

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE  
SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOUHAMED BOUDIAF - M'SILA

FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES  
DEPARTEMENT DES LETTRES ET LANGUE  
FRANCAISE  
N° :.....



DOMAINE : LETTRES ET LANGUES  
ETRANGERES  
FILIERE : LANGUE FRANCAISE  
OPTION : SCIENCES DU LANGAGE

**Mémoire présenté pour l'obtention  
Du diplôme de Master Académique**

**Par : LAHOUAOU Asma**

**Intitulé :**

**Enjeux polyphoniques des indexicaux dans le  
discours contestataire : Cas des slogans du *hirak*  
algérien**

**Soutenu devant le jury composé de :**

BEN KHELIL Rima	Université Mohamed Boudiaf -M'sila	Président
LAHOUAOU Soumia	Université Mohamed Boudiaf -M'sila	Rapporteur
BOUDJELAL Nadjia	Université Mohamed Boudiaf -M'sila	Examineur

**Année universitaire : 2019 /2020**

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE  
SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOHAMED BOUDIAF - M'SILA

FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES  
DEPARTEMENT DES LETTRES ET LANGUE  
FRANCAISE  
N° : .....



DOMAINE : LETTRES ET LANGUES  
ETRANGERES  
FILIERE : LANGUE FRANCAISE  
OPTION : SCIENCES DU LANGAGE

**Mémoire présenté pour l'obtention  
Du diplôme de Master Académique**

**Par : LAHOUAOU Asma**

**Intitulé :**

**Enjeux polyphoniques des indexicaux dans le  
discours contestataire : Cas des slogans du *hirak*  
algérien**

**Année universitaire : 2019 /2020**

## **Remerciements**

*Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidée lors de la rédaction de ce mémoire.*

*Je tiens à exprimer toute ma reconnaissance envers ma famille qui m'a toujours encouragée et soutenue ; un grand merci à ma mère source d'encouragement qui veille sur moi, ses prières tout au long de mon parcours universitaire, sans oublier mon père, mes chers frères et mes chères sœurs.*

*Je voudrais également remercier ma sœur et ma directrice de recherche Mme. LAHOUAOU Soumia pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter ma réflexion. Je la remercie de m'avoir encadrée, orientée, encouragée et aidée durant ces mois de travail.*

*Je tiens à remercier spécialement le professeur IMOUN Youcef, qui fut le premier à me faire pousser et encourager de découvrir le sujet qui a guidé mon travail.*

*Je remercie également les membres de jury d'avoir accepté l'évaluation de ce travail.*

*Enfin un grand merci destiné aux enseignants qui m'ont suivi tout au long de ces années de formation au sein de l'université de M'sila.*

## *Dédicace*

*Je dédie ce travail à ALLAH le tout puissant, à mes parents à qui je dois ce que je suis devenue.*

*A ma mère Fatiha, par les inestimables sacrifices qu'elle a consentis pour moi et qu'elle m'a dotée d'une éducation honorable, son amour et son bienveillance ont fait ce que je suis aujourd'hui. Ce travail est le résultat de vos prières incessantes, de votre tendresse et de votre amour.*

*Je vous serai reconnaissante toute ma vie, qu'ALLAH t'accorde longue vie dans la santé.*

*A mes chers frères : Oussama, Salah et Youcef, ma source d'encouragement et de force.*

*A ma chère sœur Amel que j'aime. Tes mots apaisés, tes encouragements, t'as su me pousser à croire et aller de l'avant. Aucun mot ne peut exprimer ma reconnaissance.*

*Un grand remerciement aux membres de ma famille et mes camarades du groupe de S.D.L notamment à Yasmine BOUAFASSE pour sa confiance et sa sincère amitié.*

*A madame LAHOUAOU Soumia, ma très chère sœur et ma directrice de recherche qu'a fourni un énorme effort et surtout sa patience pour que ce travail voie le jour. Jamais je n'oublierai vos propos pleins de sagesse et d'instruction. C'est ainsi que j'adore discuter avec vous sur tous les sujets afin d'apprendre encore et toujours encore.*

*Qu'ALLAH vous accorde santé et longévité !*

# TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION GÉNÉRALE .....	08
-----------------------------	----

## CHAPITRE I : « *Autour de la contestation et ses différentes formes de communication* »

### Introduction

1. La contestation, ses différents modes et ses deux types .....	12
2. Le slogan comme moyen de lutte symbolique, matérielle et discursive.....	13
2.1.Les caractéristiques du slogan protestataire .....	15
2.2. La typologie des slogans .....	16
3.Les différents supports de communication employés pendant le <i>hirak</i> .....	17
3.1.La banderole .....	17
3.2.La pancarte .....	18
3.3.Le graffiti .....	19
3.4.L'affichette .....	21
4.La chronologie du <i>hirak</i> algérien jusqu'aux élections présidentielles .....	23

### Conclusion

## CHAPITRE II : « *La polyphonie et les indexicaux dans le discours* »

### Introduction

1.Le discours et ses genres .....	32
1.1.Les genres du discours.....	33
1.2.Le discours contestataire comme genre de discours.....	34
2.La polyphonie .....	35
2.1.Les deux formes de la polyphonie .....	35
2.2.1. La polyphonie sémantique .....	36
2.2.2. La polyphonie intertextuelle.....	39
3.L'indexicalité.....	40
3.1.Les indices de l'énonciation .....	41

3.1.1. La déixis .....	42
3.1.1.1. Déixis vs anaphore .....	43
3.1.2. Les déictiques.....	43

Conclusion

## CHAPITRE III : « *Analyse des indexicaux dans les slogans polyphoniques du Hirak* »

Introduction

1.Présentation et description du corpus .....	50
1.1.Présentation des approches adoptées.....	50
2. Présentation de la grille d'analyse .....	51
2.1. La polyphonie sémantique .....	53
2.2. La polyphonie intertextuelle .....	55
3.Analyse des slogans de la polyphonie sémantique .....	56
3.1.Analyse de la première image .....	56
3.1.1. Description de l'image 01.....	56
3.1.2. Les instances énonçantes .....	56
3.1.3. La polyphonie sémantique et les indexicaux personnels .....	56
3.1.4. Synthèse .....	58
3.2. Analyse de la deuxième image .....	58
3.2.1. Description de l'image 02.....	58
3.2.2. Les instances énonçantes .....	59
3.2.3. La polyphonie sémantique et les indexicaux possessifs .....	59
3.2.4. Synthèse .....	60
3.3. Analyse de la troisième image .....	61
3.3.1. Description de l'image 02 .....	61

3.3.2. Les instances énonçantes .....	61
3.3.3. La polyphonie sémantique et les indexicaux spatio-temporels.....	61
3.3.4. Synthèse .....	63
3.4. Analyse de la quatrième image .....	63
3.4.1. Description de l'image 04 .....	63
3.4.2. Les instances énonçantes.....	64
3.4.3. La polyphonie sémantique et les indexicaux démonstratifs.....	64
3.4.4. Synthèse .....	65
3.5. Analyse de la cinquième image .....	66
3.5.1. Description de l'image 05.....	66
3.5.2. Les instances énonçantes .....	66
3.5.3. La polyphonie sémantique et le « on » collectif.....	66
3.5.4. Synthèse .....	68
4. Analyse des images de la polyphonie intertextuelle .....	69
4.6. Analyse de la sixième image .....	69
4.6.1. Description de l'image 06 .....	69
4.6.2. Les instances énonçantes .....	69
4.6.3. La polyphonie intertextuelle, indexicaux personnels et savoirs partagés.....	69
4.6.4. Synthèse .....	71
4.7. Analyse de la septième image .....	71
4.7.1. Description de l'image 05 .....	71
4.7.2. Les instances énonçantes .....	72
4.7.3. La polyphonie intertextuelle, indexicaux spatio-temporels .....	72

4.7.4. Synthèse .....	73
4.8. Analyse de la huitième image .....	74
4.8.1. Description de l'image 08 .....	74
4.8.2. Les instances énonçantes .....	74
4.8.3. La polyphonie intertextuelle, indexicaux et savoirs partagés.....	75
4.8.4. Synthèse .....	76
4.9. Analyse de la neuvième image .....	77
4.9.1. Description de l'image 09 .....	77
4.9.2. Les instances énonçantes .....	77
4.9.3. La polyphonie intertextuelle, indexicaux et savoirs partagés.....	77
4.9.4. Synthèse.....	79
5. Synthèse et discussion des résultats .....	80
CONCLUSION GÉNÉRALE .....	84
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	
ANNEXES	

---

# **INTRODUCTION GENERALE**

---

Le mouvement du 22 février 2019 appelé le « hirak » a marqué les esprits et l'opinion internationale par son ampleur et son caractère pacifique, il a également signé le retour du politique par l'entrée en scène du citoyen. Ce dernier qui a exprimé pacifiquement sa volonté de rompre avec l'ordre post-colonial pour construire une Algérie plurielle, fière de son passé et ouverte sur le monde avec humour et poésie.

Au fil des vendredis, les citoyens se sont unis et réunis sous les mêmes slogans. Ils ont donc opté pour la productivité de ce moyen expressif et communicationnel mobilisant différentes stratégies discursives afin d'assurer l'efficacité de leur discours et de maintenir l'aspect pacifique de ce mouvement contestataire.

De ce fait, Notre travail de recherche vise à comprendre le rôle des déixis dans l'ancrage de la polyphonie dans le discours en l'appliquant sur les slogans conçus par les Algériens lors du hirak qui ont imposé un dialogue et un débat public dans la rue algérienne et à travers leurs écrits. Nous nous intéressons particulièrement aux énoncés polyphoniques prédominants dans ce type de discours. Pour ce faire, nous nous appuyons sur les travaux des linguistes, analystes de discours et polyphonistes tels que O.Ducrot ; M.Bakhtine et Garfinkel.

L'idée de polyphonie vient du fait qu'on ne peut pas prendre la parole sans tomber dans tel ou tel genre de discours, sans s'inscrire dans une interaction plus ou moins explicite avec d'autres discours (comme le souligne Bakhtine), sans construire une scène interlocutive qui distribue la personne, l'espace et le temps à partir du locuteur-énonciateur. Certes, il y a des études qui ont été déjà faites sur la polyphonie, citons : *La polyphonie linguistique dans le slogan publicitaire algérien d'expression française du Quotidien d'Oran ; Etude linguistique des marques de polyphonie dans le discours de presse. Cas du Quotidien d'Oran*. Nous nous sommes consignée à une telle fixation d'étude afin d'apporter aux travaux précédents le rôle des indexicaux dans le repérage de la polyphonie. Notre choix du sujet est sous-tendu par plusieurs raisons, citons :

-La particularité de ce mouvement contestataire quant à la créativité et la productivité linguistique et discursive massive par les manifestants algériens, et le désir de découvrir l'impact du slogan contestataire dans la diffusion du message et dans la force de cette mobilisation.

Un peu plus subjectivement, ce qui nous semblait être un avantage, est que nous avons participé dans cette révolte en tant qu'une citoyenne appartenant à la société algérienne.

De ce fait, notre regard se porte et se centre exclusivement autour des slogans d'expression française. Nous formaliserons la réflexion par une question, centrale et matrice de cette recherche :

- Dans les slogans contestataires d'expression française brandis lors du hirak, quel est le rôle énonciatif des indexicaux dans l'expression d'une voix plurielle ?

Cette question principale nous oriente vers des questions secondaires à savoir :

- Comment les indexicaux participent-ils dans l'articulation d'une multiplicité de voix dans le discours contestataire des Algériens ? et pourquoi ?
- Comment peut-on distinguer entre les instances énonciatives au sein de l'unique énoncé contestataire ?
- Que peut-on exprimer à travers les différents types de déixis existant dans les slogans contestataires ?

A partir de cette problématique et des différentes questions qu'elle suscite, nous fixons pour notre étude quelques hypothèses servant à rendre plausible cet état de fait et de mieux le cerner. Les hypothèses que nous formulerons accompagnent notre processus d'analyse et le rend mieux explicite, elles se présentent à nous comme suit :

- Les indexicaux serviraient à montrer la subjectivité, la position du sujet parlant et à favoriser le statut énonciatif de cette action en actualisant une pluralité des voix énonciatives au sein d'un unique énoncé ;
- Les Algériens concevraient des slogans polyphoniques en employant des indices énonciatifs dans leurs slogans afin d'afficher leur positionnement envers le système, d'une manière satirique et humoristique. Ainsi, les manifestants auraient recours à des textes anciens appartenant aux répertoires populaire, scientifique et politique pour transmettre le message et articuler une plurivocité énonciative ;
- Les déixis simples se référeraient au locuteur, et les déixis doubles renverraient à l'énonciateur. Cela dépendrait du contexte et du point d'appui (le centre déictique).
- Les énoncés polyphoniques qui comprennent les déictiques énonciatifs seraient aptes à transmettre des connaissances sur le comportement individuel, l'identité, l'éthos, la doxa, etc.

Notre choix nous paraît opportun et propice à une analyse qui s'engagera (sert) à montrer le rôle des déixis pour exprimer la polyphonie dans le discours contestataire, et à élucider cette facette cachée mais combien significative et déterminante du slogan contestataire et son impact sur la désobéissance algérienne. Cela attire spécialement notre attention dans ce travail

avec une visée cherchant à en connaître davantage les arcanes des constructions référentielles autour de l'indexicalité (déictiques) et sa concrétisation dans les slogans contestataires.

Ce choix précis des mouvements ayant marqué la productivité discursive massive des slogans se justifie par ses parts implicatives affectant, non seulement une instance médiatique et les choix des slogans mais implique aussi d'autres instances publiques particulièrement communautaires. C'est dans cet ordre d'idées que nous avons jugé utile de développer notre analyse autour de cet évènement ayant marqué l'histoire de l'Algérie moderne et nous en tant que citoyenne algérienne.

Ainsi, dans le but de réaliser notre travail au mieux, nous comptons adopter une approche énonciative menée à l'aide des méthodes analytique et descriptive que nous estimons convenables pour l'étude des slogans contestataires. Notre corpus est constitué de 21 slogans tirés de sites et des réseaux sociaux. Nous veillerons à ce qu'ils soient triés selon le type de polyphonie et de leur ordre d'apparition.

Afin de répondre à la problématique énoncée précédemment, nous répartirons notre travail en trois chapitres :

Le premier chapitre tentera de mettre sous la loupe le discours contestataire/ la contestation survolant ses types et ses différents modes, ensuite nous aborderons le slogan comme moyen linguistique et discursif conçu par les *hirakistes* algériens en repérant ses caractéristiques, sa typologie et son impact sur le développement de cette action collective. De plus, nous évoquerons les supports d'expression et de communication scandés lors du *hirak* en déterminant sa chronologie de la naissance aux élections présidentielles.

Dans le deuxième chapitre, nous viserons à définir, sous l'aspect théorique, les notions discursives et les moyens énonciatifs permettant de dévoiler la pluralité de voix énonciatives masquées : le discours protestataire, la déixis, la subjectivité énonciative, les catégories grammaticales, présuppositions, etc. tout en nous basant sur les travaux de O. Ducrot, M. Bakhtine et Garfinkel.

Dans le troisième chapitre, nous opterons pour une analyse des données que nous avons recueillies, articulée sur deux volets : le premier présentera tout d'abord notre corpus, notre méthodologie et la grille d'analyse que nous adopterons. Le deuxième entamera une analyse détaillée des slogans contestataires. En dernier lieu, notre étude sera clôturée par une synthèse dans laquelle nous interpréterons et discuterons les résultats obtenus, et une conclusion contenant des réponses à notre problématique.

# CHAPITRE I

---

*Autour de la contestation et ses différentes formes de  
communication*

---

## Introduction

Dans le présent chapitre, d'ordre méthodologique, intitulé « *autour de la contestation et ses différentes formes de communication* », nous nous intéresserons en premier lieu, à la contestation, notamment en contexte algérien, en mettant l'accent sur ses types et ses différents modes d'expression. En deuxième lieu, nous focaliserons notre attention sur le slogan comme moyen de lutte symbolique, matérielle et discursive ; nous tenterons de dégager ses caractéristiques, sa typologie et son impact. En dernier lieu, nous citerons les supports de communication employés au cours de cette action collective et nous terminerons par le mouvement contestataire nommé *hirak*<sup>1</sup> en traçant sa chronologie de la naissance aux élections présidentielles.

### I. La contestation, ses différents modes et ses deux types

L'année 2019 a marqué les marches des citoyens algériens en tant qu'acteurs centraux de la scène politique. Ils sont en effet descendus dans la rue pour exiger un pouvoir civil en réclamant leur dignité à travers une réalisation discursive massive à l'aide d'une gamme de moyens contestataires.

Or, ces marches collectives constituent et plutôt font effectivement l'émergence d'une action collective appelée *le hirak* vu que ce mouvement social prene le linguistique comme une arme contre son ennemi, afin de partager son message et atteindre son objectif. Ces mouvements sociaux peuvent être conçus comme des « *espaces publiques provisoires, des moments de création collective qui fournissent aux sociétés des idées, des identités, et même des idéaux* ». (Ron Eyerman & Andrew Janison. 1991, P.4). Cela signifie qu'au cours de ces mobilisations, les foules manifestants favorisent une créativité langagière et ancrent des idées communautaires, une volonté populaire et surtout une voix plurielle de la majorité de la population dans leurs slogans (écrits/chantés).

En effet, cette série de sorties, accompagnée des dynamiques langagières, renvoie au concept de contestation, ce dernier acquiert un sens spécifique à partir de 2013 où il devient le synonyme de « *discussion* » (*LeRobert de poche*. 2013 p.151). Plus tard, il se procure une connotation proprement politique et renvoie à « *l'attitude de remise en cause des idées reçues par un groupe social* » (Vezzani Ilaria, 2013, P. 56). *Langue et discours de la contestation*

---

<sup>1</sup> Est un concept très employé par les écrivains citant ; Ait Dahmane, et dans les chaînes télévisées internationales et la presse locale et étrangère etc. pour désigner qu'il est un mouvement contestataire programmé et bien organisé par les activistes algériens d'une manière pacifique.

*enjeux et représentations des luttes sociales et politiques en Italie 1967-1980*). Par ailleurs, cette façon de penser et d'exprimer un refus sociétal permet essentiellement la naissance d'un esprit contestataire et par conséquent une transition vers le fait faire. Et pour contester, il existe plusieurs moyen et corps de contestation dont : les syndicats, les médias, les grèves, les manifestations...

Il est important de noter que les mobilisations contestataires se répartissent en deux types, il y'en a celles qui sont structurées et d'autres spontanées. D'abord, la contestation structurée est prévue et organisée à l'avance, généralement en présence de syndicat. C'est-à-dire dans ce type de revendication, il y a toujours des personnes responsables, des organismes, des institutions, des partis politiques etc. qui programment et organisent ce genre de contestation hormis l'organisation, mais également ils instaurent et établissent les règles et délèguent les négociations.

Le mouvement spontané est, de son côté, une réaction à une action qui a provoqué le mécontentement général (Pénélope Larzilière. 2013, P.89). Cela signifie qu'il est dirigé par le peuple et les décisions sont prises à l'unanimité sans intervention ni des syndicats ni d'autres partis. En d'autres termes, c'est l'opinion populaire qui gère et organise la contestation pour une démocratie totale (du peuple au peuple).

## **II. Le slogan comme moyen de lutte symbolique, matérielle et discursive**

Avant d'aborder les différentes définitions du mot « slogan », il faut à l'évidence évoquer l'étymologie ; le terme « slogan » est en effet défini par Larousse (2011) comme il faut donner le mot source : « *cri de guerre, formule de publicité ; mot angl., d'orig. Ecossaise, signif cri de guerre, du gaélique sluagh, troupe, et gairm, cri* ». (Anorexie. 2011. *Grand Dictionnaires étymologique & historique du français*. Vol. 1, p. 926-927. Paris, France : Larousse). Avant 1830, le slogan était un moyen accolé aux luttes et aux guerres, mais plus tard au 16eme siècle, le slogan a acquis une nouvelle dimension, grâce aux Américains qui lui ont conféré une dimension purement commerciale et publicitaire ; puis, au 19ème siècle, il devient un mot d'ordre électoral. Autrement dit, c'est vers les années 1930 que le slogan a reconnu une nouvelle charge sémantique et est arrivé un sens strictement politique. Cela a été confirmé par Olivier Reboul (1975, 14) « *le mot, qui en anglais était venu de la politique à la publicité, est passé en français de la publicité à la politique. Mais à une politique placée sous le signe de propagande de masse* ».

Revenons aux différentes acceptions du concepts « slogan », commençant par celle d'O.Reboul (1975, P.42) dans le *Slogan* :

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'auto-justification, 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. (O. Reboul. 1975. P42).

Cette définition du « slogan », propose une description formelle et sémantique de cet outil d'expression, plus d'une mise en exergue de son rôle persuasif et incitatif. En d'autres termes, Reboul avance que le slogan est un voisinage de mots dans une phrase courte, sur laquelle le locuteur peut ancrer ses idées et ses sentiments. Ces formules courtes sont conçues de façon qu'elles soient faciles à repérer et à mémoriser, de façon à frapper l'imagination de l'allocutaire. Grâce à son anonymat, ce slogan est considéré comme un excellent moyen de diffusion de messages.

Passons au dictionnaire LeRobert de poche qui le définit comme « *une formule concise et frappante (publicité, propagande)* » (LeRobert de poche, 2013, P. 668). Cette définition insiste sur la concision du slogan pour qu'il attire l'attention et se retienne facilement en distinguant deux types : le premier est le publicitaire destiné aux commerces tandis que le deuxième de propagande utilisé dans le contexte politique.

