y a message, échange d'information et selon ce principe Lucie Soltysiak, peut distinguer trois types de communication ¹⁷ **Source spécifiée non valide.**

- Communication interpersonnelle : Elle consiste à établir une réflexion personnelle à partir d'une image mentale ou d'un langage .
- Communication interapersonnelle : Il y a interaction entre deux locuteurs, elle établit, maintien ou établit une relation d'échange.
- Communication sociale :

Elle établit des échanges entre les groupes de personnes dans le but de résoudre les conflits, de débattre et de partager les connaissances.

2.1.3. Le message d'une communication révolutionnaire

Le peuple algérien vise à transmettre son message en scandant le slogan révolutionnaire, il met en scène son langage de manifestation à l'intérieur d'un contexte situationnel d'une communication particulière entre population et pouvoir.

¹⁶ La communication, (<http://hal.archives.ouvertes.fr/>)

¹⁷ LUCIE, Soltysiak. Enseignante en éducation socioculturelle, La communication interpersonnelle, Avis Viti Campus.

« Car c'est dans l'acte de communication dans l'événement communication, que le signifié retrouve le signifiant »¹⁸ **Source spécifiée non valide.** et que les slogans prennent leur signification. Et s'il y a un message de communication on doit forcément parler du schéma de communication.

2.1.4. Le schéma de communication

Le schéma de communication est la représentation schématique des éléments nécessaires à la communication.

¹⁸ Greimas, A. Sémantique structurale. PUF.1986. p : 30.

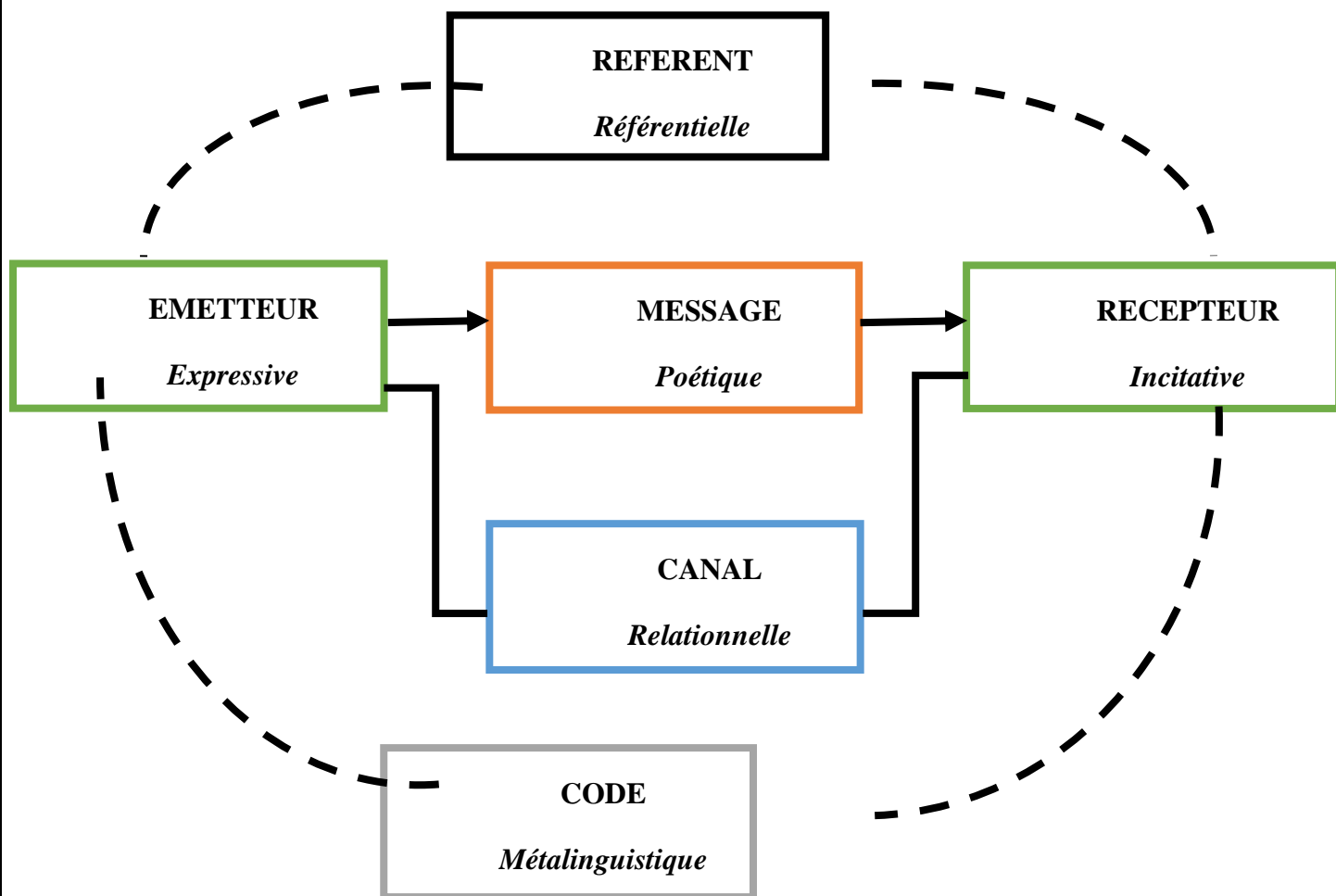


Figure 2 Le schéma de communication

L'application des éléments du schéma de la communication au cas d'un slogan sur une pancarte dans les manifestations des étudiantes de science médicale donne ceci :

- Le destinataire : les manifestants
- Le destinataire : le pouvoir, les autorités
- Le message : c'est le sens donné au slogan et transmis entre les participants,
- Le code(le moyen) : la langue
- Le canal : la forme écrite
- Le contexte : la situation sociale et culturelle

