Revue Multilinguales **Volume: 14 / N° : 01 (2026), pp. 417-436**

Reçu le 30/11/2025 Accepté le 16/03/2026 Publié le 30/06/2026

ENTRE RUE ET NUMERIQUE : VERS UNE ECRITURE TRANSGRESSIVE ET MULTILINGUE EN ALGERIE

FROM STREET TO SCREEN: THE EMERGENCE OF A TRANSGRESSIVE MULTILINGUAL WRITING IN ALGERIA

Amel MEBARKI[*1]
Marie PERES[2]
[1]Ecole nationale polytechnique d'Oran (ENPO-MA), Algérie
amel.benaffane@enp-oran.dz
[2]Université Paris Est Créteil (UPEC)
marie.leblanc@u-pec.fr

Résumé

Cet article explore la transformation des pratiques scripturales en Algérie à travers les pancartes du Hirak (2019–2021), illustrant le passage de la rue au numérique. Ces objets constituent un corpus exceptionnel, combinant multilinguisme, graphies variées et dispositifs numériques. L'approche interdisciplinaire mobilise la linguistique, la sémiotique et la sociolinguistique, ainsi que des outils lexicométriques et de visualisation (Nvivo, TextObserver). L'étude montre que ces pancartes dépassent la simple fonction revendicatrice. Elles constituent de véritables laboratoires d'innovation graphique et scripturale, où oralité, créativité visuelle et numérique se conjuguent pour produire une écriture collective et performative. Ces pratiques, loin d'être éphémères, participent à la

[*] Auteur correspondant

constitution d'une mémoire sociale et à la transformation des formes de communication contemporaine dans la littérature, la publicité et les médias numériques.

Mots-clés : mots d'ordre, écriture hybride, multilinguisme, sémiolinguistique, oralité numérique

Abstract

This article explores the transformation of writing practices in Algeria through the posters of the Hirak movement (2019–2021), illustrating the shift from the streets to digital media. These objects form an exceptional corpus, combining multilingualism, diverse scripts, and digital devices. The interdisciplinary approach draws on linguistics, semiotics, and sociolinguistics, as well as lexicometric and visualization tools (Nvivo, TextObserver). The study shows that these posters are not mere vehicles of protest, they function as laboratories of graphic and scriptural innovation, where oral expression, visual creativity, and digital practices converge to produce a performative and collective writing. These practices, far from ephemeral, contribute to the creation of social memory and to the transformation of contemporary communication forms in literature, advertising, and digital media.

Keywords: slogans, hybrid writing, multilingualism, web script, semiolinguistics

Le choix d'écriture dans une langue donnée, utilisant une graphie particulière, n'est jamais fortuit. Il engage un positionnement, un imaginaire et une vision du monde portés par les sujets qui écrivent.

Les différents espaces d'écriture dans la société algérienne en constituent une saillante illustration. En effet, durant longtemps ces espaces scripturaux étaient réduits à une double binarité linguistique et graphique : L'arabe littéraire et le français usant respectivement des caractères arabes et latins.

Ce n'est que récemment que l'écriture en langue amazighe, notamment kabyle, est venue fracturer cette dualité, longtemps hégémonique, avec une littérature amazighe abondante.

Plus récemment encore une autre langue, en l'occurrence, l'algérien, communément appelée « Darija » ou « arabe algérien » est venue compléter ce triptyque arabe-français-tamazight avec la publication du premier roman en langue algérienne, *Fahla,* (Sebaa, 2021) paru simultanément en caractères arabes et en caractères latins. L'auteur refuse toutefois l'étiquette « Darija », considérant qu'il ne s'agit pas d'un succédané de la langue arabe littéraire, mais d'une langue avec sa personnalité historique et son originalité morpho-syntaxique (Sebaa, 2020). Cette position rejoint celle du linguiste Abdou Elimam, pour qui désigner la langue algérienne comme « arabe algérien » reviendrait à admettre le principe diglossique faisant du parler algérien la partie basse, orale, non écrite, c'est-à-dire une sous-langue de l'arabe classique (Elimam, 2022).

L'histoire récente de l'Algérie révèle un espace d'expression singulier où ces différentes langues coexistent et se combinent : le Hirak (2019–2021). Ce mouvement citoyen a donné naissance à une forme d'expression populaire inédite[*]. Ces slogans, souvent improvisés mais hautement signifiants, illustrent une hybridation graphique et scripturale où coexistent plusieurs langues (arabe algérien, français, kabyle, anglais) et diverses formes de graphies : caractères arabes et latins, majuscules, minuscules, cursives, digraphies inventées, ainsi que des symboles numériques (hashtags, emojis, ponctuations surdimensionnées).

Cette contribution se propose d'en faire une lecture sémiolinguistique en recourant à une approche interdisciplinaire, croisant linguistique, sémiotique et sociolinguistique. Loin d'une lecture strictement politique ou militante, les mots d'ordre du Hirak révèlent un projet de société latent et des imaginaires collectifs autour de la langue, en donnant naissance à une écriture citoyenne hybride, multilingue, multigraphique et transgressive.