Terminons par la définition de M.J.Jaubert dans *Slogan, mon amour* « *ce doit être une formule courte, facile à retenir, si possible pourvue d'un rythme interne, de rimes et d'allitérations* » (M.J.Jaubert, 1985,P.10). Jaubert reprend les caractéristiques citées dans les deux premières définitions tout en insistant sur les procédés de sonorités qui participent dans la mémorisation des slogans.

Pour récapituler, le slogan avec ses deux formes, publicitaire ou de propagande, désigne une courte construction, verbale et non verbale, qui frappe les esprits avec son message répétitif et poétique. Il est nécessaire de préciser que le slogan relie le signifiant et le signifie, ils sont inséparables. Mais également, il puise ses propos, des croyances et de l'identité populaire d'un groupe social.

A partir des définitions précédentes du terme « slogan » nous pouvons dégager les différentes caractéristiques à savoir : la concision, la dimension poétique, anonymat, drôle, figement,...

## II.1. Les caractéristiques du slogan protestataire

Comme toutes les formes d'expression, le slogan et particulièrement le slogan révolutionnaire se caractérise par plusieurs traits citons : la concision, l'anonymat, l'humour, la brièveté ... Ces caractéristiques permettent au slogan d'être efficace renforcent son pouvoir sur les deux volets linguistique et sémantique.

En particulier, dans notre contexte le slogan délivré lors de la protestation se caractérise par son contexte discursif spécifique de la revendication, et par des effets perlocutoires visés (John Lyons,1980). C'est-à-dire le slogan protestataire se constitue d'un énoncé à visée communicationnelle qui met un lien entre sa structure et sa force illocutoire en impliquant le sens commun entre protestants et les partis politiques. En se référant à la citation de John Lyons « *on ne peut pas non plus employer n'importe quelle sorte de phrases pour accomplir n'importe quel acte illocutoire* » (John Lyons,1987, P.353). Soulignons aussi qu'il faut contextualiser le slogan afin qu'il devienne protestataire, c'est-à-dire s'il est décontextualisé et n'est pas réalisé dans des circonstances spécifiques, il risque de perdre systématiquement sa valeur sémantique et il peut nous transmettre un autre message.

**-La concision** : le slogan révolutionnaire se caractérise par sa réduction, sa brièveté et par l'emploi des formules langagières courtes afin qu'il soit mémorisable et agréable à répéter. Cette brièveté lui permet de se rapprocher à d'autres énoncés tels que les proverbes et les devises. On remarque le recours aux mots pleins (verbe, adjectif, nom...) en éliminant les mots outils (article, conjonction, préposition...);

**- Poétique** : cette fonction est l'enveloppe structurelle du slogan, ce dernier est trop riche par cette fonction et cela grâce à ses traits distinctifs fondamentaux (rime, rythme, assonance, allitération ...) qui créent une sonorité et une réussite verbale ludique ;

**- L'anonymat** : les énoncés dans les slogans révolutionnaires ne contiennent pas des marques explicites des deux interlocuteurs, c'est-à-dire la source est essentiellement inconnue, elle est aussi collective pour partager un savoir commun, donc le slogan comporte plusieurs instances de locution. Ce qui confirme la collectivité du message et la diffusion des différentes croyances de la population algérienne ;

**- L'aspect humoristique** : Ce trait est fort présent dans les slogans révolutionnaires. Ils contiennent un esprit humoristique doté une particularité binaire, celle de provoquer le rire et de passer implicitement un message ;

- **Le figement** : le slogan révolutionnaire agence différentes unités linguistiques phoniques et graphiques, il combine le signifiant et le signifié d'une chaîne d'unités lexicales. Par conséquent, l'emploi des expressions polylexicales<sup>2</sup> dans les slogans révolutionnaires vise à renforcer l'efficacité du message collectif ;

- **Dépendance/Indépendance sémantique** : pour dire qu'un slogan est dépendant ou autonome, il est nécessaire de le mettre dans son contexte énonciatif, pour vérifier si le sens exige le facteur sociétal pour déterminer l'appartenance de ces énoncés à un contexte donné. Ceci dit, le contexte se rattache accorde une importance privilégiée aux données sociales, institutionnelles et historiques dans lesquelles le slogan a été créé.

En résumé, les caractéristiques suscitées, favorisent l'efficacité du message et son succès, elles attribuent en effet le slogan distingué, flexible, frappant et facile à retenir. En valorisant son contenu à travers des procédés rhétoriques, le ton, la tonalité, le style, le rythme musical, etc. De plus, toute parole doit être située pour qu'elle prenne son sens et acquiert son efficacité.

## II.2. La typologie des slogans

Le slogan comme objet de communication de masse d'un groupe ou d'une entreprise, peut faire objet d'études sociologiques, psychologiques, sociolinguistiques, linguistiques ou des sciences de la communication notamment celles qui s'intéressent au secteur publicitaire. Néanmoins, les tentatives de classification des slogans restent peu abordées dans la littérature scientifique.

Reboul, à l'aide d'une gamme de procédés rhétoriques employés dans la réalisation des slogans, présentés à l'image de : l'implication, la polysémie, le dilemme<sup>3</sup>, la dichotomie, il a pu proposer quatre types dans son livre *slogan* (1975,69) : *slogan constat*, *slogan contrat* sont deux types qui servent à afficher la marque du produit afin d'interpeller le public d'être futurs clients et d'attirer leur attention pour acheter l'objet publié. Quoique le *slogan chantage et manifeste* sont délivrés par les contestataires dans le contexte de manifestation afin d'exprimer l'opinion de celui qui scande le slogan.

---

<sup>2</sup> Sont des unités lexicales ayant un fonctionnement global qui en indique les spécificités et en façonnent l'identité

<sup>3</sup> Situation qui nécessite de faire un choix entre deux solutions contradictoires, chacune étant aussi insatisfaisante que l'autre, il est le synonyme de choix, décision, alternative

Reboul a cité ces quatre groupes pour répertorier et étaler les slogans selon le critère d'indication. C'est-à-dire, il met cette distinction pour caractériser les slogans qui cherchent à montrer et non à démontrer. (F. Navaro Dominguez, 2005, P.272-273).

### **III. Les différents modes de communication employés pendant le *hirak***

Comment le peuple algérien a pu-t-il diffuser ses idées révolutionnaires ? Et par quels moyens ?

Dans leur lutte pacifique contre l'ancien système politique, les Algériens réalisent une production efficace en réponse aux objectifs fixés par eux-mêmes. Cette réalisation linguistique et discursive était un excellent *média*<sup>4</sup> entre les manifestants algériens et le régime et ses partenaires. En outre, ils construisent une meilleure combinaison de supports correspondant à chaque nouvel événement. Comme le support est à la fois un moyen d'influence et un outil de communication qui permet à établir le contact entre le locuteur et l'allocutaire, il devient la bonne arme des Algériens dans leur mouvement contestataire.

Du fait que ces formes de diffusion, d'expression et de transmission, partagent nécessairement les mêmes caractéristiques techniques, mais une légère nuance donne une certaine spécificité à chaque média ou à chaque forme. Cela justifie l'utilisation d'un support à la place d'un autre dont l'usage réfléchi en égard d'objectifs à atteindre, mettant l'accent sur le plus convenable.

De ce fait, le peuple algérien opte pour une stratégie à deux plans, formelle et informationnelle, c'est pourquoi ils ont fait appel à tous les types d'affichage, citons : l'affichette, banderole, pancarte, caricature, etc.

#### **III.1. Banderole**

D'un point de vue linguistique, le dictionnaire LeRobert définit la banderole comme : « *une petite bannière, une langue bande de tissu portant une inscription, portée dans les défilés, etc .* » (LeRobert,2013, p.64).

D'après cette définition, la banderole est un support d'expression et de communication sur lequel le message est dessiné ou transcrit. Ces supports étaient conçus au départ pour des fins commerciales, ils ont été réalisés pour la publicité dans les entreprises. Mais plus tard, ils

---

<sup>4</sup>Sont les intermédiaires qui assurent la transmission du message de l'annonceur au public que celui-ci visé.

étaient utilisés comme mode d'expression populaire pendant les sit-in et manifestations pour exprimer leurs revendications. Cette petite pièce très employée par les foules manifestantes, sa forme rectangulaire lui permet d'être déplaçable et portable durant les marches, aussi, sa texture est variable, elle peut être en carton, tissu, bois ou en papier.

**Figure 01**



**Figure 02**



La bannière joue aussi un rôle non négligeable dans les mobilisations parce que sa fonction dépasse le volet linguistique en verbalisant les paroles et rassemble aussi les différentes catégories générationnelles en une seule voix (voir figure 02). Les protestataires exploitent la banderole afin de proférer une voix plurielle, et une opinion populaire, ils réinventent leurs propres termes dans cet écriteau pour présenter une volonté profonde et collective, voici un exemple d'une banderole portée par un manifestant : « *J'existe aussi. Vous aviez l'air de l'avoir oublié* » dit-il. Le peuple est donc conscient, il rappelle les profiteurs qu'il existe derrière ce pays un peuple lucide.

En bref, la banderole, avec son statut particulier, est un outil de lutte graphique portée par un groupe de personne lors du *hirak*, contenant des énoncés manifestants imprimés. Elle archive cet événement marquant dans l'histoire de l'Algérie moderne. Cet instrument de communication événementielle implante et construit un faisceau de rapports sociaux ce qui augmente l'unanimité du message.

### **III.2. La pancarte**

La pancarte est un autre support sur lequel le slogan est écrit, ayant les mêmes fonctions des banderoles lors des manifestations algériennes. Elle est un outil d'expression

qui ancre et transmet la pensée, la volonté du peuple en énoncés dans des cartes ou panneaux durant les défilés.

Etymologiquement parlant, la pancarte est dérivée du mot grec «*Bas-lat*», *pancarta*, *charta*, (Larousse, 2011, p. 706) affiche qui porte l’avis public. Elle est apparue au début dans les publicités, pour être exploitée les revendications et les guerres, elle devient un moyen de propagande intermédiaire entre le public et le pouvoir. Ci-après un exemple d’une pancarte portée par un jeune manifestant (voir figure 03). Ce média se définit également comme : « *un écriteau qui donne une information ; présente une inscription* ». (LeRobert de poche, 2013,p. 510). Cela veut dire que cet instrument est une carte fabriquée dans le but d’informer et de diffuser le message. Ainsi que sa matière est variable de carton, papier, bois, tissu...Il est mobile ou accroché sur les murs, la terre, ou sur un poteau ...

**Figure03**



**Figure04**



**Figure 05**



**Figure 06**



### III.3. Les graffitis

Les *hirakistes* variaient les supports de communication tout en gardant l’aspect pacifique de ce mouvement contestataire et devenu désormais mondial. Ils manifestent en

employant ce moyen comme un nouvel outil d'expression. Les graffitis étaient donc un autre média qui aide les Algériens à se révolter et qui ouvre un autre chemin aux jeunes artistes pour participer à cette mobilisation.

D'un point de vue étymologique, graffiti signifiait : « *Grruci ; ital. Graffito, pl. graffiti du lat. graphium, poinçon, d'où " inscription " »*. (Larrousse, 2011, p. 452). Il vient également du grec *graphien (γρᾱQEIV)* qui signifie dessiner ou peindre.

Emprunté de l'italien, cet art visuel constitue un mouvement artistique contemporain appelé *street-art* qui appartient à l'art de rue. Il produit et établit des liens sociaux et partage la manifestation de l'esprit humain de tout le peuple. (Junger. A. M & Junger. F, 2018, P.115).

Les acteurs de ce type d'écriteau participent aussi aux manifestations à leurs manières pour renforcer cette action collective en concrétisant leurs pensées à travers la peinture et les dessins sur les murs, ils expriment l'opinion populaire à l'aide de cet art. En effet, ce genre de reproduction est un mode d'expression efficace et non supprimable, il résiste et dure beaucoup de temps. Et cet exemple confirme la résistance de cet art d'écriture

**Figure 07**



Les inscriptions murales sont le fruit d'une idée essentiellement créative mais demeurent des porteurs de la voix multiple de la population algérienne tout en véhiculant sa culture. Cet art mural d'écriture montre la créativité des individus en montrant leurs valeurs humaines et sociales explicitent les sentiments et les vœux des manifestants et leur positionnement. Il est alors un mode d'expression populaire qui sert à laisser une trace énonciative sur les murs dans l'espace public. Plus de ce rôle, il est un signe d'identité. Son efficacité communicationnelle attire les foules manifestants pour dénoncer et lancer ce mouvement.

Figure 08



Figure 09



### III.4. Les affichettes

L'affichette ou l'affiche est un autre type de support employé par les citoyens algériens pendant le *hirak* dans l'espace public. L'affichette comme toute forme de communication, était créée de la publicité pour informer, elle est exploitée au cours des mobilisations pour exprimer la révolte ou transmettre des revendications.

Au fait, ce concept a été défini dans Encarta (2009) comme :

L'affiche est un support de format variable qui véhicule divers types d'information. Elle est utilisée pour diffuser un message peu importe le type d'affiche (informative, publicitaire, sociale, engagée, culturelle, de propagande, etc), elle sera efficace si elle attire l'attention, suscite l'intérêt et la sympathie du public cible et mène celui-ci à l'action à agir. (A.Dézé, 2007, p.20)

Cette définition affirme donc le rôle de ce moyen informatif en indiquant ses types et son efficacité à faire agir. En d'autres termes, l'affichette, en l'occurrence celles de notre corpus est un imprimé qui opte pour une dimension capricieuse, un format variable, et aide à la transmission et la diffusion du message. Plus de sa simplicité linguistique et discursive qui facilite la compréhension, elle est un dispositif expressif résistant et « *un média puissant offrant une couverture nationale qui s'impose au passant et force son attention* ». (D.Caumont, 2001, P.95)

En plus, l'affichette qui est une petite forme d'affiche (*LeRobert de poche*, 2013,p.13), peut comprendre que le linguistique ou elle est accompagnée par le message iconique, sa taille permet de diffuser l'information facilement et rapidement car elle est fixable sur tous types de surface ou sur les murs mais aussi elle est lisible de loin. Il existe deux types d'affichettes, le

premier est individuel et l'autre collectif, cela dépend le nombre de personne qui la porte. Elle peut être : banderole, pancarte ou toute forme d'écriteau qui sert à diffuser et afficher l'information.

Par exemple

*Figure 10*



*Figure 11*



Grâce à sa texture éphémère qui la rend plus pratique, elle demeure le moyen prisé des citoyens algériens. Ces derniers adoptent cet outil pour réclamer tout en laissant une trace écrite durable. Ce fait, augmente l'efficacité du message populaire et renforce la revendication. L'affichette est en effet un moyen d'expression et de communication indispensable très utilisé au cours du *hirak*, sa fonction esthétique et expressive lui permet d'être réaliste. Aussi, comme l'a conçu Daniel Caumont dans le même ouvrage suscitée, elle doit comporter des messages susceptibles d'être appréhendés rapidement en servant à décrire la situation et à indexer le sujet.

En guise de conclusion, les activistes algériens grâce à une immense typologie d'outils d'expression, ont pu transmettre le message contestataire. Dans ce contexte révolutionnaire, ces supports événementiels sur lesquels le slogan est dessiné, reflètent l'esprit politique, l'idéologie, l'identité, la volonté et l'opinion populaire. Outre, durant ce rassemblement populaire les *hirakistes* réclament et communiquent l'alliance pour la liberté et le changement de la situation en se basant sur la réalisation d'une gamme de moyens de communication suscités. Cette reproduction envoie un signal qui assure le refus collectif du système est ses partenaires et profère une voix plurielle en demandant la liberté, la dignité et la transition. Ces médias sont devenus des symboles d'un grand mouvement protestataire connu par son aspect pacifique à l'échelle mondiale, nommé le *hirak*. Et il est à noter que ce mouvement populaire est marqué par la participation de toutes les catégories générationnelles et que la diversité était un facteur valorisant qui encourage la continuation de cette marche et renforce son efficacité.

#### IV. La chronologie du *hirak* algérien jusqu'aux élections présidentielles

Le mouvement de contestation populaire dit « *hirak* » est né dans des circonstances économiques, sociales et politiques particulières datant de décennies et marquées par la candidature du président Bouteflika dont le règne a duré 20 ans l'approche des élections présidentielles malgré son état de santé critique (accident vasculaire cérébral), le peuple algérien a décidé d'écraser le mur du silence et dépasser l'obstacle de la peur en descendant dans la rue comme un collectif uni et solide revendiquant un changement radical de toute la situation du pays du pays dans tous secteurs confondus, commençant par les dirigeants du pouvoir.

Les lignes qui suivent tracer l'évolution du mouvement sur une période d'une année avec une mise au point sur des revendications populaires qui s'y rattachent.

##### ➤ **Le 22 février 2019 ; déclenchement du *hirak***

Avant que les manifestants algériens choisissent cette date pour sortir dans les rues, des messages anonymes sont diffusés sur les réseaux sociaux préparant le peuple à la révolte. **Le 22 février 2019**, à 14 h, un nombre massif des citoyens algériens sortent dans la rue d'une manière disciplinée, civique et pacifique en scandant des slogans dont le contenu dénonce le 5eme mandat du président et réclame un état de droit. (Ait Dahmane. K. 2019, p. 39)

L'unanimité des messages affichés sur tout le territoire démontre que malgré la diversité régionale et nationale des citoyens, ont réagi comme un seul homme, l'union et la solidarité étaient de mise dans ces marches millionnaires. En d'autres termes, l'hétérogénéité sociale et régionale n'était pas un obstacle pour les *hirakistes*, au contraire elle était un point de force pour eux.

D'un point de vue géographique, cette mobilisation était limitée principalement aux grandes villes : Alger, Tizi, Béjaïa, Khenchela, Annaba... Cette réaction révolutionnaire et de mobilisation sociale massive a surpris le pouvoir en place.

Après quelques temps, il s'est propagé sur toutes les willayas (sud, est, ouest). Des rassemblements de plus grande ampleur s'organisent, notamment à Alger, la capitale, où un grand nombre d'Algériens est venu et ont occupé la place de l'Emir Abdelkader, et de la grande poste d'Alger. Ils chantent des hymnes, ils délivrent des affiches, ils dessinent sur les murs et cela afin d'étayer une opinion publique et partager un esprit politique contestataire.

Cette marche millionnaire révélait la grande conscience du peuple qu'on a louée après dans les médias internationaux. Au fait, la population algérienne, avec sa divergence et sa différence catégorielle de générations (enfant, jeune, vieux) et de sexe (femme/homme), a pu créer des relations sociétales solides et assembler les voix plurielles en une seule voix populaire, afin qu'elle puisse se révolter pacifiquement. D'ailleurs, on attribuait cette action collective de « ثورة الابتسامه , *la révolution du sourire* » crie-t-elle. Il est évident de mentionner que la jeunesse algérienne a un grand rôle dans la naissance de ce mouvement contestataire en préservant le pacifisme et le civisme de cet engagement. Ce qui était remarquable c'est le rôle de la jeunesse algérienne dans la naissance du mouvement, ils ont pu assurer la continuité de ces marches hebdomadaires et étaient la source d'une belle/bonne créativité linguistique et discursive dans l'espace public.

Ce début remarquable a encouragé les citoyens à poursuivre cette mobilisation sans relâche afin d'éradiquer le pouvoir en place et nettoyer la corruption.

#### **-Le 26 février ; manifestations des étudiants à Alger**

Les jeunes manifestants ne cessent pas de se protester depuis la 1<sup>ère</sup> sortie, ils programment organisent un jour pour les étudiants de toutes les spécialités, pensant que chaque citoyen devrait servir son pays et donner le meilleur. Le mardi, 26 février 2019, une grandiose marche a été faite par les étudiants en formant des cortèges dans la rue, et plus précisément devant les facultés<sup>5</sup> et les instituts en criant le *dégagisme*<sup>5</sup>, exigeant la transition du pouvoir et exprimant la colère collective ( A.Metref, 2019, P.14).

Cependant, cette action impressionnante a respecté les normes civiques et pacifiques mais les responsables gouvernants et le secteur policier ont réagi d'une manière agressive en causant une série d'arrestations pour mettre fin à la « désobéissance ». Les étudiants n'ont pas eu peur de la répression et ont continué à dénoncer le système et réclamer son départ comme le confirment la banderole « *étudiant debout contre un système corrompu* ». Et le chant des étudiants qui déclare : « *écarter Boutef, nous serions satisfaits* ».

En définitive, la participation des étudiants dans ces marches renforce ce mouvement protestataire et redonne une forte volonté de continuer à exprimer le refus, l'indignation et la révolte. Aussi, de cette action résulte une production linguistique et discursive massive d'un

---

<sup>5</sup> C'est un courant adopté par les manifestants algériens ayant fondamentalement pour objectif de défendre les droits humains en faisant dégager l'adversaire qui est dans notre cas le système et ses partenaires.

grand intérêt et montre l'existence d'une jeunesse instruite et créative de ce pays dont elle impose la présence. Lorsque les vacances de l'été se rapprochaient, le 1<sup>er</sup> ministre a prolongé ou plutôt avancé les vacances pour calmer les jeunes en colère et éviter les rassemblements massifs. Ce fait n'a pas agenouillé les étudiants mais au contraire à booster leur créativité pour rédiger les slogans et continuer leur mission sur les réseaux sociaux et dans leurs régions respectives.

### **-Le 28 février ; le deuxième vendredi du *hirak***

Suites aux manifestations du 22 février, le premier ministre OuYahia prononce un discours adressé à ses concitoyens dans le but de les dissuader à poursuivre les sorties. Ses arguments étaient puisés de l'expérience syrienne, du printemps arabe et de la décennie noire. Les propos du premier ministre étaient pris pour des accusations implantant la peur chez les citoyens ce qui les a poussés à réagir contrairement aux attentes d'OuYahia et sortir le lendemain en rue.