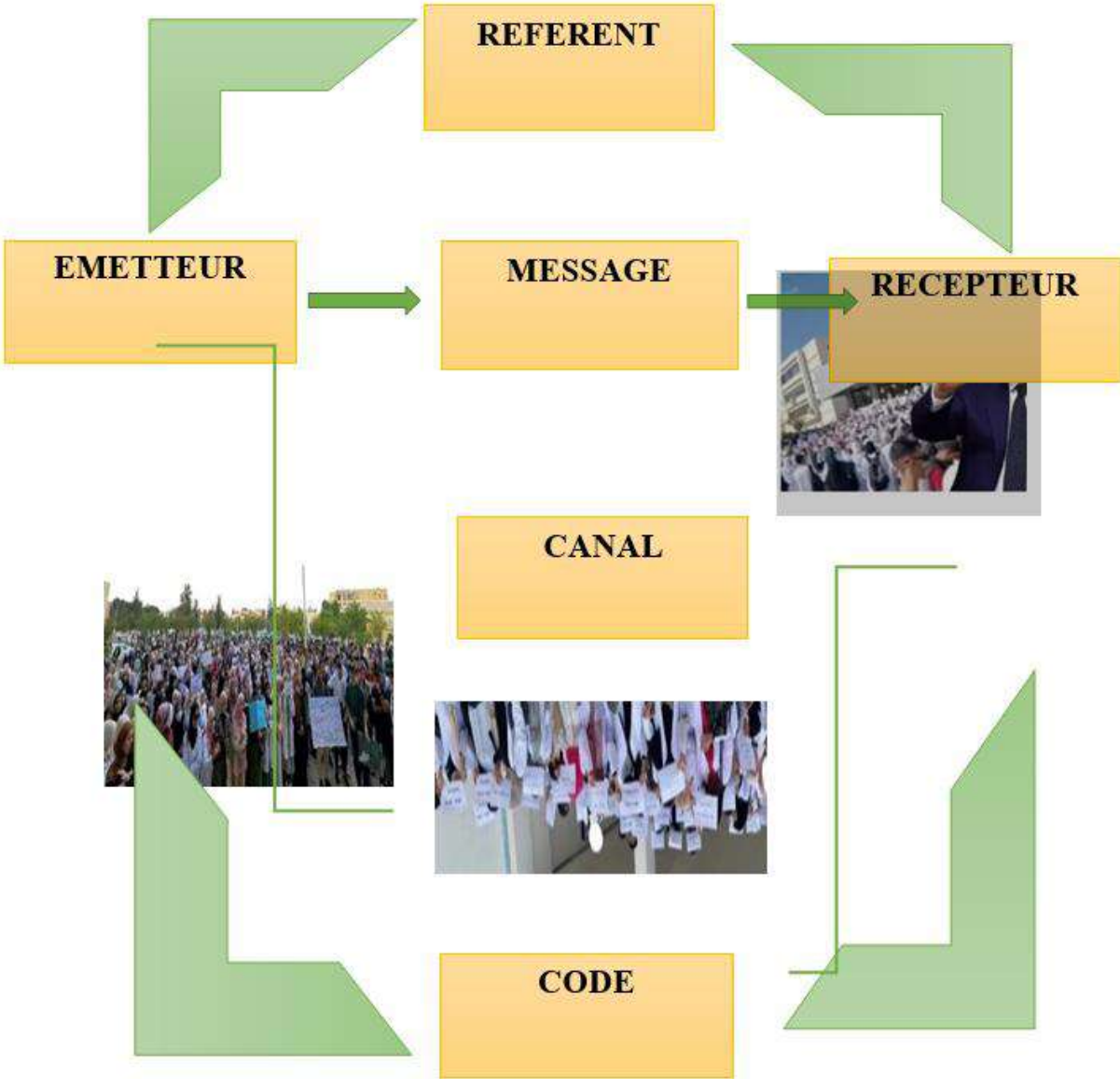




Figure 3 la solidarité des étudiants

Le para verbal dans les slogans : comme moyen communicationnel très efficace :

Communiquer par l'image :

Parce qu'on cherche à parler directement à la perception visuelle pour intéresser, choquer, émouvoir. Parce qu'on cherche à parler directement à la perception visuelle pour intéresser, choquer, émouvoir

Les catégories de Peirce

Peirce a cherché à établir une théorie des signes. Il a introduit des distinctions de catégories conceptuelles qui sont très utilisées en sémiotique, même si elles ne collent pas toujours exactement à la réalité. Il est important de connaître et de comprendre les principales.

Priméité, Secondéité, Tiercéité :

Peirce distingue trois « modes d'être » :

La priméité, univers des idées primitives, qui ont en elles-même leur essence ;

La secondéité, univers de ce dont l'essence est d'être quelque chose par rapport à quelque chose d'autre ;

La tiercéité, univers de ce dont l'essence est de mettre en relation deux autres choses.

Le signe lui-même relève de la tiercéité (modèle triadique du signe)

Modèle triadique du signe (Peirce)

« Un representamen est le sujet d'une relation triadique avec un second appelé son objet, pour un troisième appelé son interprétant [...] »

INTERPRETANT

REPRESENTAME

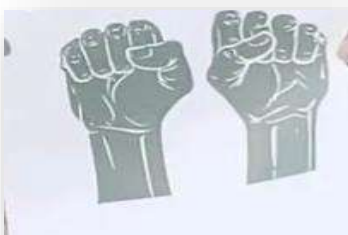
OBJET

Le para verbal dans les slogans : comme moyen communicationnel efficace :

- **Le haute parleur :**



▪ La force des mains :



▪ Le des mains :



Imojie :



Lors des manifestations, la communication ne se limite pas aux mots écrits ou parlés. Le para-verbal, c'est-à-dire tout ce qui accompagne le langage verbal sans en être le contenu strict, joue un rôle essentiel dans l'impact des slogans. En fonction des exemples pris des pancartes où figurent les slogans de notre corpus, nous pouvons repérer les éléments suivant

Le haut-parleur : il amplifie non seulement le volume sonore, mais aussi l'émotion portée par la voix (colère, détermination, espoir...). Il donne un rythme au slogan, souvent repris en chœur par la foule. Il crée une dynamique collective, mobilisant plus efficacement les manifestants.

La force des mains : Les gestes des mains renforcent le message. Ils peuvent souligner un mot (main levée au mot "liberté"), traduire des émotions (poing levé = lutte, mains ouvertes = appel, bras croisés = colère ou refus) où encore, créer une langue visuelle universelle qui dépasse la barrière des mots car le poing levé est un symbole historique de résistance et de solidarité.

L'usage des emojis : Les emojis apparaissent de plus en plus sur les pancartes ou en ligne (notamment dans les hashtags et campagnes numériques) Ils simplifient le message visuellement. Ils peuvent être satiriques, ludiques, ou percutants. Leur côté graphique attire l'œil et rend le message plus universel.

Le para-verbal dans les slogans transforme la manifestation en une expérience multisensorielle. Il renforce l'impact du message, attire l'attention des médias, et mobilise l'émotion du public. C'est un outil de communication efficace, expressif et universel.