Dans ce deuxième vendredi, la majorité de la population algérienne avec toutes ces tranches et son appartenance revendique l'instauration de la démocratie. Suivant le chemin des *hirakistes*, les protestataires demandent le départ de l'FLN et de l'RND qui profitent énormément de la richesse du pays et surtout de sa rente pétrolière sous leurs pouvoir juridique et procédural. (Ait Dahmane. K. 2019, p. 46)

De ce fait, les activistes algériens rédigent de forts et puissants messages en actualisant la multiplicité de voix populaires dans les slogans, ils partagent un esprit politique contestataire à travers la *doxa*<sup>6</sup> (Said Sadi, 2020, p. 52), qui exige le départ du président en espérant voir un président jeune en bonne santé, honnête et qui sais bien comment gérer le pays vers le mieux. Il est important de signaler encore une fois que cette mobilisation tienne sa force des jeunes manifestants qui dénoncent les partisen présence, disant qu'ils sont historiques et qu'il faut les mettre dans le musée.

Ainsi, ce qui e été remarquable que même hors de l'Algérie, les Algériens résidents à l'étranger, en Angleterre, en France, au Canada, en Belgique, etc. se manifestent contre le pouvoir et le 5ème mandat. Ils drapent des écriteaux contenant des slogans similaires à ceux

---

<sup>6</sup> Ensemble des opinions communes aux membres d'une société et qui sont relatives à un comportement social. Chez Husserl, c'est un ensemble des croyances et des idées non objectives.

rédigés et scandés en Algérie, demandant le départ du président, en portant le drapeau national. Cela a rendu ce problème national un sujet d'envergure mondiale.

➤ **Le 08 mars 2019 ; la fête de la femme**

Ce jour représente la fête nationale de la femme algérienne suivant l'héritage d'*el modjahidate*. De ce fait, les femmes algériennes ont profité de cette occasion pour participer dans le mouvement populaire et marquer leur présence et leur implication dans la cause.

En effet, elles sont descendues dans la rue et pour joindre leurs voix à la voix générale réclamer le départ du président et la liberté du pays. Durant cette mobilisation, la fête était ponctuée par des images marquantes, transformant la rue à une scène de théâtre où les femmes ont porté le haik afin de partager l'esprit révolutionnaire et émettent des « you you » stridents à la place de délivrer des slogans, flottant des drapeaux du pays. (Mabtoul. M, 2019, p. 73). Cette mise en scène était un rappel du rôle de la femme dans la révolution algérienne sachant que la nouvelle république ne pourrait se construire sans les femmes avec le principe équitable de « *l'égalité des chances* », « *on ne libère pas un pays si on ne libère pas la femme* » (Ait Dahmane. K, 2019, p. 65). La femme, dans ce jour, a constitué une collectivité porteuse d'une seule voix revendiquant la rupture avec le système politique en place.

Cette marche formée d'un long cortège interminable de femmes, restera gravée dans la mémoire des Algériens, car cette sortie a surpris et le pouvoir et le monde, parce qu'il y régnait fraternité et solidarité entre les femmes et les hommes.

➤ **Le 11 mars 2019, la première annulation des élections**

En réaction au prolongement du 4ème mandat jusqu'au 27 avril 2019, les Algériens ont continué les marches millionnaires parce qu'ils prenaient cet acte pour une « ruse présidentielle », surtout après l'hospitalisation du président en Suisse.

En effet, les foules manifestants scandent des pancartes qui refusent le 5ème mandat et la prolongation du 4ème, disant sur un slogan chanté par un jeune manifestant ; « *tu prolonge le mandat, on prolonge le combat* ».

Les hirakistes étaient déterminés à mener le combat jusqu'au bout en faisant de cette marche régulière un rituel jusqu'à l'obtention des droits et la fondation d'une deuxième République dans une Algérie nouvelle. L'opinion publique n'accepte donc pas cet arrêt électoral et le

considère comme une manipulation politique qui mérite le *dégagisme*. Les manifestants considèrent ce genre d'acte de manipulation politique comme un acte *anticonstitutionnel*.

➤ **Du 26 mars jusqu'au 22eme vendredi**

Après les marches du 11 mars 2019, les dirigeants ont compris que le peuple est déterminé à poursuivre les marches hebdomadaires malgré leurs tentatives de l'étouffer.

**Le 26 mars 2019**, le Général du corps d'armée Ahmed Gaid Salah lance un appel en demandant l'application de l'article 102 de la constitution qui consiste à limoger le président Abd El Aziz Bouteflika de son poste.

Certes, il pense qu'il puisse arrêter le *hirak* à travers cette décision, mais les citoyens algériens semblent se méfier de toute décision de l'Etat y compris celle de l'armée. Ils sortent le vendredi de la même semaine. Les manifestants ont pris que cet acte pour une astuce et pour destituer le chef d'état-major, ils réclament un changement radical du pouvoir et exigent désormais un pouvoir civil détaché de l'institution militaire.

Le lendemain de cette sortie, le général de l'état-major de l'armée a augmenté le ton et a relancé un autre appel en activant les articles 07/08/102 comme une solution pouvant rassurer l'avenir de l'Algérie.

Cette tentative a provoqué le mécontentement des activistes manifestants, déclarant : « *système + peuple = relation impossible* ». Cet énoncé exprime le refus du système malgré ces essais infructueux de rattraper le coup et calmer la colère du peuple.

**Le mardi 02 avril 2019**, le président Abd El Aziz Bouteflika adresse une lettre écrite au peuple dans laquelle il dépose sa démission et souhaite un avenir meilleur aux Algériens dans une Algérie libre et nouvelle. Cette démission a laissé un vide constitutionnel dans le pays, ce qui implique systématiquement un remplaçant pour combler ce vide politique. **08 jours** plus tard, Abd El Kader Ben Salah est désigné chef de l'état par intérim temporairement en attendant les élections. Sauf que le peuple a refusé de cautionner cette décision et enchaîne les manifestations et plus massivement. (*ibid*, P.65)

Ces actions collectives ont reçu une répression de la part des policiers qui ont utilisé le gaz lacrymogène et les jets d'eau afin de refréner les marches. En dépit de cette violence, les manifestants ont résisté d'une manière disciplinée et pacifique utilisant l'humour, les chants,

les slogans, les hymnes.... L'un des manifestants déclare : « on voit la police partout et la justice nulle part » pour refléter la réalité et la peine qu'a enduré les opposants.

Face à ces violences dans les marches massives de foules algériennes, le Général Gaid Salah annonce la protection des *hirakistes* par l'armée.

**Le mardi 16 avril 2019**, des milliers d'étudiants sont redescendus dans la rue essentiellement devant la Grande poste, défendant leurs droits perdus et racontant la souffrance de la jeunesse sous l'ancien système. Ils revendiquent « *la dignité, la liberté, la souveraineté et l'égalité* » et surtout le respect du savoir, en scandant des pancartes sur lesquelles, ils crient : « *pays magnifique, étudiants pacifiques, système diabolique, révolution historique* ».

➤ **Du 04 mai au 16 juin, une série d'arrestations des responsables politiques**

Les *hirakistes* constituent le tribunal des « profitants » étatiques, l'armée applique la volonté du peuple et exécuté une suite d'arrestation d'un grand nombre des pervertis politiques, citant l'arrestation du Général Toufik, Tartag et du frère de l'ex-président Saïd Bouteflika, le **04 mai 2019**. Et le **10 mai** du même an, ces détenus sont rejoints par la présidente du parti des travailleurs, Louisa Hanoune. (Babouche.Y, 2020).

➤ **Le 13 juin 2019 ; l'arrestation d'Ou Yahia, Sellal et des hommes d'affaires**

Les premières arrestations sont succédées par une chaîne d'emprisonnements des hommes d'affaires qui ont comploté avec l'ancien régime et ont conduit le pays vers la faillite. C'est dans cette date que les ex-premiers ministres, Ou Yahia et Sellal, sont enlevés au tribunal pour et les remettre dans la prison. Plus tard, d'autres hommes d'affaires, qui ont une main noire avec les anciens dirigeants, sont placés en détention citons : Haddad, Ahmed Mazouz et d'autres. (*ibid*)

Pour conclure, ces événements conduits par les activistes manifestants, dans des temps réguliers auront un très grand écho à l'échelle internationale. Car, malgré la violence et la répression des forces de l'ordre, le peuple a gardé son calme en dotant ce mouvement d'un grand pacifisme et un civisme hors pair, tout en résistant à travers les slogans délivrés durant les manifestations. Ces actes de protestation pacifique et cette persistance a entraîné l'emprisonnement des grandes têtes corrompues.

## Conclusion

Pour conclure notre premier chapitre, nous pouvons avancer que les Algériens ont prouvé leur compétence de manifester d'une façon civique, malgré qu'ils utilisent des moyens de communication simples, pacifiques et qui ne demandent que l'activité mentale des activistes, durant ce mouvement. Mais ce qui est remarquable que le slogan dessiné sur ces modes d'expression a un grand impact sur l'opinion populaire mais aussi sur la continuation du *hirak*. Il a pu partager un esprit politique communautaire, diffuser le message contestataire, établir des liens sociaux et articuler une voix plurielle de la collectivité. Ainsi, nous avons assisté un développement et plutôt un changement sur tous les plans (sociologique, linguistique, situationnel, politique, discursive etc.) qui s'est traduit par la massivité populaire et énonciative, et qu'elle se manifeste dans les slogans d'expression française de notre corpus.

Malgré que nous avons pu collecter et recueillir un ensemble d'information intéressantes qui, dans ce chapitre, nous a servi à balayer les concepts de cette partie théorique concernant la contestation, ces formes et ses modes de communication mais l'objectif tracé préalablement n'est pas atteint. Le chapitre suivant viendra donc pour mieux plonger dans le domaine afin d'arriver aux résultats voulus. Et il tentera de donner plus de détails sur notre sujet.

## CHAPITRE II

---

*La polyphonie et les indexicaux dans le discours*

---

## **Introduction**

Le présent chapitre sera dédié aux voix qui traversent le discours et les indexicaux comme moyen d'ancrage des voix dans les slogans contestataires. Durant notre étude, en premier lieu, nous nous appuierons sur la linguistique énonciative en évoquant les genres de discours afin de préciser le type utilisé durant les manifestations algériennes. En second lieu, nous examinerons les notions linguistiques et discursives qui permettent de dévoiler la multiplicité de voix énonciatives masquées en partant de la polyphonie avec ses deux types à l'indexicalité et ses concepts connexes, passant par la subjectivité qui constitue l'intermédiaire entre ces deux conceptions majeures.

## I. Le discours et ses genres

Le point de départ de l'analyse du discours est de situer le discours en question dans un lieu social parmi une multitude de contextes et de situations discursives. Cette discipline s'intéresse autant à ce que dit un discours qu'à la façon de le dire, et principalement, elle « étudie le discours comme activité énonciative en relation avec un 'lieu' social, le plus souvent institutionnel » (Utard 2004 : 35). Le dictionnaire de l'analyse du discours définit le discours comme « l'utilisation, entre les hommes, de signes sonores articulés, pour communiquer leurs désirs et leurs opinions sur les choses » ( G. Guillaume,1989 , p.24). G. Guillaume, cela veut dire que le discours est un moyen de communication dans lequel le sujet parlant peut ancrer ses idées, sa pensée et sa voix envers un quelconque phénomène.

Chez E.Benveniste :« le discours est la mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation » (Benveniste,1974, P.80). Dans cette définition, il met l'accent sur le sujet parlant qui est le responsable de son énoncé. La concrétisation et l'actualisation des idées dans le texte oral ou écrit produit par le locuteur représente chez lui un discours qui a principalement des fins (finalités) communicationnelles. Et cela dépend évidemment la situation d'énonciation. (Ece Korkut-Irem Onursal, 2009, P.88).

### I.1. Les genres du discours

L'analyse de discours distingue entre genre et type, faisant appel à D. Maingueneau sur qui explique explicitement cette distinction, avançant :

Les genres de discours relèvent de divers types de discours, associés à de vastes secteurs d'activité sociale. Ainsi le talk-show constitue-t-il un genre de discours à l'intérieur du type de discours « télévisé », lui-même partie prenante d'un ensemble plus vaste que serait le type de discours « médiatique », où figureraient aussi le type de discours radiophonique et celui de la presse écrite. On divise ainsi la société en différents secteurs : production de marchandises, administration, loisirs, santé, enseignement, recherche scientifique, etc. qui correspondent à autant de grands types de discours. (Maingueneau,1998, P.47).

Cette distinction entre le genre et le type effectuée par D.Maingueneau, montre que le genre est en effet englobé dans le type de discours, et à l'intérieur de chaque type il y a une multitude de discours renvoyant à un domaine précis, car pour lui, « le discours ne prend sens qu'intégré dans des unités de rang supérieur, des types de discours » ( D.Maingueneau, 1998,P.54 ). Dans ce sens, les analystes de discours ont défini le genre du discours comme

une classe qui associe différents discours mais qui ont des ressemblances et les mêmes caractéristiques discursives. De ce fait, il existe, une multiplicité de genres discursifs et cela dépend des facteurs sociologiques ou historiques « *On tend plutôt à employer genre de discours pour des dispositifs de communication socio-historiquement définis : le fait divers, l'éditorial, la consultation médicale, l'interrogatoire policiers, les petites annonces* » (Maingueneau,1996, P.44). Cette classification est très importante dans la communication car elle sert à développer la communication mais également elle organise la parole.

En complément de ce qui vient d'être dit, le plus souvent on peut trouver plusieurs genres dans un seul discours, c'est-à-dire il se trouve que l'unique discours soit hétérogène comme l'avance de D.Maingueneau (2002d, P.596) :

Il est possible d'établir des réseaux de genres et sous-genres. Par exemple, dans le genre d'information médiatique, distinguer les médias presse, radio, télévision, et, à l'intérieur de chacun d'eux, distinguer et relier les genres débats (politique et de société), interviews (politiques et citoyennes), entretiens (d'intellectuels, d'experts), etc.

Ainsi, peut-on distinguer un genre d'un autre selon des critères différents : « *les uns sont empruntés à une classification de l'action sociale (discours polémique, discours scientifique, discours didactique,...), les autres font référence à un fonctionnement rhétorique (dialogue, argumentation, narration, description)* » (Arrivé et al. 2002, P. 235). Et d'autres critères ont été ajoutés tel que le critère thématique et formel. De plus, il est à mentionner qu'il reste difficile de faire une classification rigoureuse qui engloberait toute la diversité des discours.

D'un type\*de discours (« discours journalistique », « discours administratif », « discours télévisuel », « discours de l'enseignant en classe »....) ; des productions verbales spécifiques d'une catégorie de locuteurs (le « discours des infirmières », le « discours des mères de famille »...) ; d'une fonction\* du langage (le « discours polémique », le « discours prescriptif » ...) ;...=) l'établissement d'une typologie de discours selon les variables suscitées.

En bref, comme le discours est un moyen d'expression et d'extériorisation de la pensée, des idées, des sentiments et surtout de la voix plurielle du locuteur, sa diversité ouvre des nouvelles pistes de recherches et d'analyse, en plus que ces genres constituent en quelque sorte les atomes de l'activité discursive. De ce fait, notre analyse sera basée sur l'analyse de discours contestataire ; pour ce faire nous allons tenter de le définir.

### I.2.3. Le discours contestataire

Les mouvements sociaux ont donné lieu à un discours particulier dont la visée demeure à peu près : dignité, justice, liberté, écoute, participation à la gestion de la cité, etc. L'Algérie est un exemple qui semble s'inscrire dans cette orientation : mettre en place des mécanismes qui rendent aux peuples sa souveraineté et sa dignité.

C'est ce tout qui est pris en charge par les mouvements sociaux qui, en utilisant des outils pour transmettre, informer, diffuser..., deviennent des « témoins » d'appropriation des espaces publics. L'utilisation des médias, des réseaux sociaux, de la téléphonie mobile..., comme répertoires d'action collective, contribue largement à la montée de ces contestations en gagnant, à la fois, de l'importance et de la légitimité. En effet, ces réseaux sociaux constituent un atout considérable voire un puissant allié des jeunes dans les pays où la démocratie fait défaut. Ils constituent, donc, des supports pour un nouveau discours susceptible d'être visité par de nouvelles approches d'analyse.

De ce point de vue, le discours contestataire, tel qu'il est véhiculé par ces mouvements, serait producteur de « nouvelles significations » ; il semble transcender, sous l'étendard de la dissidence, de l'insatisfaction et de la déception, le discours normatif en ce sens qu'il propose de nouvelles conceptions des réalités sociales et des « alternatives » au discours de la *doxa*.

En effet, le peuple a besoin de clarté leurs propos, il réalise un « discours manifestant » qui constitue « *l'ensemble de la production sémiotique (verbale ou iconique) d'une manifestation ou d'une série de manifestations qui ont un même objectif* ». Ses énoncés verbaux scandés par les manifestants ou inscrits sur les banderoles ou les affichettes. Les slogans ne sont qu'un sous-ensemble de ces énoncés manifestants, reprenant la formule de Daniel Cefai (2001, P.12) « producteur de signification ».

Le discours contestataire est un ensemble de productions verbales d'une manifestation ou d'une série de manifestation ayant le même objectif, ces discours articulent un ou plusieurs voix. ce genre de discours est alors déterminé par Eithan Orkibi comme « *pratique linguistique sociale destinée à contester et modifier certains aspects de la réalité sociale, à travers la collaboration d'acteurs qui forment un collectif dans l'objectif de promouvoir et de défendre leurs intérêts ou leurs valeurs* » (Yana Grinshpun, 2013), cela confirme que ce genre de discours est accompagné aux mouvements contestataires afin de défendre et crier la rage

de la population. En plus, il est le résultat de la créativité linguistique et discursive massive de la collectivité pour proférer une voix collective et plutôt une plurivocité populaire.

A travers ces actions collectives, les différents aspects discursifs dont les particularités seraient productrices de nouvelles significations, de nouvelles « façons de voir » le monde selon de nouvelles bases politiques, sociales et culturelles. Il constitue transformés une sorte d'« arme destructrice » de leur objectif : transmettre le message des manifestants. Autrement dit, la place que prennent ces nouveaux modes d'action politique, elle est un lieu d'émergence de tout un discours. Le discours contestataire à travers ses différentes stratégies communicatives (production et réception), sert à diffuser un message public, à exprimer la volonté collective et à partager l'idéologie et la voix populaires.

## II. La polyphonie

La polyphonie dans son sens large désigne l'inscription de plusieurs voix dans un énoncé, c'est-à-dire que lorsqu'un émetteur prend la parole, il exprime ses idées mais également une voix plurielle dans son énoncé et cela dans le but de partager un objectif commun.

D'un point de vu étymologique, l'origine du mot *polyphonie* est grecque, *poluphônia* qui signifie une multiplicité de voix ou de sons. Le mot se compose de *poly* qui veut dire plusieurs et *phonê* désigne voix (*Grand Dictionnaire étymologique & historique du français LAROUSSE*, 2011, P779). La polyphonie admet plusieurs appellations, son origine remonte au « dialogisme » (M.Bakhtine), « intertextualité » (J.Krestiva), « diaphonie » (E.Roulet), « hétérogénéité énonciative » (J.Authier) etc. Oslen (2002) définit le concept comme suit : « *la polyphonie est l'actualisation de plusieurs voix dans un même texte* ». Cela veut dire que lorsqu'un locuteur construit son énoncé, il profère non seulement sa voix mais aussi la voix de l'autre.

Linguistiquement parlant, pour L.Perrin, la polyphonie est « *un ensemble de voix orchestrées dans le langage* » (L.Perrin, 2004 ,P.7). La polyphonie désigne alors la coexistence de plusieurs de voix dans le même discours produit par le locuteur/énonciateur. Il s'agit donc d'une orchestration de voix au sein de l'énoncé, donc on a assisté à une mise en cause de l'unicité discursive et une plurivocité. La polyphonie est également « *la mise en scène de voix par le locuteur, et un ' dialogue ' interne avec un discours autre* » (Jacques Bres

et all., 2012, P.38) La polyphonie consiste à représenter une hétérogénéité vocalique, elle sert à transmettre la pensée du sujet parlant sauf que les discours peuvent véhiculer une plurivocité émanant de différentes sources ; autrement dit, il y a, dans le même énoncé, des voix multiples qui se font entendre.

## **II.1. Les deux formes de la polyphonie**

Les spécialistes ont devisé cette notion en deux types, le premier concerne la présence d'une multiplicité d'instances énonçantes tandis que le deuxième renvoie à l'allusion à divers contenus. De cette classification, il convient de distinguer, deux emplois distincts de ce concept, l'un sémantique élaboré par O.Ducrot et le second nommé la polyphonie intertextuelle ou dialogisme fondée par M.Bakhtine. La polyphonie sémantique attachée au nom de O.Ducrot s'est en effet basée sur les traces linguistiques des voix, elle s'applique à des données discursives alors que la polyphonie Bakhtinienne se caractérise par l'intersubjectivité et l'interdiscursivité des énoncés et elle s'applique à des données langagières, c'est-à-dire la présence d'un discours antérieur dans le discours produit. Mais il est important de mentionner que les deux types partagent le fait d'être déclarés. Ainsi, la polyphonie sémantique se rapproche de la polyphonie intertextuelle quand le locuteur ne se positionne pas vis-à-vis du contenu évoqué par son énoncé.

### **II.1.1. La polyphonie sémantique**

Cette forme s'appuie sur les travaux de O.Ducrot qui a expliqué sa théorie de polyphonie à partir de la théorie énonciative de E. Benveniste (Mme HASSIS, 2008-2009, P.70). La théorie de Ducrot s'intéresse et se focalise sur l'unicité du sujet parlant. En ce sens que l'allusion à plusieurs contenus est préfigurée dans la signification de la phrase énoncée.