Conclusion partielle

Dans ce chapitre, nous nous sommes attardée sur l'analyse des pancartes choisies, notamment celle des slogans, et ce en allant de la description à l'analyse linguistique tout en passant par l'interprétation personnelle. Nous avons poursuivi notre parcours avec l'intégration du non verbal grâce aux images collectées. En somme, nous avons réalisé l'importance de la communication révolutionnaire à travers les pancartes.

Conclusion générale

La situation linguistique en Algérie est caractérisée par la coexistence de plusieurs langues. Chacune d'entre elles, occupe un statut important. Pour étudier le plurilinguisme dans les slogans des pancartes des manifestations revendicatrices réalisées par les étudiants inscrits en sciences médicales en Algérie , nous avons organisé essentiellement notre travail en deux parties.

La première, intitulée Cadre conceptuel : Le slogan et situation sociolinguistique en Algérie constitue des balises théoriques et des données qui nous ont permis de nous familiariser avec notre thématique du plurilinguisme en Algérie, notamment à travers certaines notions clés comme le slogan, son pouvoir ainsi que son influence ; en outre la situation sociolinguistique en Algérie, nous avons abordé les langues présentes dans le territoire linguistique algérien où nous avons mis l'accent sur leur statut et leur usage. Nous avons aussi tenté de définir les notions clés de la sociolinguistique qui sont en relation avec notre thème de recherche.

Quant à la deuxième partie, intitulée Communication et analyse des slogans dans les pancartes des manifestations, a été réservée à l'analyse des pancartes contenant des slogans ainsi qu'à une synthèse des résultats présentés le but étant de répondre à notre problématique de départ à travers des réponses des réponses pertinentes.

L'analyse sociolinguistique réalisée à travers ce travail de mémoire comprend l'échantillon de 25 slogans repérés dans un ensemble de pancartes recueillies. Notre recherche s'est intéressée à l'impact que peuvent exercer les slogans plurilingues sur une situation d'inconfort vécue mais aussi pour démontrer le pouvoir des messages colportés par cet outil de communication qui véhicule divers ressentis comme le courage, la colère et convoque la détermination à travers cette démarche plurilingue.

La présence de plusieurs langues dans le discours des slogans écrits par les manifestants témoigne d'une aisance dans la pratique plurilingue de ces derniers, et ce, à travers l'utilisation de mots, ou de proposition en français, anglais, arabe dialectal, ou encore en arabe standard.

L'objectif principal de ce présent travail de recherche était celui d'apporter des réponses à des questions relatives au plurilinguisme présent sur les pancartes des manifestations des étudiants de sciences médicales en Algérie. Cette analyse nous a permis de répondre à notre questionnement de départ. Ainsi, nous avons confirmé les hypothèses de travail émises au préalable et selon lesquelles les pancartes plurilingues se sont manifestées comme un moyen de

communication et d'expression efficace pour unifier le message des manifestants et qu'elles ont contribué à la détermination de la diversité linguistique en Algérie .

Pour conclure notre recherche, nous proposons de développer notre travail d'analyse dans le discours politique en réponse à ces manifestations dans de futures recherches.

Références bibliographique

A. Rey, J. R.-D., & H. Cottez,. (1998). *Le Robert Micro-Dictionnaire D'apprentissage De La Langue Française*. Paris: Le Robert.

Barbeau, G. B. (s.d.). «*Reprise, reformulation et réappropriation : les traces de discours antérieurs*».

Blanc, & Hammers. (1963). *Bilingalité et bilinguisme*. bruxelles: Mardaga.

Boutet, J. (1997). *langage et société*. Paris: Ed seuil.

F. Lefeuvre, I. B. (2019). *Le genre bref: Des contraintes grammaticales, lexicales et énonciatives à une exploitation*. Berlin.

F. Lefeuvre, I. B. (2019). *Le genre bref: Des contraintes grammaticales, lexicales et énonciatives à une exploitation*. Berlin.

Gagnon, D. (2009). *Un slogan, et tout devient possible*. Québec français.

Gumprez. (1989). *sociolinguistique interactionnelle : une approche interprétative*. Université du la réunion l'harmattan.

J. Dubois. (2001). *Dictionnaire de linguistique*. Larousse.

Jaubert, J. M. (1985). *Slogan, mon amour*. France: Barrault.

Larousse. (1990,). *Petit Larousse illustré 1991*, . Larousse, .

MARTINET. (1974). *Éléments de linguistique générale*, .

Moreau. (1997). *sociolinguistiaue*. Magdaga.

Reboul, O. (1975). *Le Slogan*. Bruxelles,: Editions complexe.

Robert, J.-P. (2008). *Dictionnaire*. France: OPHRYS.

Y.Dubois. (1944). *Dictionnaire de linguiste et des sciences du langage*. paris: Editions Larousse,.

sitographie:

(2025, 01 consulté le:13). (heure: 14:30) Récupéré sur (<https://fr.wikipedia.org/wiki/Slogan>).

5Greimas. (1986). ,A. Sémantique structurale. PUF.

A. Rey, J. R.-D. (Éd.). (1998). *Le Robert Micro-Dictionnaire D'apprentissage De La Langue Française*. Paris,.

F. Navarro Domínguez, «. (s.d.). *Bulletin hispanique*. Récupéré sur La rhétorique du slogan : cliché, idéologie et communication: <https://www.perse.fr/doc/hispa>

Geneviève Bernard Barbeau, «. ". (2025, 02 consulté le : 22). *Reprise, reformulation et réappropriation : les traces de discours antérieurs dans le slogans écrites du printemps érable*. (3258) Récupéré sur <http://journals.openedition.org>.

GRANDGUILLAUME., G. (s.d.). Récupéré sur Langues et représentation identitaires en Algérie,: [http://grandguillaume.free.fr/ar_ar/langrep.html]

La communication, . (s.d.). Récupéré sur (<http://hal.archives.ouvertes.fr/>)

langue, L. d. (s.d.). Récupéré sur (<https://1000-idees-de-culture-generale.fr/langue-saussure/>).

SAUSSUSRE, F. .. (s.d.). Récupéré sur Cours de linguistique générale:
<http://laboiteasure.fr> langue : parole

Y. Safwat, «. d. (2016). Récupéré sur <https://www.cain.info/revue-communication-etlangages>.

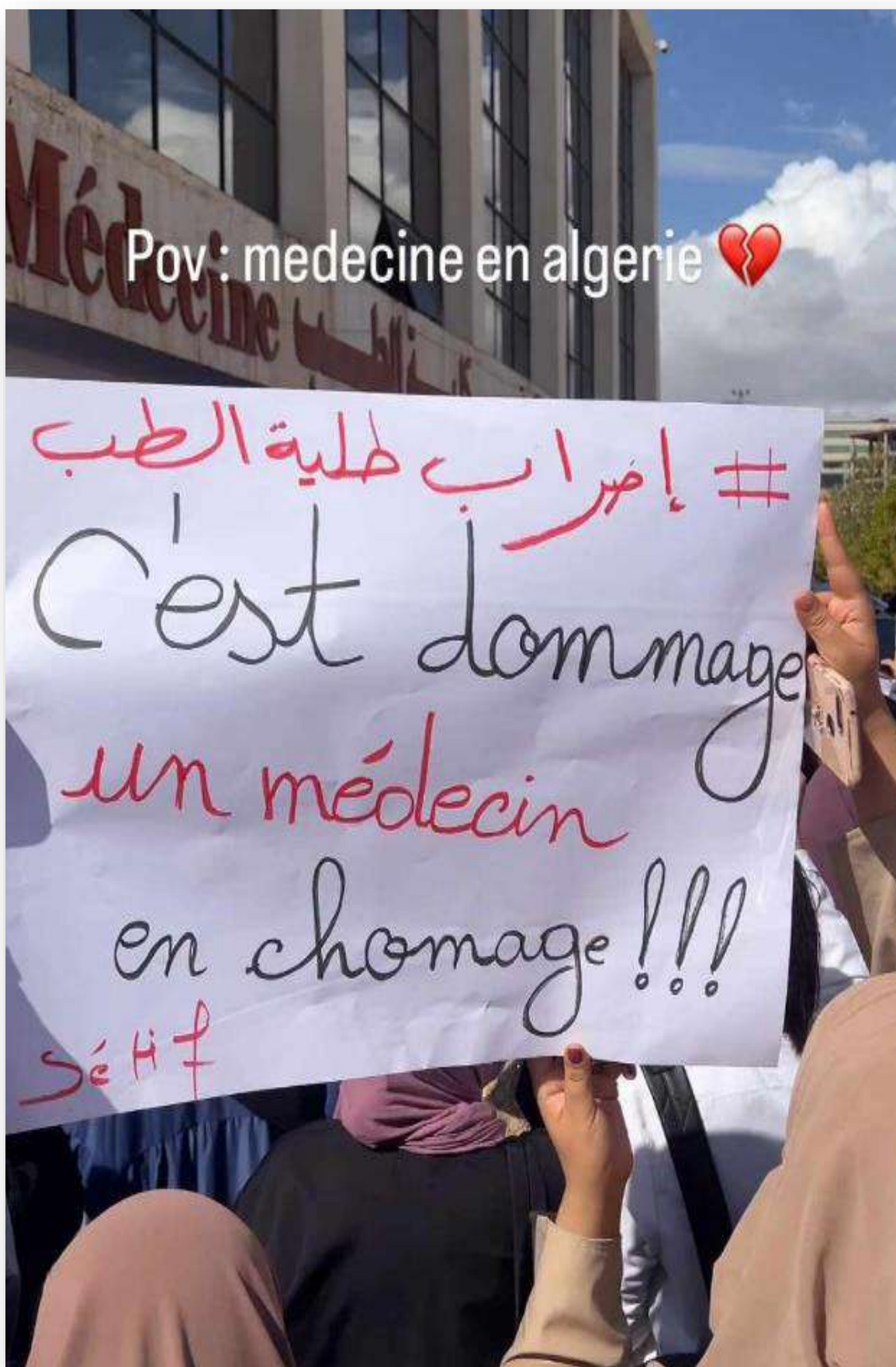
Annexe

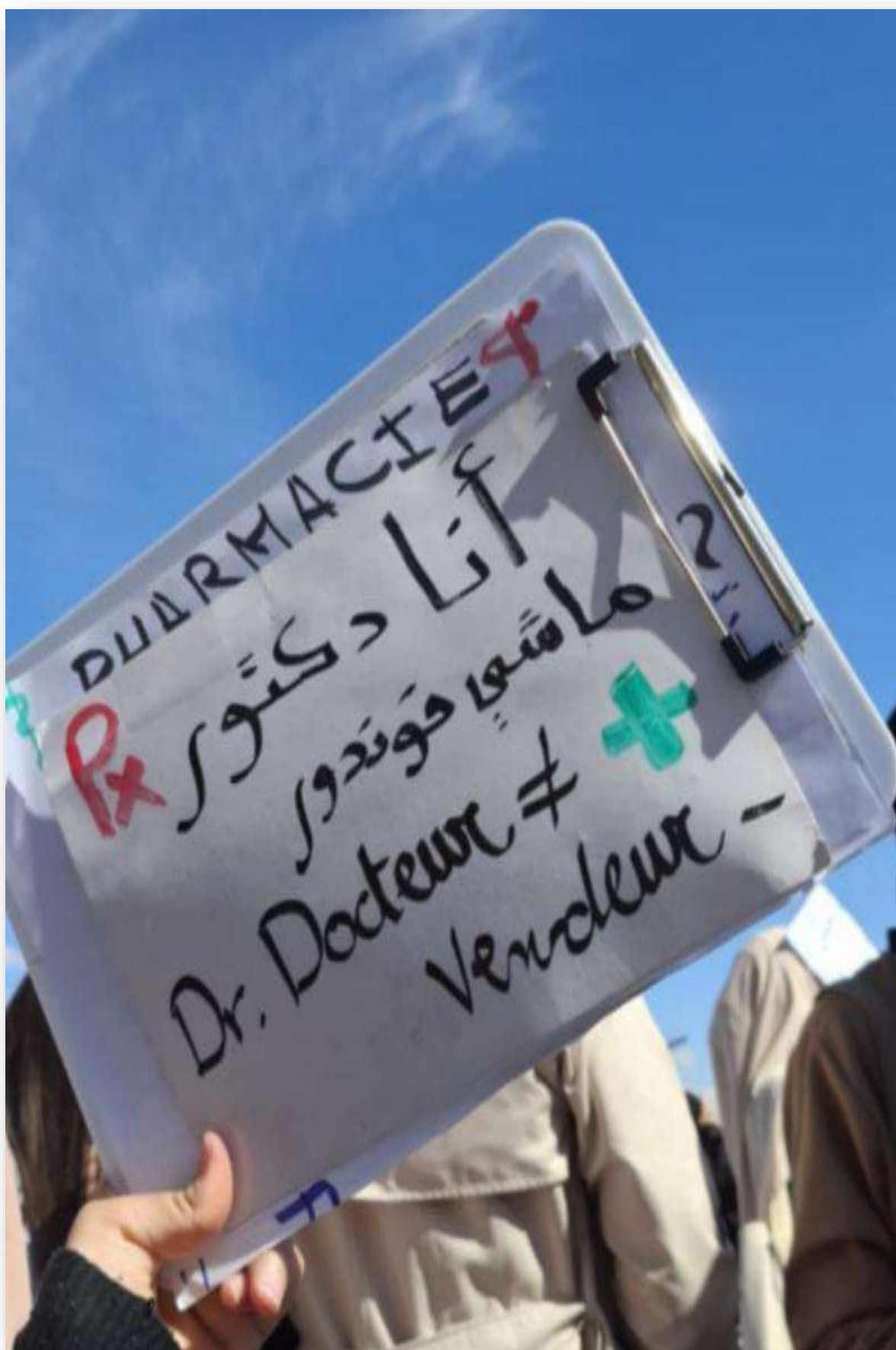




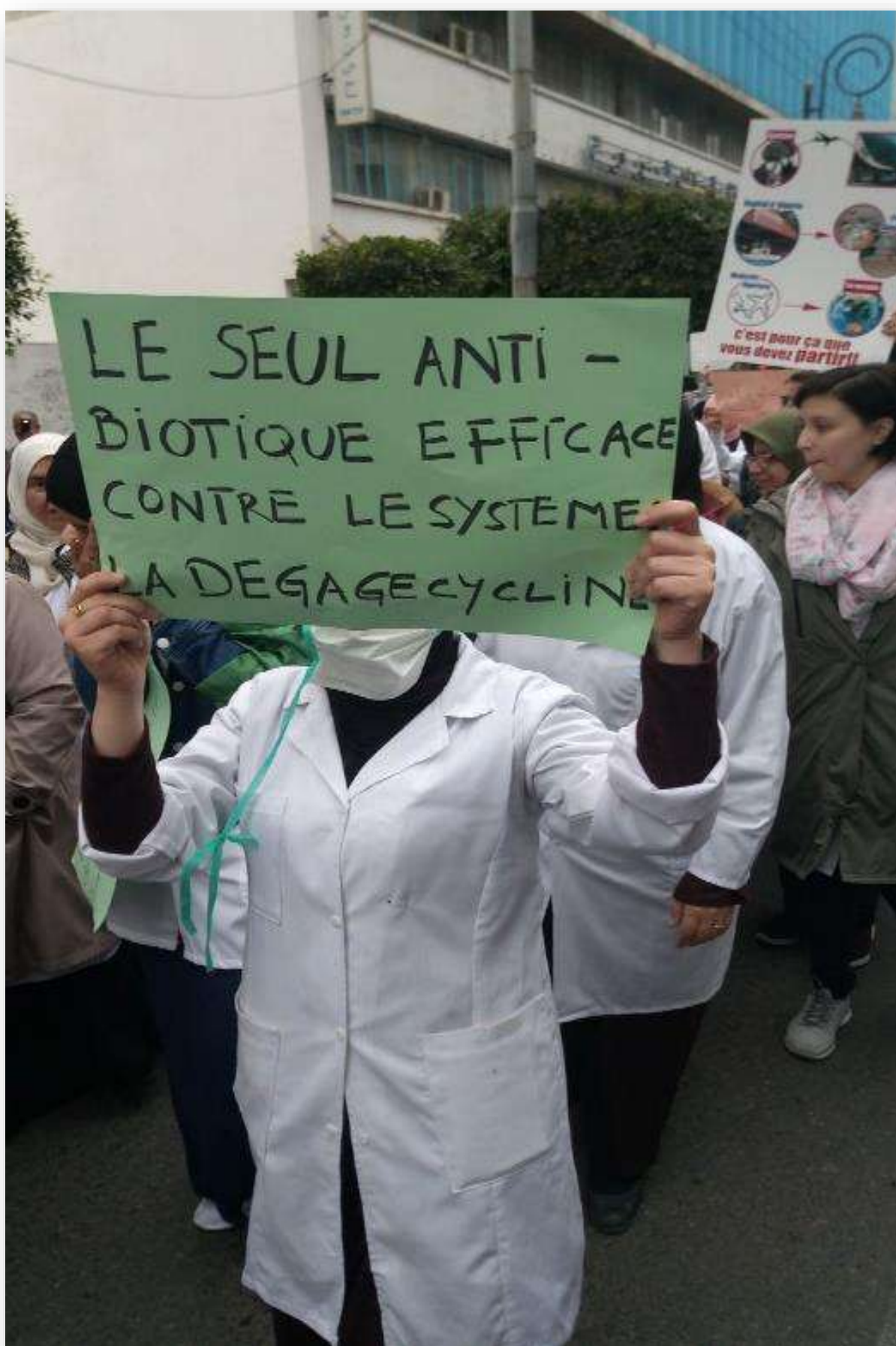