Outre, la conception polyphonique du sens a pour objet de « *montrer comment l'énoncé signale dans son énonciation la superposition de plusieurs voix* » (O.Ducrot, 1984, p.183). Cette théorie vient donc pour afficher les voix masquées des interlocuteurs au sein de l'unique énoncé, en plus, elle montre le positionnement du locuteur vis-à-vis des contenus communiqués et par conséquent sa responsabilité.

Pour étayer cette perspective de la pluralité des voix, certaines distinctions opératoires sont nécessaires. Comme Genette distingue l'auteur, le narrateur et le personnage, O. Ducrot a introduit une distinction, entre le locuteur (producteur et réalisateur de l'énoncé équivalent de

l'auteur) et l'énonciateur (instance responsable de l'énonciation l'équivalent du narrateur). Il évoque le point de l'unicité des allocutaires, avançant :

C'est la notion de polyphonie, entraînant la distinction entre le rôle de l'allocutaire, relatif à l'énonciation, et celui de destinataire, relatif à l'activité illocutoire, qui permet de parler de destinataires différents sans rien préjuger sur l'unicité ou non-unicité de l'allocutaire. (Ducrot 1980, P.236).

De cette citation, il convient de dire qu'il est impératif de séparer entre le locuteur et l'énonciateur sans prendre un jugement sur le positionnement de ces allocutaires. C'est-à-dire au sein d'un même énoncé, il est possible de repérer des voix distinctes de celle du locuteur mais l'association ou la dissociation des points de vue de ces derniers n'intéressent pas Ducrot.

Le locuteur est, selon Ducrot, un « être de discours » tenu pour « responsable du sens (...) à qui réfèrent le pronom je et les autres marques de la première personne » (G-Esarfati, 200, P.55). En d'autres termes, quand un sujet parlant actualise ses pensées dans un énoncé, il laisse des traces de subjectivité dans son discours, il prend donc sa responsabilité, il est l'auteur qui assume le contenu de son texte. Au fait, le locuteur peut accepter ou rejeter le contenu de son énoncé. Dans un énoncé le locuteur a le choix soit d'être le responsable de sa production langagière c'est-à-dire il joue le rôle de l'énonciateur ou il n'assume pas sa production verbale en laissant ce rôle à d'autres interlocuteurs.

Néanmoins, l'énonciateur est présenté comme une source de voix et d'opinion, il joue un rôle primordial entre les voix (pdv) et le locuteur. On ne trouve pas l'énonciateur dans la structure polyphonique mais plutôt la position du locuteur. L'énonciateur est donc l'intermédiaire entre le locuteur et l'opinion et il est considéré comme le type de garant qui valide le contenu. Les énonciateurs sont « censés s'exprimer à travers l'énonciation sans que pour autant on leur attribue des mots précis » (O. Ducrot, 1980, p. 204). C'est-à-dire un phénomène qui se joue au niveau de l'énoncé, en discours.

L'exemple ci-après illustre ce type de polyphonie :

*Je suis un étudiant, je suis contre le 5ème mandat*

Dans cet exemple le pronom personnel « je » renvoie au locuteur qui dans ce cas défend son opinion et articule sa voix et sa position vis-à-vis de la situation vécue. Il assume donc ses

contenus. De plus, cette production verbale fait entendre non seulement la voix du locuteur mais celles de tous les étudiants de son pays qui sont en accord avec lui. Il permet de ce fait de partager une pluralité de voix dans le même énoncé.

En définitive, cette distinction permet de donner une description fine d'indices énonciatifs tels les pronoms personnels comme référent non à l'énonciateur (source de voix) mais plutôt au locuteur, l'auteur de son énoncé.

Il faut signaler qu'on peut repérer la polyphonie sémantique à partir soit des valeurs lexicales des mots ou les catégories grammaticales qui sont les indices énonciatifs de la polyphonie sémantique et les présuppositions. En réponse à nos objectifs de départ, nous limiterons aux catégories grammaticales dans la théorie indexicale. Dans ce qui suit, nous entamerons les présuppositions qui sont considérées comme source de la polyphonie, l'interrelation de ces deux concepts des catégories grammaticales et de présupposition, conçus comme véhiculant chacun de la polyphonie crée une complexité au sein de la construction adversative qui n'a qu'un seul locuteur.

### **-Les présuppositions**

C'est dans ce premier type de polyphonie qu'on trouve souvent les présuppositions considérées comme des repères ayant des valeurs lexicales et sémantiques. Selon O.Ducrot, dans un énoncé qui contient le discours d'autrui, il y a souvent deux contenus sémantiques le premier nommé le posé (l'énoncé construits par le sujet parlant), et le présupposé (le sens caché de cet énoncé et les possibilités sémantiques de la même phrase). Ce faisant, chaque énoncé a un statut polyphonique et véhicule des présuppositions, des informations implicites, qui sont des contenus sémantiques adaptés et admis par les interlocuteurs.

Soit l'exemple :

*L'Algérie est devenue en état de choc, laissez la jeunesse*

Cet énoncé fait entendre implicitement plusieurs contenus dont : l'Algérie n'était pas en état de choc (en état stable), ce contenu constitue un présupposé de cet énoncé. Le locuteur communique donc à la fois que l'Algérie n'est pas en état stable (posant la question est-ce que l'Algérie est en état de choc ?) et à ce premier contenu s'ajoute un second, (l'Algérie était en état stable auparavant), que le locuteur accepte aussi cette présupposition même si elle n'est pas l'objet déclaré. Alors, le premier contenu est nommé le posé tandis que le second est

qualifié de présupposé ; le locuteur fait entendre les deux et par conséquent fait entendre une pluralité de voix.

Linguistiquement parlant, chez O.Ducrot (1972 a) « *la présupposition est l'acte de présupposer, et les présupposés sont des types particuliers de contenus inscrits dans les énoncés* » (Patrik Charaudeau et Dominique Maingueneau, 2002, P.467-468), c'est-à-dire dans l'unique énoncé il y a plusieurs contenus et plutôt des présuppositions/ présupposés. Ces derniers se réfèrent à des phénomènes et des réalités connues par les allocutaires et sont pris en compte par la voix collective, ils relèvent d'après, O.Ducrot (1984 :231-233), de la polyphonie énonciative. A ce titre, il faut mentionner que les présuppositions tissent des relations sémantiques entre un énoncé et une proposition mais pas de relation logique entre les énoncés ou les phrases.

Vu que les présuppositions et les sous-entendus ont pour objectif de tirer le sens caché de chaque énoncé, les présupposés possèdent à cet égard une nette distinction avec les contenus sous-entendus qui ne feront jamais partie de la polyphonie. En plus, les présuppositions se sont toujours caractérisées, à la différence des sous-entendus, par un indicateur dans l'énoncé, ce qui leur attribue une indépendance par rapport au contexte.

### **II.1.2. La polyphonie intertextuelle**

Cette deuxième forme de polyphonie est fondée par M.Bakhtine, elle désigne d'une manière générale, la présence d'un texte extérieur dans le texte nouveau dans le but de proférer une voix collective. En d'autres termes, quand un sujet parlant veut actualiser ses idées et surtout sa voix, il se réfère à un discours antérieur pour rendre le message unanime.

La polyphonie intertextuelle a connu différentes appellations ; elle était connue sous le nom de (M.Bakhtine).

*Dialogisme*<sup>7</sup>, là où il y a un dialogue entre les énoncés, et plus tard elle devient la polyphonie *intertextuelle* (J.Krestiva) ou *interdiscursive* (La notion d'interdiscursivité dérive de celle d'intertextualité). Cela veut dire que chaque texte en contient un autre et le reflète, et par conséquent on remarque un dédoublement de voix au sein du texte produit. Tout discours se construit comme mosaïque de citations, il est aussi le résultat d'une absorption et d'une transformation d'un autre discours étranger.

---

<sup>7</sup> - Développée à Montpellier par Jacques Bres et ses collègues. Cette théorie puise son inspiration directement dans l'œuvre de Bakhtine

Désormais, la polyphonie intertextuelle est en effet définie par Bakhtine, comme « *la présence de plusieurs instances énonçantes à l'intérieur de l'énonciation. Ces instances peuvent être le « on » collectif ou la voix de la sagesse populaire* » (Hassis.S, 2008-2009, p 195). A cet égard, il existe dans le discours non seulement le discours d'autrui mais aussi l'opinion et la voix plurielle commune, et cette pluralité de voix découle d'une pluralité de responsabilités. Dans cet ordre d'idée, la responsabilité des contenus reste sous l'unique responsabilité de l'énonciateur, toutefois le locuteur est considéré comme une instance étrangère, et il prend position seulement vis-à-vis du nouveau contenu, comme le confirme Carel (2011 :12) « *la présence de contenus qui, étrangers à la responsabilité du locuteur, restent sous l'unique responsabilité des auteurs des discours passés* ».

Soit l'exemple d'un slogan contestataire qui explicite ce point

*Vous êtes mal barrés, votre système nuit gravement à notre santé*

Dans cet énoncé composé de deux contenus, le locuteur fait recours à un discours existant déjà qui partage un savoir scientifique afin d'exprimer le refus mais surtout pour articuler et proférer une voix plurielle. Ainsi, à l'aide de ce recours à une expression connue, le locuteur renforce son opinion pour la rendre populaire et plutôt universelle et également augmente la créativité linguistique et discursive des foules algériennes. En effet, l'origine de cet énoncé et les conditions de la rédaction de ce discours ne sont pas les mêmes, car le discours original de cette production verbale est : « Marlboro, nuit à votre santé », c'est une marque de cigarettes. Par là le locuteur fait allusion et assimilation à cet objet pour montrer le danger de ce système sur la société.

En somme, les termes avant d'être employés, ils ont déjà une histoire. Ils ont déjà existé et sont utilisés selon des situations différentes, c'est pour cette raison que le locuteur adopte et emprunte d'autres mots et les utilise à son profit. Et cela dans le but de partager un savoir collectif (scientifique, culturel, psychologique etc.), et articuler une voix populaire claire. Il faudrait signaler le « ON » polyphonique de la *Scapoline*<sup>8</sup> qui est considéré comme marqueur de polyphonie intertextuelle et qui renvoie à l'image de l'opinion publique.

---

<sup>8</sup> La théorie scandinave de la polyphonie linguistique

### III. L'indexicalité

Comme la linguistique a pris en charge la langue comme objet d'étude et le sens est l'objet d'étude de la sémantique, l'indexicalité tente principalement d'indexer le sens, notamment le sens local, au sein de l'interaction afin de comprendre le message et l'idée attachée à la situation d'énonciation.

L'indexicalité est en effet un principe fondamental d'une nouvelle théorie appelée l'ethnométhodologie, comme Garfinkel, le fondateur de cette approche, souligne « *l'indexicalité est une notion centrale de l'ethnométhodologie* » (Conein, 1984 ; Garfinkel, 2007, Quéré, 1987). Celle-ci est, pour lui, un *courant de la sociologie* (Patrik Charaudeau et Dominique Maingueneau, 2002, P.236) qui étudie les méthodes employées dans le but de comprendre la vie sociale. De plus, l'ethnométhodologie sert à développer l'analyse conversationnelle pour rallier les liens entre le discours et l'activité sociale dans le cadre d'échange communicationnel.

Revenons à la notion d'indexicalité, Garfinkel l'a défini dans le dictionnaire d'analyse de discours, comme « *Une propriété inhérente à toutes les productions langagières, et également aux actions et aux institutions, ce qui impose de les analyser en référence aux situations dans lesquelles elles s'inscrivent (« Activité et contexte se conditionnent réciproquement », Bange 1992 : 18).* ». L'indexicalité est donc un média(intermédiaire) très important entre l'énoncé et l'activité sociale qui sert à préciser le sens de la production verbale en faisant référence à la situation d'énonciation.

Dans le même sillage, Bernard Conein a établi une classification définitoire de l'indexicalité en fonction de trois critères :

- a- Ce sont des expressions dont la signification ne peut être donnée sans recours à des éléments liés au contexte pragmatique (espace, temps, présents, objets présents) ;
- b- Chaque fois que le contexte pragmatique change, la signification de l'expression change car dans chaque contexte elle se réfère à des états de choses différents ;
- c- Ces expressions comportent des indicateurs réflexifs sans valeur descriptive, les déictiques et les index qui marquent la dépendance contextuelle. (Tiphaine Samoyault, 2001, P. 21)

Conein nous donne plus de détails sur la situation d'énonciation en citant les éléments liés au contexte à savoir : l'espace, le temps et l'objet. En deuxième lieu, quand un locuteur émet ou

réalise son message, ce dernier pourra avoir plusieurs significations et ce par rapport à son contexte pragmatique, en rajoutant que le changement de la situation d'énonciation entraîne un changement de sens, ce qui confirme que le sens est local. En dernier lieu, Conein déclare que pour bien indexer un fait, il existe des outils ou plutôt des marqueurs linguistiques indexicaux qui n'auront pas de sens qu'en rapport aux circonstances situationnelles. Ces outils discursifs nommés les déictiques sont des traces de subjectivité qui servent à mettre le doigt sur le fait indexé.

### III.1. Les indices de l'énonciation (subjectivité) (marqueurs de plurivocité)

Il est évident que la langue est un excellent outil de communication entre les membres de la communauté. Ce système de signes linguistiques (Ferdinand de Saussure) engendre un dialogue entre les allocutaires ce qui laisse systématiquement des traces de subjectivité dans les messages produits.

Selon le dictionnaire de linguistique et sciences du langage de Jean Dubois et al (2012, P.452) « *la subjectivité est la présence du sujet parlant dans son discours ; ainsi, la subjectivité du discours se manifeste par les embrayeurs* ». De ce fait, la présence des protagonistes dans leurs énoncés ne se manifestent qu'à partir des indices de subjectivités ou des embrayeurs.

#### III.1.1. La déixis

Le mot déixis vient du grec *deiktikos*, désigne « *le fait de montrer* » ou « *le fait d'indiquer* » (Levinson 1983, p. 54). Le terme de *déixis* indique tout recours à la situation de communication, ce concept détermine l'univers des actants en établissant un lien entre l'acte producteur et son produit énonciatif. Selon le dictionnaire de l'analyse de discours, la déixis est définie comme :

Notion solidaire de celle de déictique\* puisque l'on entend communément par **déixis** «la localisation et l'identification des personnes, objets, processus, évènements et activités ... par rapport au contexte spatio-temporel créé et maintenu par l'acte d'énonciation » (Lyons 1980 ; 261).

La déixis est donc attachée à la situation de l'énonciation, car elle s'exerce sur trois secteurs constitutifs de cette situation selon le domaine : l'espace, le temps et les actants. Ainsi qu'il y a un rattachement local du sens qui change selon la circonstance. La référence de chaque coordonnée à la situation d'énonciation constitue la déixis (la référence déictique). Ces

coordonnées, dans l'énoncé, renvoient au moment de l'énonciation, aux participants et au lieu où est produit l'énoncé (Francis Cornish, 2014, P.03). Il faut signaler que la déixis emploie des unités linguistiques qui déterminent l'énoncé appelées les déictiques. Ces derniers permettent de laisser une trace de subjectivité qui va systématiquement aider la localisation du sens et par conséquent le repérage de la voix énonciative.

En fait, la déixis est une notion qui a ouvert de nombreuses pistes de recherche et qui a inspiré de nombreux spécialistes citant Kerbrat Orecchioni, Garfinkel, Benveniste et L. Danon-Boileau, celui-ci montre dans (Morel et Danon-Boileau eds 1992 :11) que les linguistes oscillent entre deux conceptions de la déixis :

- (1) La déixis comme rapportant les objets et évènement du monde à la place qu'occupe le locuteur dans l'espace et dans le temps, comme donnant un repère à une référence déjà constituée ;
- (2) La déixis comme type de construction référentielle qui ne sépare pas modalité et acte de référence ;

En retour, cette définition confirme l'importance de la situation d'énonciation et que la déixis est un bon repère à un type de référence inséparable des trois circonstances de l'énonciation (la personne, le temps et le lieu). Elle est un phénomène qui s'occupe sur tout d'identifier les protagonistes et de préciser le cadre spatio-temporel de l'énonciation.

Soit l'exemple suivant :

« Depuis ma naissance j'ai vu un seul président qui gouverne notre pays » fait référence aux trois instances à la personne qui parle (avec le déictique « je »), à l'instant de l'énonciation (avec l'adverbe « depuis ») et à l'espace (avec le groupe nominal « notre pays »). Mais également à l'identité des deux actants, car le sujet a constaté l'identité de référence du président (avec le pronom « je » et avec « le président »).

Finalement, Quand un participant réalise un énoncé, ce dernier fait recours à la situation d'énonciation pour qu'il ait son sens original, il amplifie des rapports interlocutifs avec l'énoncé et l'allocutaire. Il importe de mentionner que la particularité de ce concept est d'être opéré par la référence situationnelle.

### III.1.1.1. Déixis vs anaphore

Les linguistes et les analystes de discours se trouvent souvent en désaccord sur les définitions des deux notions « anaphore » et « déixis », il y en a ceux qui les distinguent (Benveniste) et d'autres qui incluent la première dans la seconde (G.Kleiber) (Georges Kleiber, 1986, p.05), et à cause des ressemblances communes entre ces deux concepts mais également de la légère nuance qui se manifeste dans leurs significations. Dans le cas de la déixis, la localisation référentielle est située dans la situation d'énonciation tandis que dans le cas d'anaphore, le référent est donné par le contexte. C'est-à-dire l'anaphore se contente de garantir la continuité référentielle au cœur des unités discursives). La relation entre ces deux procédures indexicales se présente sous forme d'un continuum. Or, l'étude de ce système énonciatif tente d'analyser la manière dont l'actant s'inscrit et inscrit son allocutaire dans son discours à partir des indices de subjectivité, ces derniers peuvent être des déictiques, des modalisateurs, des verbes locutoires etc.

### III.1.2. Les déictiques

En linguistique de l'énonciation, deux concepts clés qui vont laisser une trace de l'acte producteur et encadrent la situation d'énonciation en précisant ses circonstances, qui sont les modalités et les déictiques. C'est parce que notre recherche sera focalisée sur l'indexicalité, nous nous contenterons d'évoquer les déictiques en éliminant le deuxième concept car les indices de subjectivité sont des déictiques de personne et d'ostension<sup>9</sup> à situer l'acte d'énonciation par rapport au sujet parlant.

Le terme déictique ouvre une multiplicité de dénominations et une terminologie fluctuante privilégiée par des linguistes et des analystes de discours citons : « shifter ou embrayeur »(Jespersen1964, Jakobson1963, Greimas1979), « indicateurs »( Benveniste1966, Collot 1980), « indexical symbols » ( peirce1955), « dénomination absolue »( Bally1969), « référence relative » ( Lyons1970), « désignateurs » (Corblin1983). (Georges Kleiber, 1986, P. 07).

Pour éclairer ce brouillage terminologique associé au mot « déictique », nous faisons appel à la célèbre définition du mot anglais *shifter* notée par Jespersen en tant que « *classe de mots [...]dont le sens varie avec la situation* » (*ibid*, P.08), cela signifie que la valeur

---

<sup>9</sup> Les signes d'ostension sont des éléments qui témoignent de la relation spatiale et temporelle entre l'énoncé et l'énonciation

sémantique des marqueurs d'embrayage est affectée par la situation d'énonciation. Dans le même sillage, viendra Jakobson pour redéfinir le même concept mais en le traduisant à la langue française. *Shifter* est le synonyme d'embrayeur (celui-ci a été emprunté par R.Jakobson(1963,176)). Pour Jakobson les embrayeurs sont une « *classe spéciale d'unités grammaticales dont la signification [...] ne peut être définie en dehors d'une référence au message* » (Pierre Van Den Heuvel, p. 120). Dans cette définition, on met principalement l'accent sur la référence du message.

En bref, les embrayeurs sont des indicateurs déictiques qui encadrent la situation d'énonciation, ils renvoient aux actants et organisent les relations spatiales et temporelles des participants comme repères. Il est à noter que ces indexicaux installent et instaurent des relations interlocutives entre les déictiques et les instances de discours.

Le dictionnaire de linguistique et des sciences du langage de Jean Dubois (2012, P.132) définit le mot « déictique » comme :

« On appelle déictique tout élément linguistique qui, dans un énoncé, fait référence à la situation dans laquelle cet énoncé est produit ; au moment de l'énoncé (temps et aspect du verbe) ; au sujet parlant(modalisation) et aux participants à la communication. Ainsi, les démonstratifs, les adverbes de lieu et de temps, les pronoms personnels, les articles (« ce qui est proche « opposé à ce qui est lointain », par exemple) sont des déictiques ; ils constituent les aspects indiciels du langage ».

Cela signifie que les déictiques sont des unités lexicales et linguistiques dont la signification dépend de la situation et, notamment, qui renvoie respectivement au moment, lieu et sujet de l'énonciation. Il s'agit d'indices de nature grammaticale variable, ils peuvent être des pronoms personnels, des adverbes de temps ou de lieu, des démonstratifs, déterminants ou pronoms possessifs ... qui ne prennent leur sens que lorsque la situation d'énonciation est connue, citons : « Je », « aujourd'hui », « ici », « ce », etc.

Voici quelques exemples de déictiques :

*Les indices personnels* : 1ère/2ème personne dans l'énoncé « *je manifeste, donc je suis* » + le « On », dans le slogan contestataire « *on est là pour construire, pas pour détruire* »

*Les indices spatio-temporels* : adverbes de temp dans l'exemple « *quand l'injustice est une loi, la résistance devient un devoir* », et de lieu dans « *... nous serons toujours là même avec des cânes* »

*Les indices de la monstration* : les indices démonstratifs tels que ce, cette, ces...

Lorsque les démonstratifs fonctionnent comme déictiques, ils ont la propriété de renvoyer à la situation d'énonciation et ils sont désignateurs car ils indiquent l'entourage des allocutaires. Il est à mentionner que ces mots sont ambigus hors contexte, et il ne faut pas perdre de vue que la plupart de ces indexicaux renvoient à une idée ou à une pensée des protagonistes. Or, ces types d'indicateur peuvent en effet occuper différentes fonctions discursives, citons une parmi elles, ces marqueurs assurent alors la transition entre les unités discursives en annonçant leurs propos.

Quant à C.Kerbrat-Orecchioni, elle, définit les déictiques comme :

« Des unités linguistiques dont le fonctionnement sémantico-référentiel implique une prise en considération de certains éléments constitutifs de la situation de communication à savoir :

- le rôle que tiennent dans le procès d'énonciation les actants de l'énoncé.
- la situation spatio-temporelle du locuteur et éventuellement de l'allocutaire. »

Dans cette voie, kerbrat orecchioni affirme que pour bien déterminer le sens d'un énoncé, il est impératif de se référer aux trois indexicaux de la situation d'énonciation suscités (le locuteur et le cadre spatio-temporel).

Sur le plan sémantique, les déictiques sont des signes vides hors de la situation d'énonciation. Le type de déictique nous permet de préciser l'identité et le genre de discours. Il s'agit de la personne ou plutôt de forme nominale ou des indexicaux spatio-temporel, ce sont des repères et des lieux d'inscription du locuteur et de doter la subjectivité langagière. Ces indexicaux produisent une connexion entre le sujet énonciateur et son énoncé.

Certes les déictiques présentent de nombreuses ambiguïtés sur les deux axes (théoriques et pragmatiques), néanmoins, elle permet de tirer la multiplicité de voix énonciatives à travers les marqueurs de la subjectivité. Autrement dit, ce phénomène est susceptible d'être perçu comme une source et un lieu d'inscription le plus voyant de la subjectivité.

## **Conclusion**

En conclusion, le discours contestataire qui, est un genre particulier du discours, constitue un moyen linguistique adopté et adapté par les faux algériens, afin de manifester contre le système et pour atteindre les objectifs tracés par eux-mêmes. Cet outil discursif employé durant cette période a pour but de mettre en évidence (prend en charge) la voix collective et l'opinion populaire. De ce fait, nous avons évoqué les deux notions théoriques de la polyphonie et de l'indexicalité. En premier lieu, la polyphonie avec ses deux formes, est un concept qui sert à situer et à repérer la pluralité de voix et l'hétérogénéité énonciative, mais cela à l'aide de la deuxième notion nommée l'indexicalité. Celle-ci tente, en second lieu, d'étudier les indexicaux comme marqueurs de subjectivité et qui servent à indexer(désigner) le phénomène en question.

## **CHAPITRE III**

---

*Analyse des indexicaux dans les slogans polyphoniques du Hirak*

---

## Introduction

Dans ce dernier chapitre, en nous référant au contenu des deux chapitres précédents, nous opterons pour une analyse des données accessibles à partir des plateformes numériques employées pendant le *hirak* algérien Facebook et sites internet. Vu que le slogan contestataire est utilisé durant cette période comme un mode d'expression et de communication mobilisé en force dans la lutte pacifique contre le pouvoir. Notre travail sera focalisé sur ce mode de communication, dans le but de repérer la pluralité de voix masquées.

Nous viserons dans ce chapitre à relever l'ancrage énonciatif de la polyphonie dans les slogans et notamment à travers la déixis.

Pour ce faire, nous avons opté pour une démarche analytique des énoncés contestataires appuyée sur une approche énonciative. L'analyse est faite sur un corpus composé essentiellement de slogans polyphoniques sémantiques et intertextuelles.

## **I. Présentation et description du corpus**

Dans notre travail de recherche, il sera question de l'analyse polyphonique des slogans scandés par les hirakists algériens. Notre analyse s'est appuyée sur les travaux de célèbres analystes de discours : O. Ducrot et M. Bakhtine, traitant les deux formes de polyphonie (sémantique et intertextuelle).

Afin de mener à bien notre analyse, les données de notre corpus ont été minutieusement collectées, sélectionnées et traitées. Nous avons d'abord tiré nos slogans du livre (K.Ait DAHMANE, vendre dire en Algérie, Humour, chants et engagement), des sites web mais aussi de la page Facebook (اجمل و اقوى شعارات الحراك الشعبي). Ensuite, nous avons remarqué une hétérogénéité thématique de notre corpus. Ce qui nous a poussée à l'homogénéiser en rapport avec notre problématique et nos objectifs. Ces slogans contestataires sont dessinés sur divers modes de communication qui sont déjà suscités dans le premier chapitre théorique (banderole, pancarte, graffitis etc.).

Le choix de ce type de média-support n'est pas aléatoire car chaque mode d'expression et de communication peut avoir des conséquences particulières des effets très variables sur la transmission du message contestataire.

Nous avons veillé à ce que les slogans choisis pour notre corpus soient en nombre représentatif et en adéquation avec les objectifs préalablement fixés. Pour ce faire, nous avons pris (22) vingt deux slogans polyphoniques contenant les marqueurs linguistiques des deux formes de polyphonie. A ce titre, nous avons esquissé un tableau classificatoire des slogans contestataires portant sur les types des indexicaux, dans chaque type de polyphonie. Ensuite, nous avons choisi un échantillon de slogans pour l'analyser, Ce choix est justifié par la présence de chaque type de déictique dans un slogan. Dans l'ensemble, nous avons analysé cinq pour la polyphonie sémantique et quatre slogans pour la polyphonie intertextuelle.

### **I.1. Présentation des approches**

L'analyse de notre corpus appelle différentes approches basées sur les travaux d'O.Ducrot et M.Bakhtine dans l'approche polyphonique et le linguiste E. Benveniste dans l'approche énonciative. Etant donné que notre corpus est constitué des données accessibles à partir des plateformes numériques, nous avons adopté les méthodes suivantes : descriptive, analytique et inductive car nous visons à observer ; décrire, analyser et interpréter le rôle des

déixis dans l'apparition de la polyphonie dans les slogans conçus durant la période du *hirak* algérien, et cela fu à partir des données recueillies pour en tirer enfin des conclusions et des généralisations et d'apporter d'autant plus des explications aux faits constatés.

## II. Présentation de la grille d'analyse

### Les étapes à suivre l'analyse :

- 01- Séparer et diviser les slogans contestataires selon les deux formes de polyphonie en se référant au tableau ci-dessous, afin de les analyser
- 02- Décrire brièvement les slogans de chaque forme de polyphonie afin de les contextualiser
- 03- Tracer un tableau pour chaque forme de polyphonie

Les énoncés	Types d'indexicaux
	Pers/ spatio-temp/ démons
Énoncé 01	

- 04- Analyser les slogans de la polyphonie sémantique d'un point de vu des catégories grammaticales (pronoms, déterminants, adjectifs...) des déixis présentes afin de montrer la subjectivité du locuteur et les présuppositions et ce pour interpréter les changements sémantiques, c'est-à-dire ce qui n'est pas déclaré (le caché) qui introduit la multiplicité des voix énonciatives. Puis, nous essayerons de mettre un lien entre ces deux procédés pour mieux expliquer le lien entre l'indexicalité et la polyphonie :
- 05- Analyser les slogans de la polyphonie intertextuelle en dégageant les indexicaux et le « on » collectif suivant une analyse énonciative. Après avoir trouvé l'origine de chaque énoncé en faisant recours aux contenus passés appartenant à d'autres locuteurs, nous passerons au savoir partagé.

- **Le « on » collectif et le renvoi à un discours antérieur à l'aide des indexicaux :** cela fait allusion à la polyphonie interdiscursive, il s'agit de trouver l'origine de chaque énoncé employé dans les slogans qui fait allusion à d'autres discours étrangers, à l'aide des indexicaux comme des noms de marques ou de produit ... ou à travers le *On* collectif.

- 06- Synthèse des résultats :

Il s'agit d'un travail statistique en termes de type de déictiques dominants dans chaque polyphonie dans l'ensemble du corpus composé de 21 slogans, 11 sémantiques et 10 intertextuelles.

## II.1. La polyphonie sémantique

Enoncés	Types de déictiques des déixis simples					
	Personnelles			Spatio-temporelles		Démonstratives
	Pr. pers	Possessif	On	Lieu	Temps	
01- Je ne veux pas d'un faux 8 mars, je veux un vrai 5 juillet.	Je				Un 05 juillet	
02- <b>Nous</b> sommes unis, <b>vous</b> êtes finis.	Nous Vous				Un 08 mars	
03- Notre tour d'avoir une vie meilleure, dégage !!		Notre				
04- Nos rêves ne tiennent pas vos urines.		Nos Vos				
05- On est en grève, c'est à vous de prendre les vacances.			On			
06- On veut un président jeune et en bonne santé non pas vieux et malade.			On			
07- S'il faut être là jusqu'en 2050, nous serons toujours là même avec des cannes !!	Nous			Là	Toujours	
08- Je suis né <b>ici</b> , je me bais <b>ici</b> . Notre avenir se construit en Algérie, Mr Macron soyez tranquille, en cas de désarroi je mangerai ma terre. Mon honneur et ma dignité	Je  Vous	Notre		Ici		
		Mon				

<p>n'interdisent de vous demander l'asile, Gloire à nos martyrs.</p> <p>09- quand vous dégagez, nous irons bien.</p>		<p>Ma</p> <p>Nos</p> <p>Nous Vous</p>				<p>Quand</p>
<p>10-cette génération vous mettra à genoux.</p> <p>11- J'ai testé ce régime et je n'ai pas maigri, alors je change de régime.</p>	<p>Vous</p> <p>Je</p>					<p>Cette</p> <p>Ce</p>

### Commentaire du tableau ci-dessus

Le tableau ci-dessus présente les différents types de déictiques dominants dans les énoncés de la polyphonie sémantique. Nous remarquons que les locuteurs ont utilisé plusieurs types de déictique au sein de l'unique énoncé, et dans la majorité des slogans, ils ont employé ponctuellement les déictiques de la personne, plus précisément les pronoms personnels (singuliers et Pluriels) « je, nous, vous, on » les adjectifs possessifs « notre, ma, nos », ce qui nous mène à avancer que cette dominance sert à montrer l'opinion et la voix du locuteur et par conséquent l'expression de sa subjectivité. Comme le locuteur est un citoyen algérien, il est le représentant de sa société, de ce fait, il exprime une voix plurielle. Ainsi, nous avons repéré le recours à d'autres types de déictiques (démonstratifs « ce, cette » ; spatio- temporels « quand, toujours, là ») qui sont aussi des déixis simples, mais ils sont un peu utilisés par les locuteurs. Comme le locuteur est un citoyen algérien, il est le représentant de sa société, de ce fait, il exprime une voix plurielle.

## II.2. Polyphonie intertextuelle

Énoncés	Types de déictiques des déixis doubles						
	Personnelles				Spatio-temporelles		Démonstratives
	Prn. Pers	Adj. Q	Possessif	On	Lieu	Temps	
01- vous êtes <i>Malbarrés</i> , votre système nuit gravement à notre santé	Vous		Votre				
02- un seul héros le peuple !		Seul					
03-quand l'injustice devient loi, la résistance est un devoir						Quand	
04-Au <i>Quotidien</i> , on jouira de notre <i>Liberté d'Expression</i> dans ce <i>Watan</i>			Notre	On			Ce

### Commentaire du tableau

Les slogans scandés lors du hirak sont utilisés pour exprimer une hétérogénéité énonciative. Le tableau ci-avant montre l'emploi des déixis doubles dans les énoncés de la polyphonie intertextuelle. Et effet, nous remarquons que les déictiques sont peu évoqués (utilisés) par les locuteurs. Ces derniers font appel à d'autres procédés discursifs pour afficher leur subjectivité et actualiser une voix plurielle. Ainsi, nous avons remarqué que les déictiques de la personne (du pluriel) sont les plus présents dans ces énoncés, « nous, notre, je, ma, vos », cela confirme que les locuteurs visent à diffuser une voix multiple.

### III. La polyphonie sémantique

#### III.1. Analyse de l'image 01



**Image 01**

##### III.1.1. Description de l'image 01

Sur différents modes d'expression et de communication, et à l'occasion de la journée mondiale de la fête des femmes le 08 mars, les *hirakistes* algériennes ont profité de ce jour pour participer dans ce mouvement contestataire. Elles sont sorties le 08 mars 2019 pour exprimer leur refus radical du système en défendant non uniquement leurs droits mais réclamant la liberté du pays. Pour ce faire, elles conçoivent des slogans en adéquation avec cette occasion afin de soutenir le *hirak* à leur manière.

De ce fait, sur la **banderole** portée par cette femme dans une rue à Alger près de la Grande Poste, un slogan contestataire sur lequel elle exprime son opinion, dénonçant la fête du 08 mars avec un pouvoir corrompu et revendiquant la liberté.

##### III.1.2. Les instances énonçantes

*Le locuteur* : les femmes algériennes

*L'énonciateur* : Inconnu et anonyme dans notre cas

##### III.1.3. Les indexicaux personnels et la polyphonie sémantique

En effet, dignes héritières des Moudjahidates, les femmes ont choisi cette journée pour revendiquer la liberté en criant : « *je ne veux pas d'un faux 8 mars, je voudrai un vrai 5 juillet* », dans ce slogan la femme algérienne réclame alors la liberté des détenus du mouvement 22 février. Notons que la présence du **pronom personnel** « je » n'a de sens que lorsqu'il est intégré au corps du **slogan**, car on ne pourra jamais déterminer le recours à cet

**indice** qu'à travers la **contextualisation**. Les **déictiques personnels** et **spatio-temporels** se retiennent à la **subjectivité** qui servent à identifier le sujet **énonciateur** dans son **énonciation**.

A cet égard, le **locuteur** défend ses droits en faisant référence à l'histoire algérienne et notamment à la date de notre indépendance pour rafraîchir la mémoire et pour diffuser la conscience de cette tranche sociétale. (une seconde indépendance)

En outre, cet **énoncé** fait alors entendre implicitement deux contenus le premier constitue le **posé**, c'est-à-dire la formule linguistique rédigée dans sa réalisation normale et la plus naturelle « *je ne veux pas d'un faux 8 mars, je voudrai un vrai 5 juillet* », et le deuxième est qualifié comme **présupposé** qui est dans notre cas « *je veux d'un vrai 8 mars, je le voudrai un vrai 5 juillet* », cela signifie que cette femme a déjà vécu des faux 8 mars, et elle voudra le changement en réclamant le départ du système politique et l'Édification d'un État de droit. Cette façon est la seule voie à même de garantir les droits de la femme et par conséquent de tout citoyen. Le locuteur de cet énoncé, a exprimé son opinion à travers son emploi du « je » correspond au **déictique personnel** du slogan (faisant référence à l'instance allocutaire), **ancrée** dans le **locuteur** qui est le producteur du sens (**le locuteur est le centre déictique**) et c'est lui qui assume la **responsabilité de son énonciation** à travers son **positionnement** vis-à-vis des contenus (il est pour ou contre), et par conséquent l'expression de la **subjectivité énonciative**. Cela permet de distinguer entre le locuteur et l'énonciateur. Dans ce cas, la **déixis est simple car le locuteur** n'a pas déplacé le **centre déictique** vers un autre **point d'ancrage ; aux allocutaires**. Cependant, ce qui est remarquable c'est la présence de l'**instance temporelle** (les deux dates) et cela permet **d'encadrer l'action énonciative**. C'est-à-dire la présence de ces **déictiques** (de la personne et du temps) fait **référence** à la présence des composants de la **situation d'énonciation** qui sont :

*Le locuteur* : la femme en image et toutes les femmes algériennes

*L'allocutaire* : le système et ses partenaires

*Le cadre spatio-temporel* : le 08 mars 2019 en Algérie

Ces substances suscitées contextualisent l'**énoncé** et lui donnent un **sens** précis, et dans notre cas, Il affiche l'**opinion** de cette femme et donc sa voix, mais après avoir vu plusieurs femmes qui brandissent le même **slogan**, on constate qu'il s'agit d'une opinion populaire et l'articulation d'une **voix collective** de ce sexe et de cette tranche de la société. Ce qui prouve la contribution d'une **multiplicité de voix énonciatives**.

### III.1.4. Synthèse

En définitive, le locuteur communique donc à la fois les deux contenus posé et présupposé et c'est grâce aux indices de la personne et de temps que cette instance a pu effectuer une opinion populaire et par conséquent non seulement sa voix mais plutôt une voix plurielle. Et elle a pu préciser la période et le temps exact de ce slogan (localisation temporelle et spatiale). Les présuppositions nous peuvent donc conduire à une polyphonie énonciative à travers l'emploi du « je » qui fait recours au locuteur en tant qu'un citoyen dépendant de cette société (son identité), ce qui fait apparaître une pluralité de voix.

## III.2. Analyse de l'image 02



Image 02

### III.2.1. Description de l'image 02

Dans cette image un slogan contestataire rédigé sur une **banderole** portée par les manifestants algériens qui vivent à l'étranger désirant rejoindre leurs concitoyens en Algérie et manifester contre le régime algérien. Ils sortent dans les rues et les boulevards de leurs pays respectifs pour transmettre leurs voix dans le but de mondialiser le sujet mais surtout pour participer dans ce grand **mouvement contestataire** nommé le *hirak* et approuver leur citoyenneté.

De ce fait, le Dimanche 31 mars 2019, en France et plus particulièrement à Paris, certains algériens ou Français d'origine algérienne ont à nouveau manifesté en faveur d'un changement radical du système. Ils sont sortis ce jour dans une **mobilisation programmée** à l'avance par des personnes **anonymes**, cette **manifestation** a aussi eu lieu à Marseille et à d'autres villes françaises. Les activistes algériens se sont alors regroupés à Paris, précisément dans l'espace de la République dans une atmosphère festive, des familles sont venues avec leurs enfants, des jeunes drapés dans de grands drapeaux algériens, de slogans scandés à tue-

tête. Ils brandissent des slogans protestataires parmi-les « *à notre tour d'avoir une vie meilleure, dégage !* ».

### III.2.2. Les instances énonçantes

*Le locuteur* : les Algériens de France

*L'énonciateur* : Anonyme

### III.2.3. Les indexicaux possessifs et la polyphonie sémantique

Suivant le chemin des *hirakistes* algériens dans leur pays, les **manifestants** qui vivent hors de l'Algérie notamment en France, réclament les mêmes objectifs en demandant la liberté, la dignité et la démocratie. Par ces sorties, et pour rendre hommage à cette mobilisation, ils retrouvent la fierté d'être Algériens et manifestent leur solidarité avec leurs citoyens.

En effet, les **protestataires** espèrent voir une Algérie nouvelle et meilleure en déclarant ; « *à notre tour d'avoir une vie meilleure, dégage !* ». Dans ce message, nous remarquons que ce **manifestant** a employé le **possessif** « notre » pour exprimer non uniquement ses idées et sa **position** personnelles mais également ce que cette communauté algérienne qui habite à l'étranger, réclame. Cet **outil grammatical** n'acquiert de sens qu'en relation avec les **circonstances de la situation d'énonciation** dans laquelle il est utilisé, c'est-à-dire hors de ce texte et contexte elles sont, sémantiquement parlant, des **signes vides**. En plus, **le locuteur** qui est dans notre exemple **la source de la voix plurielle** de cette catégorie de population, a utilisé le pronom possessif de la 2<sup>ème</sup> personne du pluriel pour déterminer les objectifs et **identifier les actants** de la situation d'énonciation.

#### Le statut énonciatif

*Le locuteur* : les Algériens hors du pays et les Français d'origine algérienne

*L'allocutaire* : Le président

Le cadre spatio-temporel : 31 Mars 2019 en France.

Dans ce slogan **polyphonique**, un message explicite est destiné à l'Etat algérien sur lequel les manifestants déclarent le **dégagisme**, en exprimant leur union et leur appartenance à l'Algérie, ce qui fait donc apparaître l'aspect **identitaire** de ces **manifestants**. De ce fait, le

**locuteur** de cet **énoncé** « *à notre tour d'avoir une vie meilleure, dégage !* », fait entendre à la fois deux contenus, un **présupposé** et le second le **posé**. D'abord, le **posé** est le discours déclaré par le locuteur, tel qu'il est ; « *à notre tour d'avoir une vie meilleure, dégage !* », et cela signifie que c'est le temps de faire dégager les responsables politiques qualifiés comme corrupteurs et voleurs et que ces derniers doivent ramasser leurs affaires et sortir de notre Algérie. L'emploi du « *notre* » par le **locuteur** pour inclure les autres locuteurs qui appartiennent à la même catégorie sociétale, il implique les autres **manifestants** français d'origine algérienne. Ainsi, ce **déictique** a pour but d'exprimer la **subjectivité énonciative** du **sujet parlant**, car il permet de déterminer ses objectifs et ses attentes et par conséquent c'est lui qui prend la **responsabilité** de son discours. **Le pronom possessif** fonctionne comme un moyen d'appropriation, car dans cet exemple le locuteur approprie le pays (le tout) à lui et aux autres manifestants. Ensuite, le deuxième contenu qui est le **présupposé** de cet **énoncé** est « qu'auparavant le peuple algérien n'a pas vécu dans les meilleures conditions et n'avait pas vécu une vie digne, que de la souffrance et de la misère et que ce sont ces voleurs qui ont vécu cette meilleure vie qui va de droit à la population ». Il est à mentionner que le **pronom possessif** « *notre* » joue un rôle très important dans la **localisation sémantique**. Il représente une référence déictique car il renvoie au locuteur ce qui nous aide à déterminer le sens de cet énoncé. Ce **marqueur** nous a permis d'exprimer **l'identité** en produisant un **lien** entre le **sujet énonciateur et son énoncé**.