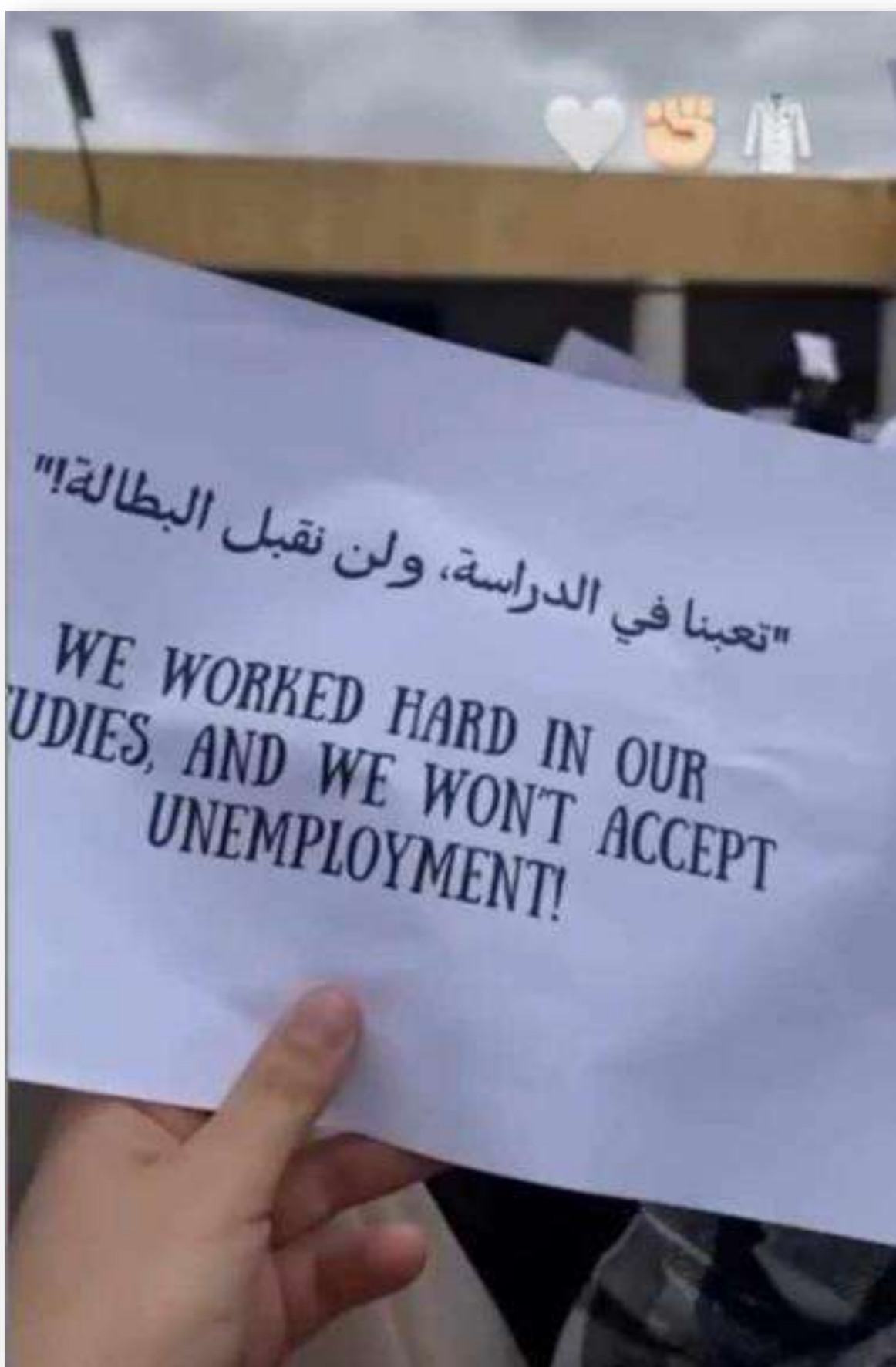






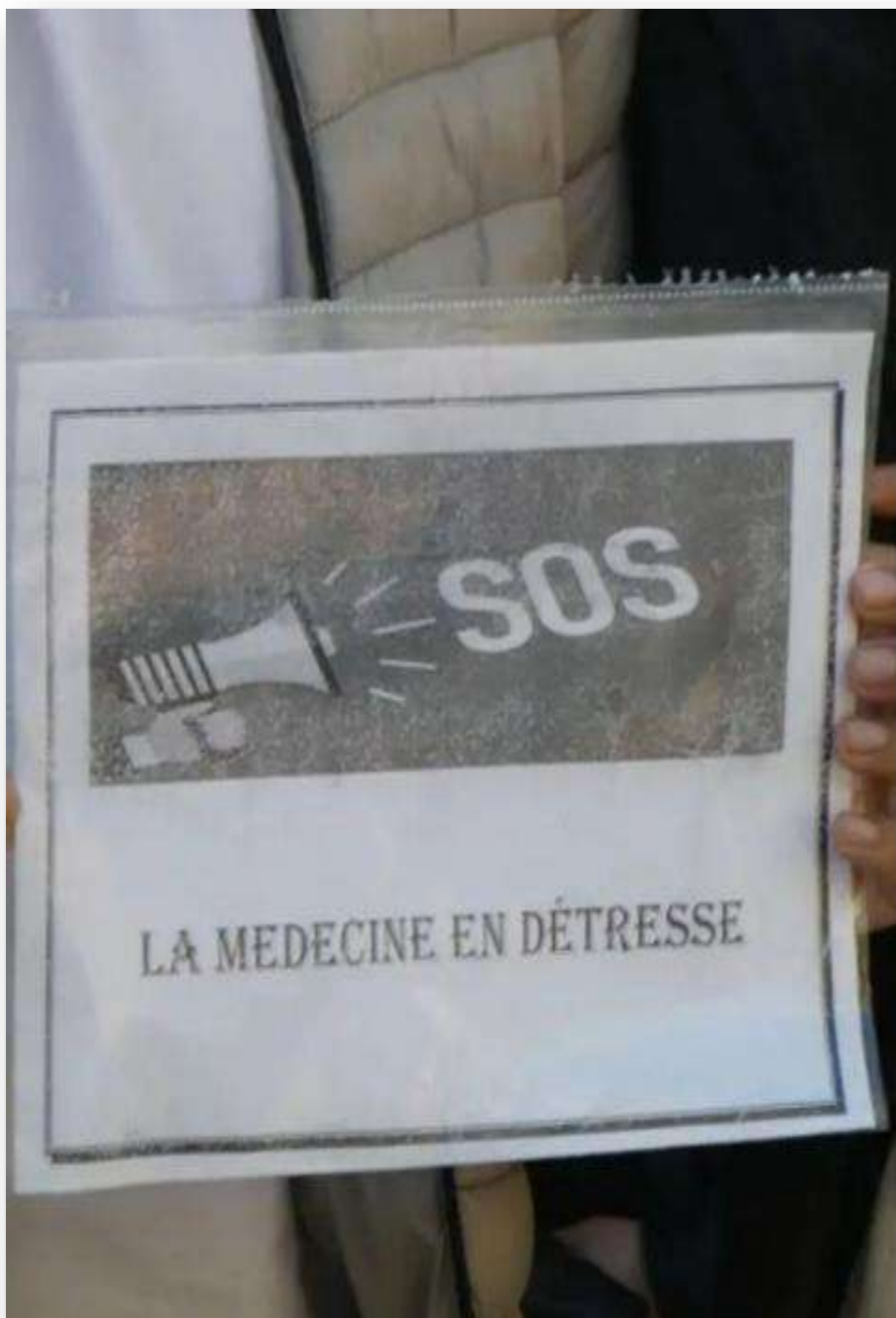


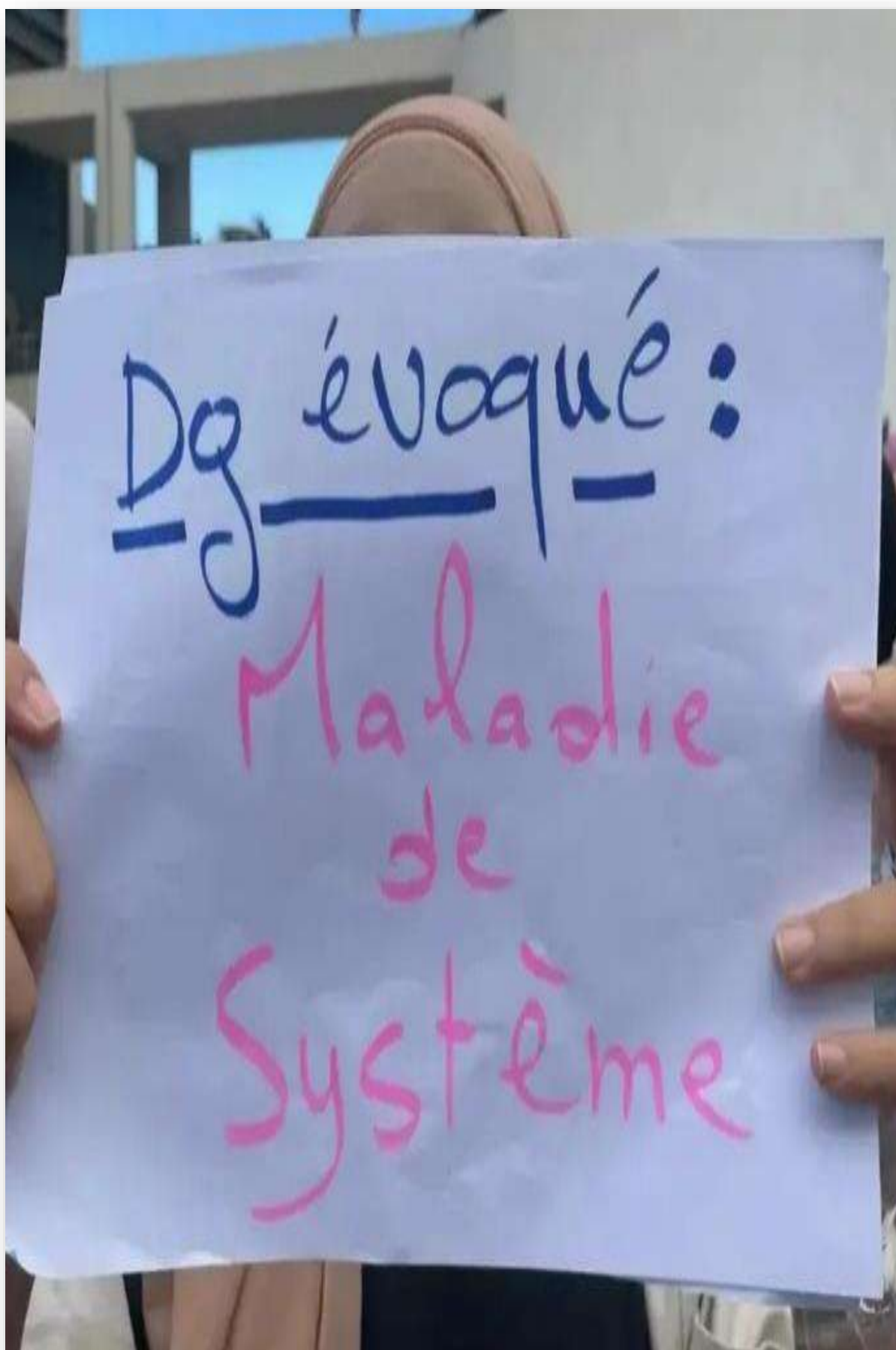


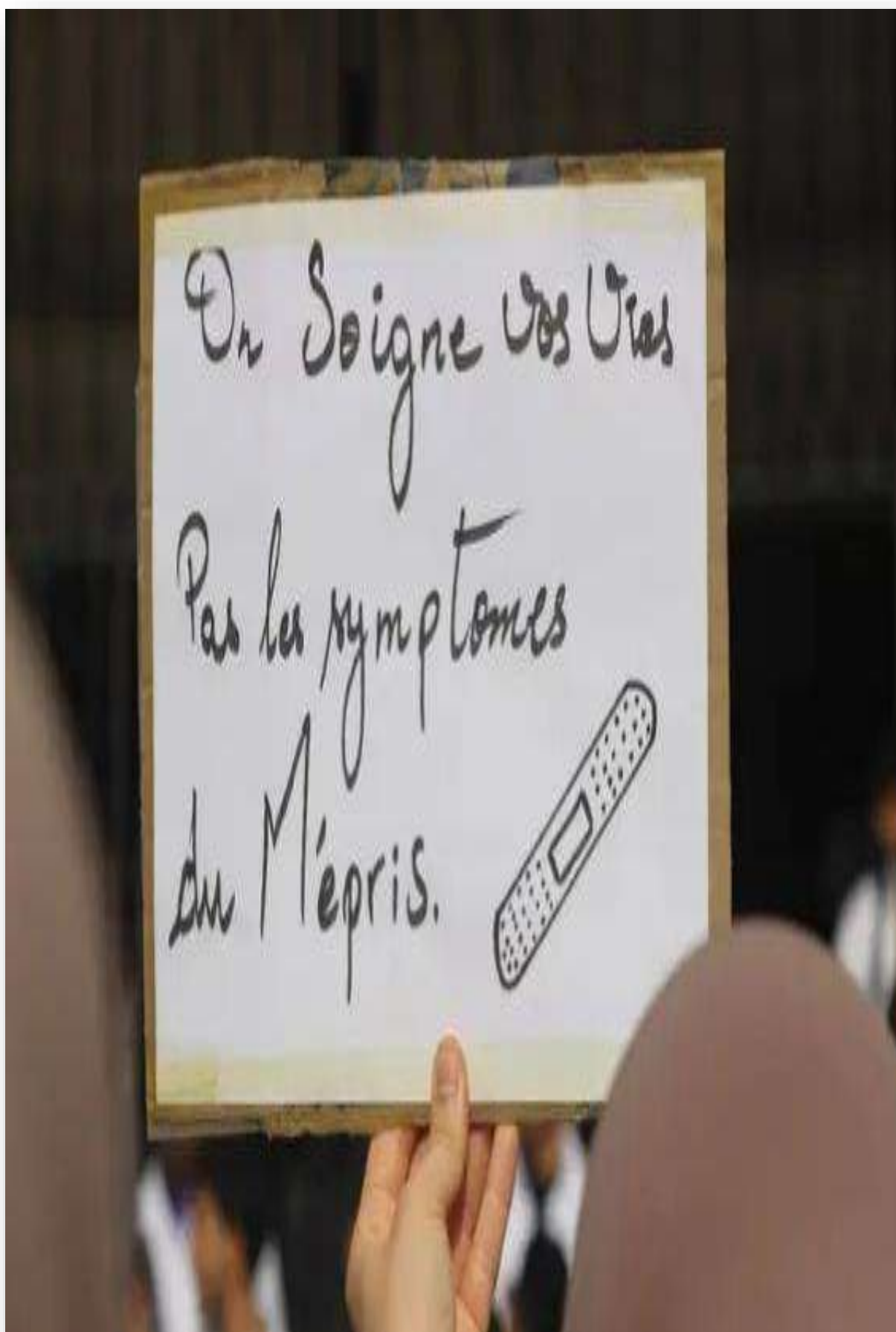




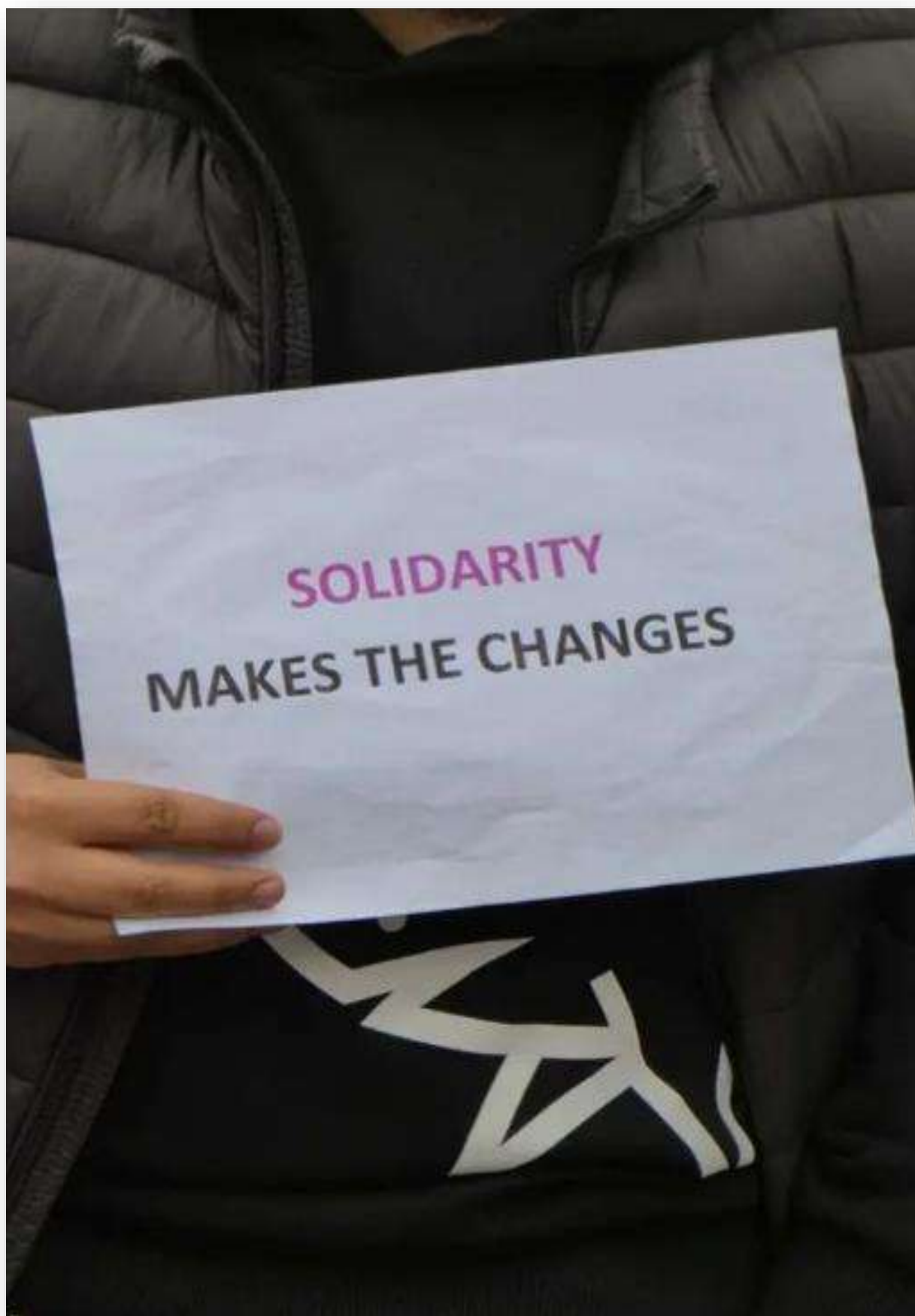




















Résumé :

Notre travail de recherche, intitulé « analyse sociolinguistique des slogans écrites des manifestations des étudiants de sciences médicale en Algérie », est effectué dans le cadre d'un mémoire de master afin de mettre l'accent sur la pluralité des langues qui caractérisent les slogans pour de déterminer le rôle de ce dernier dans l'unification du message de la communication révolutionnaire.

Mots clés : plurilinguisme, slogans, pancartes, communication révolutionnaire.

Summary:

Our research work, entitled "*A Sociolinguistic Analysis of the Written Slogans in the Protests of Medical Science Students in Algeria*", was conducted as part of a Master's thesis. Its aim is to highlight the plurality of languages used in the slogans in order to determine their role in unifying the message of revolutionary communication.

Keywords: multilingualism, slogans, placards, revolutionary communication.

الملخص:

يُعدّ عملنا البحثي، الذي يحمل عنوان "*التحليل السوسiolغوي للشعارات المكتوبة في مظاهرات طلاب العلوم الطبية في الجزائر*"، جزءاً من مذكرة ماجستير، ويهدف إلى تسليط الضوء على تعدد اللغات الذي يميز هذه الشعارات، من أجل تحديد دورها في توحيد رسالة التواصل الثوري.

الكلمات المفتاحية: التعدد اللغوي، الشعارات، اللافتات، التواصل الثوري.