#### III.2.4. Synthèse

Comme les pronoms personnels servent à ancrer le locuteur dans son énoncé, les possessifs expriment aussi la subjectivité du locuteur. Dans les présupposés, le possessif « *notre* » est une catégorie grammaticale qui unit les locuteurs, l'allocutaire. Il est au pluriel, ce qui signifie que cet **indexicaux** exprime une opinion collective et par conséquent une voix plurielle et cela dû afin de rendre le message unanime. Ainsi, ces **déictiques** sont des traces linguistiques porteuses de **l'identité, de l'idéologie et de la culture du locuteur**.

### III.3. Analyse de l'image 03



**Image 03**

#### III.3.1. Description de la troisième image

Les hirakistes défilent dans les rues de toute l'Algérie avec des slogans protestataires transcrits sur différents modes d'expression (pancarte, banderole, affichette...), ces slogans expriment les attentes des Algériens sortis par millions pour un Etat de droit.

Sur cette **pancarte** scandée par les **manifestants** dans les 48 wilayas, un message **contestataire** sur lequel les Algériens insistent la continuation de cette **marche millionnaire** et la non résignance jusqu'à la réalisation de leurs **revendications**. De ce fait, le 28 février 2019, des milliers d'Algériens sont ressortis dans la rue algérienne pour se manifester le 2ème vendredi suite à un message anonyme diffusé sur les réseaux sociaux. Ils crient, chantent et portent des slogans de différentes formes, concis et longs, accompagnés d'une image ou non.

#### III.3.2. Les instances énonçantes

*Le locuteur* : tous les Algériens des 48 wilayas

*L'énonciateur* : anonyme

#### III.3.3. Les indexicaux spatio-temporels et la polyphonie sémantique

Comme réaction inattendue par les Algériens, et après le premier rendez-vous du vendredi le 22 février 2019 qui a brisé le mur du silence et de la peur, une deuxième sortie populaire similaire à la première, a été **organisée** la deuxième semaine par les activistes pour montrer au pouvoir et au monde que cette mobilisation est tenace et qu'ils sont déterminés de la mener jusqu'au bout jusqu'à ce que le système et ses partenaires quittent le pays. On

croyait que le peuple algérien était endormi et que la perspective du 5<sup>ème</sup> mandat était acquise par les partisans de la continuité.

Dans cet exemple, le **slogan** « *S'il faut être là jusqu'en 2050, nous serons toujours là même avec des cannes !!* » s'est caractérisé par sa **brièveté**, son **figement**, ce qui va permettre systématiquement qu'il soit **frappant** et plus **significatif**. Cette formule **concise** créée ce jour de protestation, contient deux propositions. Dans la première, nous remarquons que le **locuteur** a utilisé trois formules langagières, un **adverbe de lieu** « là », la **préposition** « jusqu'à » et **une date** « 2050 ». De la même manière, « là » marque une **actualisation locale** contrastée par rapport au **temps** qui se **réfère** à une période au futur. De plus, les **déictiques spatiaux** peuvent être utilisés métaphoriquement pour la **désignation** d'un **espace temporel**. Mais ils peuvent aussi être **mêlée** avec la **fonction d'un déictique spatial**.

*Le locuteur* : tous les Algériens de 48 wilayas

*L'allocutaire* : le régime et ses partenaires

*Le cadre spatio-temporel* : 22 février 2019

Dans la deuxième partie, le **locuteur** emploie le même **déictique spatial** de la première proposition (l'adverbe « là ») dans le but de déterminer l'endroit, et l'**indice temporel** « toujours » qui est un **adverbe de temps** pour préciser le moment mais également la période de l'évènement.

En outre, dans ce **slogan contestataire** « *S'il faut être là jusqu'en 2050, nous serons toujours là même avec des cannes !!* » le **locuteur** communique à la fois deux contenus sémantiques, le **posé** et le **présupposé**. En premier lieu, le contenu posé « *si vous restez en Algérie jusqu'en 2050, nous serons toujours là même avec des cannes* ». Cela veut dire que les Algériens ne reviennent pas sur leur engagement et qu'ils sont conscients de ce qu'ils font. Ainsi, ils menacent par la prolongation de ce **mouvement contestataire** pour longtemps si le régime s'entête et ne part pas. En second lieu, et à ce premier contenu, s'ajoute un second « *si vous ne serez pas là jusqu'en 2050, nous arrêterons la contestation* », « *s'il ne faut pas être là jusqu'en 2050, nous ne serons jamais là* ». Notons que le **locuteur** a utilisé différentes **classes grammaticales** dans le but d'exprimer **ses idées**, son **idéologie** et une **voix plurielle** de la collectivité. Cette diversité (**multiplicité**) **catégorielle** nous a permis de détecter et le type de **polyphonie** et la **position du locuteur** mais encore elle a **situé l'action énonciative** dans le contexte contestataire algérien. Car il a employé le **pronom personnel** « nous » pour articuler

une **pluralité de voix**, celle du **locuteur** qui représente le porte-parole de son peuple et **la voix** des autres **manifestants** algériens, plus de son utilisation aux **indicateurs** de temps pour encadrer **l'énonciation**.

### III.3.4. Synthèse

Grâce aux indicateurs de temps et de lieux, que nous avons fait référence à la situation d'énonciation et que nous pouvons localiser le sens et l'action énonciative, mais également exprimer l'idéologie et l'humeur.

Cette particularité employée dans les présuppositions nous aide à détecter un dédoublement de voix : du locuteur et de son peuple, ce qui fait donc l'apparition de la polyphonie sémantique.

## III.4. Analyse de l'image 04



**Image 04**

### III.4.1. Description de l'image

Sur cette **pancarte** scandée le 22 février 2019, un **slogan** écrit par les jeunes algériens à Alger pour protester contre le 5ème mandat. « *Cette génération vous mettra à genoux* », cette **courte formule** linguistique **figée** contient un message destiné au président et ses partenaires. Ce **figement** et la **concision** de cette expression sont des **caractéristiques** importantes du **slogan révolutionnaire**. Il a aussi produit un grand effet sur le pouvoir en place, qui devait comprendre que : rien ne pourra plus arrêter la jeunesse algérienne qui n'avait connu que Bouteflika.

La catégorie des jeunes est la tranche sociétale dominante en Algérie, ils constituent la majorité (70%) de la population, leur opinion a un grand poids et pourra changer la situation. Ils exigent un président jeune et en bonne santé. Cette perspective du 5ème mandat a agi sur

la jeunesse algérienne comme un électrochoc en revendiquant avec ce slogan « *cette génération vous mettra à genoux* ». Cette **protestation** a fait renaître la conscience de cette génération qui n'a de peur de personne et a décidé de prendre son destin en mains.

#### VI.4.2. Les instances énonçantes

*Le locuteur* : les jeunes algériens

*L'énonciateur* : inconnu

#### III.4.3. Les indexicaux démonstratifs et la polyphonie sémantique

Dans **ce mouvement contestataire**, les jeunes algériens constituent un élément central dans le développement du *hirak*. Ce slogan « *cette génération vous mettra à genoux* » scandé sur une pancarte, dans lequel les jeunes avertissent les responsables politiques du pays nommés « el 3issaba », en employant le pronom **démonstratif** « *cette* » qui accompagne le nom « génération » pour désigner le **locuteur** de cet **énoncé** et pour **localiser le sens** du message. Il utilise la **déixis démonstrative** « *cette* ». Pour identifier le locuteur et préciser qu'il ne s'agit pas d'une génération passée, ni future, c'est la présente génération désignée par « *cette* ». Ce **démonstratif** sert donc à montrer précisément **l'instance énonçante** qui **assume** les contenus de ce discours. Corollairement, Cette caractéristique de **monstration** que ce pronom « *cette* » a eu lui mettre en valeur en se **situant** dans une identification de différents effets et donc dans une meilleure appréciation de leurs **rôles discursifs** et dans notre exemple : la polyphonie et la subjectivité. Il faut signaler que ces **démonstratifs** sont ambigus hors de ce **contexte**, c'est-à-dire qu'ils n'ont aucune **fonction d'un point de vue sémantique**. Il ne faut pas perdre de vue non plus que ces **déictiques démonstratifs** renvoient à l'idée ou à la pensée du locuteur (référence déictique). C'est grâce à cette classe grammaticale que le statut énonciatif est favorisé.

#### Le statut énonciatif

*Le locuteur* : les jeunes algériens

*L'allocutaire* : au président

*Le cadre spatio-temporel* : Le 22 février 2019 à Alger et d'autres wilayas.

**Le locuteur** du slogan : « *cette génération vous mettra à genoux* » fait entendre deux **contenus énonciatifs**, le posé et le présupposé. Le **contenu posé** de cet **énoncé** est la

réalisation verbale rédigée par les jeunes **manifestants** et scandée sur la pancarte (cette génération vous mettra à genoux), ce qui signifie que les jeunes ont déjà pris une décision et surtout une **position** envers la situation vécue. Ils choisissent de sortir ce jour pour mettre fin à cette politique corrompue. Cette courte formule linguistique est alors apparue sous forme d'une promesse dans laquelle **la voix** des jeunes algériens s'est manifestée grâce au **déterminant** démonstratif « cette » qui est considérée comme **référence déictique** du locuteur et par conséquent un marqueur de **polyphonie énonciative**. De plus, le même **slogan** fait communiquer un autre contenu qualifié comme **présupposé**, qui est dans ce cas « auparavant vous étiez libre, mais dès maintenant cette génération pourra mettre les bâtons dans les roues et contraindre vos pratiques, injustes et opprimantes ». Autrement dit, le sens caché de cet **énoncé polyphonique** et qui est accepté par **l'allocutaire** est le suivant « au passé, cette génération était absente et vous avez fait comme vous voulez, mais dès maintenant vous ne pourrez plus faire du mal ni à cette pauvre population ni à notre Algérie ». Les **locuteurs** qui présents dans notre exemple sont les jeunes manifestants, veulent approuver leur existence et montrer la conscience collective. A cet égard, le **locuteur** emploi **ce déictique démonstratif** dans le but d'annoncer ses **propos** car ces **indicateurs** assurent la transition entre les unités **discursives**. Et ce afin **d'introduire sa voix** mais également la **voix des jeunes** algériens qui sont unis pour dire non au régime et oui au changement de la situation. Cette **production discursive** était un outil de lutte adoptée par la jeunesse algérienne pour **actualiser leurs idées, constituer une opinion populaire** et pour **articuler une voix plurielle**.

#### III.4.4. Synthèse

Lorsque les démonstratifs fonctionnent comme déictiques, ils ont la possibilité de renvoyer à la situation d'énonciation et ils sont désignateurs car ils indiquent l'entourage des allocutaires. Or, ce type d'indexicaux peut en effet occuper différentes fonctions sémantiques (référence sémantique) et discursives, citons : la polyphonie sémantique et la subjectivité discursive. Il est à mentionner que ce slogan stylistique diffuse une idéologie propre à cette génération jeune. C'est vrai que ce type d'indexicaux ne renvoie pas directement au locuteur, mais il est considéré comme marque polyphonique par le biais de la subjectivité énonciative qu'il partage.

### III.5. Analyse de l'image 05



**Image 05**

#### III.5.1. Présentation de l'image

La contestation algérienne ne cesse pas de prendre de l'ampleur au sein de la société avec sa diversité catégorielle et générationnelle pour mettre fin au régime dit corrompu en demandant un changement radical. De ce fait, le 12 Mars 2019, des marches estudiantines s'entreprennent pour expliquer aux responsables la position de cette couche de population.

Pour ce faire, dans une banderole, un groupe d'étudiants universitaires dénonce « *On est en grève, c'est à vous de prendre des vacances* ». Ils s'adressent au ministre de l'Enseignement supérieur, qui a avancé la date des vacances de printemps au dimanche 10 mars 2019, alors qu'elles étaient prévues pour le 21 du même mois. Les étudiants affirment la conscience collective et affichent leur engagement.

#### III.5.2. Les instances énonçantes

*Le locuteur* : les étudiants algériens

*L'énonciateur* : anonyme

#### III.5.3. Le « on » collectif et la polyphonie sémantique

Sur une longue **bande en tissu** portée par un groupe d'étudiants, dans la rue algérienne, une courte formule linguistique, **poétique** (assonance et la rime), **figée**, à travers laquelle les manifestants expriment leur rage et le mépris collectif. Le **slogan** « *On est en grève, c'est à vous de prendre des vacances* » est un message rédigé par cette génération jeune et instruite et transmis aux dirigeants politiques. Nous remarquons que **le locuteur** a utilisé **le pronom** « on » pour exprimer ses sentiments, expliquer ses idées et ses pensées. Il faut mentionner que ce **pronom** a plusieurs **fonctions grammaticales** et pour définir sa

fonction, il est important de dénouer sa complexité **référentielle**. Cette **contextualisation sémantique** du message correspond à une **propriété** très importante du **slogan protestataire** celle de la **dépendance et indépendance sémantique** au **contexte** révolutionnaire car ce **pronom** n'a pas de **sens** et il est indéfini hors de ce **contexte**. Cette **caractéristique** nous aide systématiquement à déterminer la **valeur sémantique** (le changement sémantique) de ce **déictique** qualifié comme **marqueur** de **bivocalité** (bivocité)(Meillet) et par conséquent la **localisation sémantique** de cet **énoncé**. L'emploi particulier de cette **déixis** aussi bien **personnelle** qu'indéfinie renvoie respectivement au **locuteur** qui représente dans notre cas un ensemble (groupe) d'étudiants et **ancrer** leur **positionnement**. La **référence déictique** de ce **pronom personnel** contribue le point de vue du **locuteur** et par conséquent la **subjectivité énonciative**.

Par ailleurs, Le **changement sémantique** apporté par ce **pronom personnel**, constitue une source de **voix énonciatives**. C'est-à-dire la présence de cet **indexicaux** permet d'ancrer l'**instance énonçante illocutoire** (l'interlocuteur) et fait **référence** à la présence des constituants de la **situation d'énonciation** qui sont :

*Le locuteur* : les étudiants algériens

*L'allocutaire* : le Ministre de l'Enseignement Supérieur

*Le cadre spatio-temporel* : 12 Mars 2019 à Alger.

En effet, cet **énoncé polyphonique** communique à la fois deux **contenus énonciatifs**, le **posé** « *on est en grève, c'est à vous de prendre les vacances* », ce qui signifie que les étudiants ne veulent pas les vacances avancées par le ministre en défendant le départ de ce derniers et ses décisions car pour eux c'est l'heure de faire un grand pas vers un meilleur avenir. Ils manifestent donc pacifiquement en **programmant** cette **marche** dans le but d'exprimer une **opinion collective**. A ce premier contenu s'ajoute un second qui est accepté par l'**allocutaire** même s'il n'est pas déclaré, le **présupposé** (on n'est pas en grève, vous ne prenez pas les vacances) (on n'était pas en grève auparavant, c'est le temps de le faire) et (vous n'avez pas pris les vacances avant, mais maintenant vous devez les prendre). Cela veut dire que les étudiants décident de participer dans ce **mouvement contestataire** en lançant les grèves avant les vacances. Ils suivent les normes pacifiques du *hirak* en scandant cette **longue banderole** comme **mode d'expression** en se basant sur le principe de la liberté d'expression. Les jeunes manifestants utilisent le **pronom** « on » qui est l'équivoque du **pronom** « nous »

comme **marqueur polyphonique** pour favoriser **la position** des **interlocuteurs** dans **sa référence**. (Favoriser le statut énonciatif). A cet égard, il est à signaler que le **pronom** « on » ne renvoie pas ici à une personne mais à une **opinion publique** en termes d'Ancombre ou une **communauté linguistique** en termes de Putman.

#### III.5.4. Synthèse

Dans ce slogan, le « on » est **polyphonique** dans la mesure où, grâce à son emploi (« on » qui renvoie respectivement aux étudiants) fait entendre, outre **la voix du locuteur** qui est le producteur du sens, c'est-à-dire **la voix** de celui qui porte le **slogan** (porte-parole) mais également **la voix** de tous les étudiants algériens, ce qui fait apparaître la **polyphonie sémantique**. Ainsi, l'emploi du **déictique** « on » dans cet **énoncé** désigne la **doxa**, **la sagesse populaire**.

## IV. La polyphonie intertextuelle

### IV.1. Analyse de l'image 06



Image 06

#### IV.1.1. Présentation de l'image

Les manifestations contre le régime algérien se poursuivaient, et les activistes algériens dans et hors de l'Algérie réalisaient des slogans pour manifester en augmentant la créativité et la productivité discursive durant cette période. Ils variaient entre les formes d'expression pour résister en demandant le changement radical. Ils rédigeaient des slogans dont les contenus ils reprennent les signes et les symboles des produits mondialisés de consommation comme des armes de résistances.

Dans cette image, sur un morceau de carton, les manifestants algériens scandent une pancarte qui détourne le célèbre logo rouge et blanc d'une marque mondiale de cigarettes. Ils utilisent le jeu de mots pour se faire entendre. Les paquets de Marlboro deviennent ainsi « *mal barrés, votre système nuit gravement à notre santé* ».

#### IV.1.2. Les instances énonçantes

*Le locuteur* : les Algériens

*L'énonciateur* : Philip Morris

#### IV.1.3. Polyphonie intertextuelle, indexicaux et savoirs partagés

En effet, le **slogan** « *vous êtes mal barrés, votre système nuit gravement à notre santé* » est une production verbale **figée** et **détournée** par les **manifestants** dont l'origine de l'**énoncé** est le nom d'une grande marque américaine connue mondialement. « *Marlboro* », paquet de cigarettes le plus consommé, ils emploient « *votre système nuit gravement à notre*

*santé* » au lieu de « *fumer nuit gravement à notre santé et à celle de votre entourage* ». Certes,

l'origine de cet **énoncé** et les conditions de la rédaction de ce discours ne sont pas les mêmes, mais le **locuteur** fait allusion et assimilation à cet objet pour montrer le danger de ce système sur la société.

Dans le slogan affiché sur cette **pancarte**, le **locuteur** a changé le nom de la marque « Marlboro » par le syntagme nominal « mal barrés » contenant deux **adjectifs** ayant la même rime et presque les mêmes lettres mais dans le **sens** est différent. **Le locuteur** a fait **référence** aux **indexicaux possessifs** dans le but d'**ancrer** les **interlocuteurs** et déterminer la situation d'énonciation et par conséquent favoriser **le statut énonciatif**.

### **La situation d'énonciation**

*Locuteur* : les Algériens

*Allocutaire* : président

*Cadre spatio-temporel* : 4 avril 2019 à Marseille et en Algérie

Il a exprimé **son point de vue** en employant le **discours de l'autre** dans son **discours** ce qui rappelle à la **polyphonie intertextuelle** afin de rendre son **énoncé** plus fort, émouvant et pour convaincre non uniquement les Algériens mais les étrangers aussi, c'est-à-dire le **locuteur** a **détourné le sens** de cette célèbre marque pour mondialiser **ce mouvement contestataire**, cette indication fait apparaître la subjectivité, car le locuteur exprime sa voix et la voix de la population. En plus, il a utilisé les **déictiques de la personne** « votre et notre » pour montrer la **position du locuteur** et pour **indiquer l'allocutaire dans l'énoncé**. Il est à signaler que ce **discours** existe déjà auparavant, ce qui fait que c'est **l'énonciateur** qui prend la **responsabilité du discours premiers**, tandis que le **locuteur** est censé être **responsable sur le nouveau contenu**. Autrement dit, **l'énoncé** original de ce **slogan** reste sous la responsabilité de son auteur qui est, dans notre cas, **l'énonciateur**, alors que le **discours** produit et affiché sur cette image le jour de la **manifestation**, est assumé par **le locuteur**.

En outre, dans cet **énoncé le locuteur** fait recours à un **discours antérieur** qui partage un **savoir scientifique** afin d'exprimer le refus sociétal. **Le protestataire** a recours à ce **savoir** pour tenter de passer de la persuasion à la conviction. Au lieu de s'adresser aux **sentiments**, il s'adresse à la **raison** en utilisant des informations **scientifiques**, dans une

tentative de masquer son **discours persuasif**. Le **locuteur** détourne le sens de ce discours à l'intérêt de son sujet en le transformant au **discours politique** de la collectivité (discours manifestant). Il transforme un **discours d'ordre scientifique** pour exprimer **l'idéologie** et diffuser une **voix plurielle**. A l'aide de ce recours le **locuteur** renforce donc son **opinion** pour la rendre universelle mais également augmente la créativité linguistique et discursive des Algériens

#### IV.1.4. Synthèse

La rue algérienne détourne les slogans des grandes marques pour défier le régime de Bouteflika, ces marques globales sont porteuses d'idéologies qui structurent les aspirations identitaires des hirakistes. Pour ce faire, les manifestants détournent des discours d'autrui dans leurs discours d'une manière satyrique et humoristique pour transmettre le message protestataire, ce recours à un discours antérieur permet de partager une multiplicité de voix à travers la subjectivité exprimée par les déixis doubles. De ce fait, nous constatons que l'humour était au service de la contestation en Algérie. Toutes ces procédures adaptées par les activistes algériens développent la créativité discursive et donc l'apparition de ce qu'appelle les spécialistes le néologisme.

## IV.2. Analyse de l'image 06



**Image 07**

### IV.2.1. Présentation de l'image

Dans cette image une autre figure de résistance populaire, les manifestants dans et hors de l'Algérie approuvent leur citoyenneté à travers les sorties pacifiques de chaque semaine. Et pour montrer la conscience de ce peuple, ils produisent des slogans en déformant d'autres existants ou en reprenant des citations connues et utilisées auparavant dans les mêmes circonstances et ayant les mêmes objectifs. Dans notre cas, le 05 juillet 2019 à Alger devant le

tunnel des facultés, les hirakists algériens emploient cette fameuse citation de Thomas Jefferson « *quand l'injustice devient loi, la résistance est un devoir* », qui a été reprise par plusieurs penseurs et scandée dans des contextes aussi bien révolutionnaires que pacifiques.

#### IV.2.2. Les instances énonçantes

*Le locuteur* : les Algériens

*L'énonciateur* : Thomas Jefferson

#### IV.2.3. Polyphonie intertextuelle, indexicaux et savoirs partagés

Inscrit sur cette **pancarte**, le slogan « *quand l'injustice devient loi, la résistance est un devoir* » constitue un message direct au système que la résistance restera jusqu'au départ de ce dernier, ce qui confirme la continuation de ce **mouvement contestataire**. Voyons, dans cette phrase, la présence de **déictique temporel** « quand » qui représente un repère **discursif** appartenant à la **situation d'énonciation**. La **fonction référentielle** de cet **indice** est donc de déterminer le temps de cette **énonciation**.

#### Le statut énonciatif de cet énoncé

*Le locuteur* : les manifestants algériens

*L'allocutaire* : le président, son système politique et les responsables étatiques

*Le cadre spatio-temporel* : le 25 mai 2019 à Alger

Dans cet exemple, **le locuteur** a repris la **citation** telle qu'elle est sans aucun changement et ce pour garder l'effet de cette dernière. Vu que cette citation attachée au nom de Thomas Jefferson (when injustice becomes law, resistance becomes duty) a été reprise par Mads Jakobson en langue française et employée comme **slogan** lors d'une manifestation en Grèce, le 12 mai 2010, des syndicats des enseignants du primaire et du secondaire, DOE et OLME, résumant l'analyse de la situation et indiquant la seule voie qui reste aux travailleurs face à la catastrophe sociale infligée par le gouvernement du Pasok, en changeant **la conjonction de subordination** « quand » par le synonyme « lorsque », en plus de quelques modifications, en ajoutant **le déterminant (l'article défini)** « la », criant ; « *lorsque l'injustice devient la loi, la résistance est un devoir* ». D'autres utilisations de cette citation, dans des **contextes révolutionnaires**, citons le cas de la révolution iraquienne.

De ce fait, ce **slogan** acquiert une grande **valeur sémantique** et aura une grande efficacité pour **manifester**. Cela justifie son emploi tel qu'il est sans aucune modification, grâce à son histoire. Dans ce **slogan**, le **locuteur** qui prend la même **responsabilité** celle de **l'énonciateur** car il a repris la citation mot à mot, il montre sa **subjectivité** à travers le **déictique temporel** « quand ». Il affiche sa **position** via la situation vécue et par conséquent l'articulation d'une **multiplicité de voix**, **sa voix**, **la voix des manifestants** mais également celle de **l'énonciateur**. La présence **du discours d'autrui** dans **la pancarte du locuteur** et ce recours à des mots ayant une histoire nous a permis de déterminer systématiquement le type de **polyphonie**, qui est dans ce **slogan la polyphonie intertextuelle**.

Le **slogan** « *quand l'injustice devient loi, la résistance est un devoir* » est un **discours antérieur** et qui a été déjà utilisé dans des contextes et des circonstances semblables à celles du hirak, il a donc une histoire avant d'être scandé par les Algériens. Cet **énoncé** repose sur une des **valeurs socioculturelles** des Algériens en empruntant de la **littérature** pour partager un **savoir culturel**. A vrai dire, le **locuteur** a repris la citation mais en transformant **le savoir culturel à un savoir politique**.

Revenons à notre cas, **la pancarte** scandée par cette **foule algérienne** « *quand l'injustice devient loi, la résistance est un devoir* » fait entendre deux **contenus énonciatifs**, le **posé et le présupposé**. Le premier contenu est celui qui est déclaré par le **locuteur** tandis que le deuxième est le **sens caché** du premier contenu qui est accepté par **l'allocutaire**. Et dans cet exemple, « *quand l'injustice devient loi, la résistance est un devoir* » représente **le contenu posé** de cet **énoncé**, ce qui signifie que le peuple ne trouve pas la justice et pour cette raison qu'il réclame son droit à travers la résistance. En d'autres termes, **les manifestants** choisissent la résistance (**désobéissance**) car les responsables politiques ont imposé l'injustice et la rendre une loi, et sa **présupposition** est « auparavant, l'injustice n'était pas une loi et par conséquent l'absence totale de la résistance (la résistance ne sera pas un devoir) » « quand l'injustice ne devient pas loi, la résistance ne sera pas un devoir ».

#### IV.2.4. Synthèse

Cette pancarte a été scandée dans différents endroits, dans et hors de l'Algérie à Marseille, à Alger, et dans d'autres wilayas algériennes, dans le but d'exprimer l'identité du locuteur. Elle comprend le déictique temporel pour déterminer le statut énonciatif de cet énoncé et proférer la multiplicité de voix à travers l'emploi du discours d'autrui dans le discours du locuteur. Il est à mentionner que ce type d'indice nous a permis de repérer la

polyphonie intertextuelle, et le positionnement du locuteur vis-à-vis du contenu partagé car ce déictique est ancré dans la perspective temporelle du locuteur, donc il est considéré comme une déixis double.

### IV.3. Analyse de l'image 08



**Image 08**

#### IV.3.1. Présentation de l'image

Les manifestants algériens ne cessent pas de lutter contre le régime politique, ils poursuivent cette désobéissance en variant entre les formes d'expression (banderole, pancarte, graffitis, etc.) pour atteindre leurs objectifs. La créativité des jeunes algériens dépasse les normes, ils essaient d'exprimer leurs sentiments d'une manière raisonnable en utilisant la logique. **Cela nous rappelle l'éthos.**

Le message écrit sur le mur est accompagné d'une image de la femme qui porte le haïk ce qui fait référence à la femme dans la période révolutionnaire lors de la guerre de l'Algérie contre le colonisateur français. Cet art réalisé par cette génération jeune renvoie à ce qu'on appelle les graffitis. Vu que parmi les caractéristiques des graffitis est d'être non supprimables, ils durent longtemps, ce qui inspire et attire l'attention des activistes pour graver cet événement dans l'histoire, ils choisissent la Casbah d'Alger car l'un des épisodes les plus sanglants de la guerre d'Algérie se déroule dans ses ruelles. En 1957, elle était le théâtre de la bataille d'Alger et elle représente donc la gardienne de la mémoire d'Alger.

#### IV.3.2. Les instances énonçantes

*Le locuteur* : les activistes algériens

*L'énonciateur* : le président et ses partenaires

### IV.3.3. Polyphonie intertextuelle, indexicaux et savoirs partagés

En revanche, le **graffiti** dessiné sur ce mur blanc comprend une courte formule linguistique « *un seul héros, le peuple* » et cette brièveté renvoie au caractère de **concision** du **slogan révolutionnaire**. Depuis la démission du président Abdelaziz Bouteflika, tous les espoirs sont permis, mais la lutte se poursuit pour la reconnaissance des droits de l'homme. Ce **slogan** existe depuis la période coloniale, et a été repris aujourd'hui durant cette **mobilisation**. De ce fait, les Algériens font recours à l'histoire pour rafraîchir la mémoire et pour envoyer un signal au régime montrant que le peuple est conscient et n'a pas oublié son passé. A cet égard, le peuple algérien augmente sa réalisation **discursive** en s'inspirant des articles politiques et de la constitution, cette massivité linguistique développe la **créativité langagière** chez les **manifestants** algériens. Ce **slogan** est en effet dérivé de l'article 7 de la constitution qui stipule (édicte) que « *le peuple est la source de tout pouvoir* » et que « *la souveraineté nationale appartient exclusivement au peuple* », qui veut dire que la **voix du peuple** doit être entendue. Dans le même ordre d'idée, le **locuteur** fait recours à un **discours antérieur** afin de proférer une **pluralité de voix**. Ainsi qu'il assume la **responsabilité** du **nouveau contenu** (le contenu posé) alors que l'**énonciateur** est **responsable de son premier discours** qui est le **discours d'origine**. La présence de **discours d'autrui (passé)** dans le **discours (présent)** du **locuteur** est un signe de **polyphonie intertextuelle**, car on entend non uniquement la **voix du locuteur** et la **voix de l'énonciateur** mais également la **voix** de toute la population, ce que fait que cet **énoncé polyphonique** diffuse une **bivocalité (multiplicité de voix)**. Il faut signaler que chaque **discours** véhicule avec lui une **culture** et partage un **savoir**, c'est-à-dire le **sens** de chaque **énoncé** dépend du **contexte** de sa réalisation.

Dans notre exemple, le **discours** original partage un **savoir politique** parce qu'il présente un article de la constitution algérienne, cependant le **discours nouveau**, le produit du locuteur, partage un **savoir psychologique** pour construire son **slogan**. A ce titre, le **locuteur** extériorise ses **idées** et son **opinion** en se référant à l'intelligence humaine (à l'esprit) ce qui nous rappelle l'**éthos** pour exprimer l'**idéologie** et la **voix collective** de la population algérienne.

En outre, le 03 Mai 2019, tous les **manifestants** demandent l'application de l'article 7 (السلطة للشعب) de la constitution stipulant « *un seul héros, le peuple* ». Le **locuteur** de ce **slogan** emploie l'**adjectif** « seul » qui est un **marqueur polyphonique** pour montrer sa **position** et son **point de vue**, selon Kerbrat-Orrechionni (1999), les **adjectifs qualificatifs**

constituent un **jugement de valeur** sur l'échelle de (bon, mauvais). Cette **catégorie grammaticale « seul »** assume un **contenu présupposé** « il y a plus d'un héros » « le peuple n'est pas le seul héros » d'un contenu **posé** qui est « un seul héros, le peuple », cela veut dire que le peuple exige la mono-cœur de ce régime et le seul gérant de cette politique. Cet adjectif ancre l'instance personnelle dans l'énoncé, cela nous aide à déterminer les allocutaires et les circonstances de cette situation d'énonciation.

### **La situation d'énonciation**

*Le locuteur* : les activistes algériens (les artistes)

*L'allocutaire* : le président et ses partenaires

*Le cadre spatio-temporel* : La Casbah d'Alger, le 03 Mai 2019

### **IV.3.4. Synthèse**

Ce graffiti dessiné par les activistes algériens est considéré comme un garant du message protestataire, plus de son utilité d'être un préservateur de l'histoire. Sur cette forme d'expression, les manifestants articulent une voix plurielle et constituent une opinion publique. Ils utilisent le marqueur polyphonique « seul » dans le but de se positionner. Cet adjectif fait référence à l'instance personnelle et il ancre le locuteur dans son énoncé et par la présence de la subjectivité énonciative. Ainsi, la présence d'un discours étranger dans le discours produit nous aide à déterminer les savoirs partagés (politique et psychologique) mais aussi préciser que cette polyphonie est intertextuelle. Il est nécessaire de dire que les Algériens ont exprimé leur idéologie à travers l'éthos.

#### IV.4. Analyse de l'image 09



Image 09

##### IV.4.1. Présentation de l'image

La contestation ne cesse de prendre de l'ampleur au sein des larges couches de la population pour un changement radical. Et la jeunesse qui aspire à la démocratie et à la liberté d'expression défend ses droits d'une manière pacifique en développant la créativité linguistique et discursive. Confrontés à la circulation des discours antérieurs et des expériences vécues depuis l'indépendance, les manifestants proclament la lutte pacifique contre l'humiliation « au Quotidien, on jouira de notre Liberté d'Expression dans ce Watan », les Algériens des deux rives de la Méditerranée font preuve d'une grande maturité politique, ils ont beaucoup appris de leurs expériences passées.

De ce fait, sur un morceau de carton, le slogan « Au *Quotidien*, on jouira de notre *Liberté d'Expression* dans ce *Watan* » a été scandé le 12 mars 2019 dans toutes les wilayas notamment à Alger, par les hirakistes. Ces derniers s'adressent au système en criant leur rage et leur colère.

##### IV.4.2. Les instances énonçantes

*Le locuteur* : les jeunes algériens

*L'énonciateur* : le président et son système

##### IV.4.3. Polyphonie intertextuelle, indexicaux et savoirs partagés

En effet, le slogan « Au *Quotidien*, on jouira de notre *Liberté d'Expression* dans ce *Watan* » rédigé dans cette pancarte vise directement le clan présidentiel. Le locuteur a utilisé le pronom « on » suivi par le possessif « notre » pour désigner sa fonction référentielle. Il ne

renvoie pas uniquement au locuteur mais plutôt à toute la population algérienne. De ce fait, on peut le remplacer par le pronom personnel « nous ». Cela veut dire que ces déictiques ne partagent pas seulement l'opinion du locuteur mais l'opinion publique et par conséquent une pluralité de voix (plurivocité) énonciatives, ce qui favorise le statut énonciatif de ce slogan. Cet emploi indexical nous mène à un dédoublement de voix. **Le pronom possessif** « notre » est un moyen d'appropriation, parce que dans ce discours le locuteur approprie la liberté d'expression qui était, selon lui, un droit perdu. Il est important de souligner que le déterminant possessif se réalise en discours selon différents effets de sens, où dominent largement la possession, la parenté, le métronome, etc. mais dans notre exemple, on fait recours pour construire des syntagmes nominaux à effet de sens dialogique. Ces déixis n'ont de sens qu'en relation avec les **circonstances de la situation d'énonciation** dans laquelle elle est utilisée, c'est-à-dire hors de ce texte et contexte elles sont, sémantiquement parlant, des **signes vides**. Ces indexicaux nous ont permis d'encadrer la situation d'énonciation en déterminant (qui ?/ à qui ?/ quand ?et où ?) de cet acte illocutionnaire:

*Le locuteur* : les jeunes manifestants

*L'allocutaire* : au président et les responsables politiques

*Le cadre spatio-temporel* : 12 Mars 2019 en Algérie, notamment à Alger.

Dans cet énoncé, le locuteur emploie des termes connus et qui sont des noms des journaux de la presse algérienne, quotidienne et nationale pour exprimer le refus collectif. Nous remarquons que le sens de ces mots a changé, ce qui nous rappelle le caractère d'indépendance et de dépendance sémantique du slogan révolutionnaire. Ce changement sémantique nous aide alors à relocaliser le sens de ces unités linguistiques par rapport à leur contexte et de montrer le positionnement du locuteur et par conséquent la subjectivité énonciative. De même, ce jeu de mots effectué par le locuteur a pour but de construire le slogan révolutionnaire et de jouer aussi sur les idées et les sons. En plus, le locuteur fait recours à un texte extérieur dans son énoncé afin d'actualiser ses idées et pour rendre le message unanime. De ce dialogisme intertextuel découle une pluralité des responsabilités, celle du locuteur via son contenu nouveau et de l'énonciateur vis-à-vis du contenu antérieur. Cette implication discursive effectuée par le locuteur attribue ce qu'appelle M.Bakhtine « le dialogisme ». Sur ce point, cet énoncé partage un savoir politique qui prend de l'importance comme champ d'activité politique. Aussi, la société algérienne diffuse des idées politiques qui sont mises en valeur dans le processus politique.

Par ailleurs, l'énoncé « Au *Quotidien*, on jouira de notre *Liberté d'Expression* dans ce *Watan* » communique deux contenus énonciatifs, un posé et l'autre présupposé. Le contenu posé est le slogan porté par le locuteur « Au *Quotidien*, on jouira de notre *Liberté d'Expression* dans ce *Watan* » qui désigne l'exigence du principe démocratique par les citoyens algériens des responsables étatiques. Quant au contenu présupposé de ce slogan ; le sens caché et accepté par l'allocataire est « Au *Quotidien*, on ne jouirait pas de notre *Liberté d'Expression* dans ce *Watan* » ce qui veut dire qu'auparavant nous n'avons pas le droit de s'exprimer et d'extérioriser nos idées et de réclamer, mais dès maintenant le peuple a la liberté d'expression. Ce slogan est un signal au président que les manifestants ne cesseront pas de sortir dans la rue chaque vendredi pour exprimer le rejet commun et concevoir une voix publique, dans le but de changer la situation vers le mieux et faire dégager le système et ses partenaires.

#### IV.4.4. Synthèse

Le locuteur emprunte des mots d'autrui qu'ils ont déjà une valeur sémantique avant d'être utilisés dans son slogan, en ajoutant des unités grammaticales pour transformer un contenu qui sert à répondre à ses objectifs. Cette opération linguistique nous aide à reconnaître le type de polyphonie adéquate (polyphonie intertextuelle), à ancrer les instances énonçantes et à désigner et localiser le sens de l'énoncé. Aussi, l'emploi des indexicaux (le « on » collectif, le possessif « notre » et le démonstratif « ce ») par le **locuteur** servira à inclure les autres **manifestants et indiquer l'objet**. Et cela afin de renforcer la **subjectivité énonciative du sujet parlant**.

## V. Synthèse et discussion des résultats

Après avoir appliqué sur les slogans de notre corpus, une analyse polyphonique suivant l'approche énonciative, et afin de montrer le rôle des indexicaux au sein de ces énoncés, nous avons remarqué l'emploi ponctuel des déixis dans les deux types de polyphonie, (06) marqueurs dans le premier type et (04) dans le deuxième. A ce titre, nous avançons que les marqueurs énonciatifs utilisés dans nos slogans sont des déixis réelles parce que les énoncés sont ancrés dans le point de vue temporel, spatial et personnel du locuteur, qui favorise le statut énonciatif. Et les indexicaux trouvés dans la polyphonie sémantique sont plus nombreux par rapport à la polyphonie intertextuelle.

Or, en ce qui concerne la première forme de polyphonie fondée par O.Ducrot, nous remarquons l'emploi fréquent des déixis simples (déictique de la personne dans les deux premières images « je » et « nous » ; possessif « notre » ; spatio-temporel « là » ; « toujours » ; démonstratif « cette »), parce que le locuteur est le centre déictique de son énoncé, pour afficher le positionnement et la subjectivité énonciative du locuteur. Ce constat confirme l'unicité du sujet parlant au sein de l'énoncé.

En plus, nous constatons que les présuppositions peuvent conduire à la polyphonie en instaurant la subjectivité qui exprime la voix du locuteur en tant que représentant de sa société, et la voix du peuple à travers les déixis simples. En plus, dans tous les énoncés, l'énonciateur est anonyme et le locuteur est le seul responsable de son contenu. Ainsi d'après notre analyse, nous avons réalisé que dans tous les slogans contestataires (09), le locuteur n'est pas le même (change), il est parfois les femmes algériennes (image 01), les jeunes algériens (image 03), les étudiants (images 04), et dans d'autres fois c'est toute la population algérienne (image 02) avec toutes ses catégories générationnelles dans et hors le pays, et ce changement de l'instance dépend de la date et de l'évènement. Cela affirme que ce mouvement était bien organisé et qu'il a eu un grand succès à l'échelle mondiale. Ce constat confirme l'unicité du sujet parlant au sein de l'énoncé.

Cependant, nous remarquons que les slogans de la polyphonie intertextuelle comportent des déixis multiples (doubles) (« vous » dans la première image, « quand » dans la deuxième, etc) ce qui montre que le centre déictique change d'une instance à une autre, cette implication des déictiques au sein d'un énoncé leur attribue un rôle fondamental de désinence et d'indication contextuelle, ayant la possibilité de modifier et de changer le sens de celui-ci. La déixis personnelle est pour Marie Chaix, double et change selon l'interlocuteur, mais elle reste

toujours ancrée dans le locuteur. Dans ce cas, elle devient simulée. Ce type de déictique est fort présent dans la polyphonie intertextuelle que dans la polyphonie sémantique.

Lorsque l'interprétation référentielle des déictiques change selon le point d'ancrage, une relation déictique s'établit entre deux points : un point d'origine qui représente l'énonciateur et un point de référence qui est le locuteur. De plus, l'analyse que nous avons effectuée sur le contenu de notre corpus, a montré que le recours aux discours d'autrui aide à partager des savoirs de différents domaines : savoir politique (image 09), culturel (image 07), scientifique (image 06), psychologique (image 08), etc. Cela signifie que le locuteur qui emprunte un discours peut prendre le savoir qu'il y partage ou il transforme ce savoir à un autre selon ses intérêts. Et dans nos exemples, dans la majorité des cas (image 06, image07, image08) le locuteur opte pour une transformation des savoirs partagés dans l'énoncé original.

En outre, nous avons constaté aussi que dans ce type de polyphonie la présence de plusieurs instances énonçantes (le locuteur, l'énonciateur) dans le même slogan, c'est-à-dire le même énoncé fait entendre une multiplicité de voix, celle du locuteur, de l'énonciateur et de la société algérienne ; de cette multiplicité découle une pluralité de responsabilités, et par conséquent une hétérogénéité énonciative.

Dans cette perspective, nous signalons que dans cette forme de polyphonie élaborée par M.Bakhtine, les manifestants conçoivent souvent leurs slogans en faisant référence aux différents procédés linguistiques, citons ; le détournement sémantique et lexical (photo 06) « *vous êtes Mal barrés, votre système nuit gravement ...* », la déformation des proverbes « *nous sommes unis, vous êtes finis* », la reprise des célèbres citations (photo 07)« *quand l'injustice devient loi, la résistance...* », l'emploi des noms de marques connues mondialement « *il n'y a que Chanel qui ...* », le jeu de mots (image 09) « *Au Quotidien, on jouira de notre Liberté d'Expression dans ce Watan* », la reformulation (photo 08)« *un seul héros le peuple* », etc.

En effet, nous avons constaté que chaque type de déictique renvoie à l'une des instances suivantes : le sujet de l'énonciation, lieu et le temps,« je,ici, maintenant », ce sont en quelque sorte, selon Michel Collot, « *des signes vides de signification hors de contexte* » et que la signification des énoncés pourrait changer en fonction du contexte où il apparaît, il est donc important de les contextualiser.

De ce fait, et après l'analyse que nous avons faite sur les slogans comportant des marques de reprise, citation, mention, reformulation et de recontextualisation, nous déduisons qu'ils contribuent dans *la posture* de sous-énonciation (parler les mots des autres), car le locuteur prend en compte un point de vu antérieur, et il est un sous-énonciateur de son opinion en référence à l'énonciateur. Dans les slogans qui contiennent une co-construction linguistique d'une même opinion, nous avons constaté que pour déterminer la source principale du point de vue, nous devons préciser les relations entretenues entre énonciateurs. Ces relations mènent à ce qu'appelle les spécialistes « postures énonciatives ».

Les hirakistes ne cessent pas de créer et de produire des énoncés manifestants pour diffuser le message. Ils ont utilisé différents types de déictiques, majoritairement les déictiques personnels « je, nous, notre, etc. » pour se faire entendre et pour exprimer une pluralité de voix. De ce fait, nous constatons que le discours contestataire se caractérise, par rapport à d'autres discours notamment le discours médiatique, par l'utilisation ponctuelle des indexicaux personnels.

-Dans les slogans « **quand** l'injustice est ... » et « ... serons **toujours** là même avec... », les déictiques de temps sont ancrés dans la perspective temporelle du locuteur ce qui mène à la subjectivité énonciative.

-Les possessifs « notre » « nos » dans les images (02) et (04) affichent la position du locuteur et sont des moyens d'appropriation et d'identification des actants de la situation d'énonciation. Ils sont des éléments déictiques qui peuvent aider à la localisation sémantique.

-Les démonstratifs « cette » dans l'énoncé « cette génération... » et « ce » dans « ... dans ce pays », assurent la transition entre les unités discursives, lorsqu'ils fonctionnent comme déictiques, ils ont la priorité de renvoyer à la situation d'énonciation et ils sont des désignateurs. Le changement sémantique attribué par ces déixis constitue une source de voix.

-Le rôle fondamental du « on » collectif dans « on est en grève... » n'est pas un pronom indéfini mais plutôt il est polyphonique parce qu'il partage la doxa et la sagesse populaire.

En définitive, d'après notre analyse nous avons constaté que dans son ensemble, la productivité des slogans expose un ralliement de significations énonciatives qui en découlent par l'emploi de différents types de déixis dans les slogans contestataires. De plus, les déictiques aident à créer des textes polyphoniques. Comme simplement le cas des slogans de notre corpus, les déictiques personnels peuvent désigner les instances énonçantes, mais encore les déictiques temporels et même spatiaux qui servent à la distinction entre la perspective du

locuteur et celle de l'énonciateur. De ce fait, nous avons trouvé dans les formes verbales une manifestation des relations entre le locuteur, l'énonciateur et l'interlocuteur.

---

## **Conclusion générale**

---

Dans le cadre de notre travail de recherche intitulé « *Enjeux polyphoniques des indexicaux dans le discours contestataire : cas des slogans du hirak algérien* », nous avons centré notre regard sur les aspects significatif, expressif, communicationnel et polyphonique des slogans scandés lors du hirak algérien. De ce fait, notre objectif de départ était de voir comment la notion d'indexicalité pourrait être un moyen permettant de dégager une pluralité de voix au sein d'un énoncé.

C'est pourquoi, nous nous sommes interrogée sur le rôle énonciatif des indexicaux dans l'expression de la polyphonie, il s'agit de s'interroger également sur les effets sémantiques et référentielles de ces marqueurs linguistiques dans les slogans contestataires.

C'est ainsi que le premier chapitre nous a permis de définir le slogan et de le considérer comme un moyen de lutte symbolique et un mode d'expression et de communication ayant son propre cadre situationnel, et de survoler le contexte contestataire en Algérie.

Par la suite et dans un deuxième chapitre, nous avons tenté d'esquisser certains repères théoriques relatifs à la notion de polyphonie et d'indexicalité afin de partager une voix plurielle. Nous avons aussi pu rendre compte brièvement du positionnement du locuteur à partir de ces différents types de déictiques.

L'accomplissement de ces deux chapitres théoriques nous ont conduit à analyser un corpus constitué de vingt et un énoncés dont l'analyse détaillée a porté essentiellement sur 05 dans la polyphonie sémantique et 04 dans la polyphonie intertextuelle. Nous avons enchaîné avec une analyse polyphonique des slogans contestataires qui répond aux avancées théoriques de O. Ducrot, M. Bakhtine et de Garfinkel. L'analyse et l'interprétation des résultats nous ont permis de répondre à notre problématique de départ et de révéler que :

- La pluralité de voix énonciatives dans les slogans contestataires se dévoile par l'emploi de différents types de déixis (réelles, simples, doubles), qui sont des marqueurs de subjectivité assurant des fonctions indexicales dans le contexte contestataire ;
- Le manifestant algérien exprime son refus au système en produisant des slogans contestataires sur lesquels il partage sa voix en employant des indexicaux personnels (je, nous), possessifs (notre, mon, nos), démonstratifs (ce, cette) et spatio-temporels (ici, là, quand). Ces déictiques sont considérés comme des marques de subjectivité

énonciative. De ce fait, le discours contestataire se caractérise par rapport à d'autres discours par l'emploi ponctuel de ces indicateurs, majoritairement les pronoms personnels (je, nous). A cet égard, le locuteur qui est un citoyen algérien, se considère comme le porte-parole de son peuple. Il emploie le « je » pour exprimer sa voix et la voix de tous ses citoyens, et par conséquent une pluralité de voix énonciative. Cela nous mène à dire que la polyphonie est omniprésente dans les slogans contestataires du hirak algérien.

- Les indexicaux ne servent pas uniquement à exposer l'opinion du locuteur, mais ils se présentent aussi comme outils d'ancrage à travers lesquels nous pouvons déterminer le statut énonciatif (le locuteur, l'allocataire et le cadre spatio-temporel), et un moyen polyphonique dans lequel le locuteur peut d'une part actualiser sa voix mais également une pluralité de voix énonciatives, dans le cas où il assume la responsabilité de son énonciation. Et d'autre part, ils peuvent articuler une multiplicité de voix qui mène à une pluralité des responsabilités ;
- L'emploi des déictiques personnels, possessifs, démonstratifs et spatio-temporels comme marqueurs polyphoniques sert à diffuser des savoirs et des connaissances dans des domaines différents pour rendre le message protestataire unanime et efficace mais aussi pour renforcer cette marche collective ;
- Les indexicaux sont des traces porteuses de l'idéologie, d'opinion publique (doxa), voix populaire, d'identité, d'éthos. Ces procédés exprimés sont au service de la contestation algérienne, pour se faire entendre ;
- L'emploi des déixis simples dans la polyphonie sémantique et des déixis doubles (multiples) pour repérer la polyphonie intertextuelle. Cette utilisation nous a permis de distinguer entre le locuteur et l'énonciateur.

L'analyse que nous avons faite, nous a permis de confirmer, et à des degrés différents, les hypothèses formulées au départ afin d'apporter des éléments de réponse à la problématique. Ces réponses ont été approfondies par d'autres aspects qui nous ont échappés au départ et qui ont été dégagés à travers l'interprétation des résultats réalisés. C'est à propos de ce que le slogan contestataire peut communiquer et exprimer, vu que ce dernier sert à partager une voix publique et une opinion populaire (doxa) à travers les déictiques énonciatifs. Ceux-ci renvoient aux différentes instances énonçantes, ce qui nous

aide à distinguer entre le locuteur et l'énonciateur et à localiser le sens de ces slogans. La co-construction linguistique de ces derniers fait apparaître la coénonciation au sein du discours. De plus, au terme de ce travail, nous avons constaté que pour dégager la polyphonie à travers les déixis, il est nécessaire de passer par la subjectivité et le contexte d'énonciation. (L'apparition de la subjectivité comme un médiateur pour repérer la polyphonie à travers les déictiques énonciatifs utilisés dans les slogans contestataires).

Par ailleurs, lors de la réalisation de notre travail de recherche, nous avons rencontré des contraintes qui ont empêché son avancement, entre autres : la non-disponibilité des ouvrages théoriques parlant de l'indexicalité dans la polyphonie, ce qui nous a obligé à collecter des informations à partir des articles et des sites web traitant ce sujet, néanmoins les références bibliographiques de ces articles ne sont pas toutes complètes (absence de la date, de l'auteur, etc.). Plus de la situation vécue dans le monde, et l'influence négative de la pandémie virale corona virus (covid-19) sur tous les plans.

Certes, dans notre recherche sur « *Enjeux polyphoniques des indexicaux dans le discours contestataire : cas des slogans du hirak algérien* », nous n'avons pas tout dit, parce que l'étude de cette thématique recouvre un vaste chantier pour lequel, nous l'espérons, ce travail contribue à poser une pierre. En plus, notre travail s'inscrit dans une dynamique de changement qui continuera à interpeller les chercheurs. De ce fait, nous aimerions proposer de nouvelles pistes de réflexions matrices de futurs travaux sur les indexicaux au service d'une étude sémio-pragmatique des pancartes révolutionnaires ou les modalisateurs et expression de la polyphonie.

---

## **Références bibliographiques**

---

## Ouvrages théoriques.

- Cathrine KERBRAT-ORECCHIONI (1986). *L'implicite*. Armand Colin, Paris
- CHARLES BALLY. et ALBERT SECHEHAYE. et ALBERT RIEDLINGER. (Août, 2005). *Cours de linguistique générale*. Arbre d'or, Genève.
- CHRISTIANE CADET. et RENE CHARLES. et JEAN-LUC GALUS. (2013). *La communication par l'image*. Paris.
- E. KORKUT et I. ONURSAL. (V, 5-7. 2009). *Pour comprendre et analyser les textes et les discours, théories et applications*. L'Harmattan, Paris.
- H.DJIAR. (V, 34. 2019). *Grandeur, servitudes et défis du HIRAK citoyen en Algérie*. 2<sup>ème</sup> édition, Bouzaréah, Alger.
- JACQUES BRES. ET ALEKSANDRA NOWASKOWSKA, et JEAN-MARC SARALE et SOPHIE SARRAZIN (2012). *Dialogisme : langue, discours*. P.I.E. Peter Lang, New York.
- K.AIT DAHMANE. (Septembre 2019). *Vendredire en Algérie, Humour, Chants et Engagement*. El Ibriz, Alger.
- M. BAKHTINE (1970), *La poétique de Dostoïevski*, Seuil, Paris
- M.MEBTOUL. (Octobre 2019). *Libertés Dignité Algérianité, Avant et pendant le « hirak »*. KOUKOU éditions. Alger.
- MARTINE JOLLY. (2005). *Introduction à l'analyse de l'image*. Université de Bordeaux 3, Michel-de-Montaigne.
- P. CHARAUDEAU. (Juillet 2007). *Le discours politique, Les masques du pouvoir*. Vuibert, France
- R. SIDI BOUMEDINE. (Octobre 2019). *Aux sources du hirak*. Chihab éditions, Bab El Oud, Alger.
- S. SADI. (Octobre 2019). *Révolution Du 22 Février, un miracle algérien*. Editions Frantz Fanon, Baraki.

### **1. Articles**

- LAURENT PERIN. *La notion de polyphonie en linguistique dans le champ des sciences du langage*, n 6, 2004 intellectuels, médias et médiations. Autour de la Baltique P 265-282 récupéré de <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/4445>
- YANA GRINSHPUN (2013). Discours manifestant et contestation universitaire (2009). Discours manifestant et contestation universitaire (2009) pp. 29-59. In : *Langages*, 14<sup>e</sup> année, n°58, 1980. Récupéré du site : [https://www.persee.fr/doc/lgge\\_0458-726x\\_1980\\_num\\_14\\_58\\_1846](https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1980_num_14_58_1846)

- ERIC MAIGRET. (2015). De la sémiotique à la pragmatique. *Sociologie de la communication et des médias*, pages 107 à 120. Récupéré du site : <https://www.cairn.info/sociologie-de-la-communication-et-des-medias--9782200278274-page-107.htm>
- Junger. A. M & Junger. F. 2018. Graffiti : un processus de communication rituel. *Cairn*, 1(19), 115-122. Repéré à <https://www.cairn.info/revue-l-autre-2018-1-page-115.htm>
- JOELLE RETHORE. (1989). La polyphonie linguistique de Peirce. *Etudes littéraires*, 23 (3), 49-58. Récupéré du site : <https://www.erudit.org/en/journals/etudlitt/1989-v21-n3-etudlitt2238/500869ar.pdf>
- LIANA POP. (2017). Michel Marccocia, Analyser la communication numérique écrite. *Questions de communication*. Paris, 2016, 160 pages. Récupéré du site : <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2017-2-page-473.htm>
- Vezzani Ilaria (2013). *Langue et discours de la contestation enjeux et représentations des luttes sociales et politiques en Italie 1967-1980*. Pdf. Repéré à <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01015847/document>
- Junger. A. M & Junger. F. 2018. Graffiti : un processus de communication rituel. *Cairn*, 1(19), 115-122. Repéré à <https://www.cairn.info/revue-l-autre-2018-1-page-115.htm>
- VERONIQUE TRAVERSO. (2007). Pratiques communicatives en situation ; objet et méthode de l'analyse d'interaction. *Association de recherche en soins infirmiers*, n°89, pages 21 à 32. Récupéré du site : <https://www.cairn.info/revue-recherche-en-soins-infirmiers-2007-2-page-21.htm>
- XAVIERA CALIXTE. et GUILLAUME GRONIER. et SAMIA BEN RAJEB. et PIERRE LECLERCQ. (2018). Impacte des outils numériques de communication et d'échanges d'information dans les processus de conception collaborative. Récupéré du site : <https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/229949/1/01DESIGNCalixte-VF.pdf>

## **2. Dictionnaires**

- JEAN DUBOIS, MATHEE GIARCOMO et all. (Décembre 2012). *Le Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*. Larousse, Italie.

- JEAN DUBOIS. et HENRI MITTERAND. et ALBERT DAUZAT. (février 2011). *Dictionnaire étymologique et historique du français*. Edition Larousse, Italie.
- MARIE ANNE-PAVEAU. (2017). *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*. Paris, Hermann.
- OSWALD DUCROT. et TZVETAN TODOROV. (1972). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Editions du seuil, Paris.
- PATRICK CHARAUDEAU. et DOMINIQUE MAINGENEAU. (février 2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Editions du seuil, Paris VI.

### **3. Thèses et mémoires**

- LAHOUAOU SOUMIA. (2010). *Les femmes en IMAGES : Pour une approche sémiotique de la publicité sur supports fixes de Djézy*. Mémoire de magister, sous la direction de KEBBAS Malika, Université YAHYA FARES de Médéa.
- MALIN ROITMAN. (2018). *Polyphonie argumentative Étude de la négation dans des éditoriaux du Figaro*. Thèse de Doctorat, d'italien et de langues classiques. Université de Stockholm Stockholm
- MANDANA HADI-DENEOUIEIX. (2014). *Etude des caractéristiques discursives et sociales de l'écrit numérique : de la communication écrite numérique à la Co-construction de l'écrit socio-numérique*. Thèse de doctorat, sous la direction de Claude SPRINGER, Université AIX-Marseille.
- OUADA MAZOT. (2017). *Etude linguistique des marques de polyphonie dans les discours de presse. Cas du QOTIDIEN D'ORAN*. Mémoire de master, sous la direction de FATIMA-ZOHRA CHIALI. Université Oran 2.
- VIOLAINE BIGOT. (2002). *Lieux et modes de construction de la relation interpersonnelle en contexte didactique : analyse d'interactions verbales en cours de français langue étrangère*. Thèse de doctorat, sous la direction de Mme la professeure Francine CICUREL, Université de Paris III.

#### 4. Sitographie

- <http://mouvements de contestations sociales. un blog. Fr/ i-les différents modes-de-contestations/>.
- <http://www.google. Com/ ampls/ www. Tsa-algerie.com/lan-i-du-hirak-en-douze-dates/amp>.
- <https://fr.scribd.com/document/56692073/La-relation-texte-image-Essai-de-grammaire-generale-J-M-Klinkenberg>
- [https://tecfa.unige.ch/tecfa/research/ptx/ptx2\\_4.html](https://tecfa.unige.ch/tecfa/research/ptx/ptx2_4.html)
- <https://www.academia.edu/19508840/Quest-ce que lemoji veut dire Des imaginaires %C3%A0 la bo%C3%A0Ete noire analyse dun objet trivial sous tensions>
- <https://www.marketing-en-ligne.net/une-communication-reussie-avec-un-sticker-publicitaire/>
- [https://www.persee.fr/doc/drlav\\_0754-9296\\_1983\\_num\\_29\\_1\\_991](https://www.persee.fr/doc/drlav_0754-9296_1983_num_29_1_991)
- <https://www.universalis.fr/encyclopedie/actes-de-langage/2-la-force-illocutoire/>
- <https://www.viber.com/en/blog/2016-11-09/introducing-new-way-reach-brands/>
- <https://www.viber.com/en/blog/2018-10-29/happy-halloween-spooky-stickers-to-say-it-best/>

<https://www.viber.com/en/blog/2019-10-28/spookify-your-chats-this-halloween/>

---

# **Annexes**

---

## Annexe 01 : supports

Image 01



Image 02



Image 03



Image 04



Image 05



Image 06



Image 07



Image 08



Image 09



Image 10



Image 11



## Annexe 02 : Images de la polyphonie sémantique

Image 01



Image 02



Image 03



Image 04



Image 05



Image 06



Image 07



Image 08



Image 09



Image 1

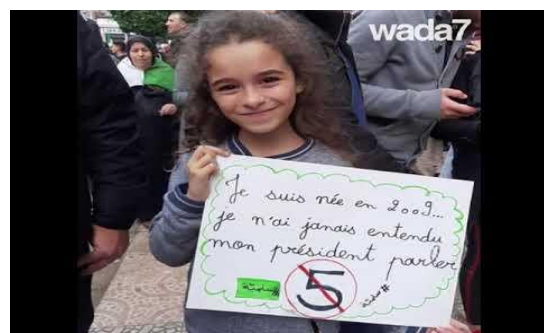


Image 11



Image 12



Image 13



Image 14



## Annexe 03 : Image de la polyphonie intertextuelle

Image 15



Image 16



Image 17



Image 18



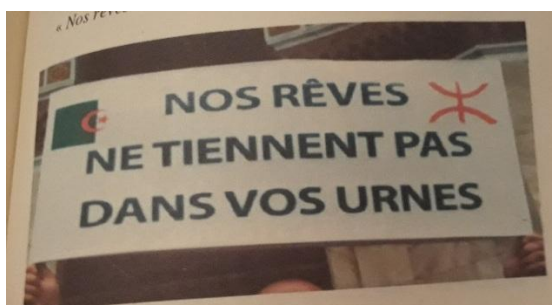
Image 19



Image 20



Image 21



## Résumé

Notre travail de recherche vise à relever le lien entre la polyphonie et la déixis dans le discours contestataire, c'est pourquoi nous nous sommes appuyée sur un corpus constitué de slogans brandis lors du mouvement algérien dit « le hirak » que nous avons soumis à une analyse énonciative. Pour ce faire, nous avons opté pour une approche polyphonique focalisée sur une méthode inductive d'analyse afin de dévoiler la pluralité des voix masquées et de montrer le comportement et le positionnement du locuteur au sein de son énoncé.

Les résultats obtenus ont montré que la déixis dans son rôle polyphonique peut être simple, double (multiple), simulée ou réelle dans les deux types de polyphonie sémantique et intertextuelle. Dépendamment de son centre déictique, la déixis s'ancre dans le discours à travers les indexicaux à la différence de leurs catégories grammaticales. Ces derniers véhiculent la subjectivité du locuteur ou recadrent la situation d'énonciation de laquelle jaillit la voix du locuteur ou de l'énonciateur.

### Mots clés :

Polyphonie énonciative, Indexicalité, Déixis, Slogan contestataire, Subjectivité, Enonciation.  
ملخص

يهدف بحثنا إلى التعرف على الصلة بين تعدد الأصوات و الدييكسيس في الخطاب الاحتجاجي ، ولهذا اعتمدنا على مجموعة مكونة من شعارات تم رفعها خلال الحركة الجزائرية المعروفة بـ "الحراك" التي قدمناها إلى تحليل نطق. للقيام بذلك ، اخترنا نهجًا متعدد الألحان يركز على طريقة الاستقراء للتحليل من أجل الكشف عن تعدد الأصوات المقنعة وإظهار سلوك المتكلم ومكانه في حديثه أظهرت النتائج التي تم الحصول عليها أن دورها متعدد الأصوات يمكن أن يكون بسيطًا أو مزدوجًا (متعددًا) أو محاكاة أو حقيقيًا في كلا النوعين من تعدد الأصوات الدلالية وبين النص. اعتمادًا على مركزها الدييكسيس ، تركز في الخطاب من خلال الفهارس على عكس الفئات النحوية. هذا الأخير ينقل ذاتية المتحدث أو يعيد صياغة موقف الكلام الذي ينبثق منه صوت المتحدث أو المتحدث.

تعدد الأصوات المنطوقة ، المؤشر ، دييكسيس، الشعار البروتستانتية ، الذاتية ، النطق : الكلمات المفتاحية

## Summary

Our research aims to identify the link between polyphony and deixis in protest discourse, which is why we relied on a corpus made up of slogans brandished during the Algerian movement known as "the hirak" that we submitted to an enunciative analysis. To do this, we opted for a polyphonic approach focused on an inductive method of analysis in order to reveal the plurality of masked voices and to show the behavior and the positioning of the speaker within his utterance.

The results obtained showed that the deixis in its polyphonic role can be simple, double (multiple), simulated or real in both types of semantic and intertextual polyphony. Depending on its deictic center, deixis is anchored in discourse through indexicals unlike their grammatical categories. These convey the speaker's subjectivity or reframe the utterance situation from which the speaker's or enunciator's voice emerges.

**Keywords :** Enunciative polyphony, Indexicality, Deixis, Protestant slogan, Subjectivity, Enunciation