Puisant dans ce luxuriant champ lexical, notre analyse s'appuie sur un corpus de 150 pancartes. Dès lors, une question centrale se pose : comment les mots d'ordre du Hirak participent-ils à l'émergence d'une écriture citoyenne originale ? Nous soutenons l'hypothèse selon laquelle ces formes d'expression relèvent d'une écriture, à la confluence de l'oralité, du numérique et de la

[*] La citoyenneté en mouvement, *numéro spécial Hirak,* Revue Socialités et Humanités, *n° 7, Oran, décembre 2019.*

créativité discursive collective. L'expression orale pratiquée par les différentes langues natives algériennes, conjuguée à l'arabe littéraire (Echâab Yourid Isqat Ennidam) et au français (vous avez ruiné le pays) voire à l'anglais (Game over), fait sauter les bordures conventionnelles habituelles entre texte, image et sonorité, et casse notamment la rigidité qui caractérise leur usage coutumier. Ces formes d'écriture hybride, issues de la rue, mais amplifiées par les réseaux numériques, participent ainsi à l'émergence d'une nouvelle écriture algérienne, visible à la fois dans les pratiques militantes et dans certains domaines culturels contemporains, tels que la publicité, le théâtre ou la littérature.

1. LA PANCARTE COMME ECRITURE PLURISEMIOTIQUE : HYBRIDITE GRAPHIQUE, MULTILINGUISME ET ORALITE NUMERIQUE

La pancarte de manifestation constitue un objet plurisémiotique, au sens de (Barthes,1964), en ce qu'elle articule dans un même espace d'énonciation des signes textuels, graphiques et iconiques. Elle relève d'une hybridité scripturale que (Bakhtine, 1978) qualifie d'« hybridation intentionnelle », c'est-à-dire la coexistence volontaire de registres et de voix hétérogènes dans un même énoncé, sans se fondre, produisant un effet dialogique et subversif. Appliqué aux pancartes, ce cadre souligne que les différentes voix et registres (humour, critique, revendication) cohabitent consciemment pour créer une force persuasive et contestataire.

Dans le champ sociolinguistique, (Auer, 1999) montre que le mélange linguistique ne relève pas d'une simple juxtaposition mais d'une co-construction interactive de ressources

hétérogènes. Cette hybridité se manifeste notamment par la multigraphie, entendue comme la combinaison de plusieurs systèmes graphiques (typographies, couleurs, variations de taille et de tracés), et par le multilinguisme, que Gumperz décrit comme un « répertoire linguistique pluriel mobilisé selon les situations » (Gumperz, 1982), où l'alternance codique devient un procédé signifiant.

À ces dimensions s'ajoute l'oralité numérique, définie par (Anis, 2003) comme une écriture empruntant aux usages des médias numériques (abréviations, emojis, signes de ponctuation expressifs) pour transposer visuellement des effets d'intonation, de rythme ou d'émotion. L'ensemble compose une écriture plurisémiotique et multimodale, rejoignant la perspective de (Kress et van Leeuwen, 2001) pour qui les modes sémiotiques (texte, image, couleur, geste graphique) coopèrent pour produire du sens. Ainsi, la pancarte apparaît comme un artefact où se condensent des ressources linguistiques, visuelles et numériques, dont l'agencement construit une forme d'expression citoyenne à la fois concise, inventive et hautement expressive.

2. METHODOLOGIE D'ANALYSE ET CONSTITUTION DU CORPUS

L'analyse a été menée à partir d'un corpus de 150 pancartes photographiées lors de la première phase du « Hirak » algérien, entre février et avril 2019, période marquée par la contestation du cinquième mandat présidentiel. Ces objets, collectés sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) et dans des

articles de presse nationaux et internationaux en ligne, ont largement contribué à la diffusion des mots d'ordre.

Pour les analyser, nous avons mobilisé la lexicométrie comme principal outil analytique. Cette approche permet de quantifier les occurrences lexicales, d'identifier les cooccurrences et de mettre en évidence les régularités ou récurrences dans le corpus, offrant ainsi un point de vue objectif sur la structuration des discours. Conformément à la méthodologie lexicométrique classique (Lebart & Salem, 1994), nous avons conçu la nomenclature afin de retarder l'interprétation et limiter les biais liés à la subjectivité lors de l'analyse des données textuelles.

Toutefois, la méthodologie utilisée dans cette recherche†, tente de construire une grille de lecture permettant de rendre compte du fonctionnement de ces dispositifs pluri-sémiotiques, mêlant texte et image. Pour ce faire, nous avons mobilisé deux logiciels : Nvivo et TextObserver‡ pour l'exploration et la visualisation de résultats. Nvivo permet de décrire toutes les dimensions des objets étudiés aussi bien linguistiques que graphiques. On peut ainsi étiqueter manuellement le corpus en qualifiant des zones de l'objet par un ou plusieurs nœuds (comme on peut le voir sur la **Figure** en annexe). TextObserver, quant à lui, a offert une lecture statistique et une visualisation

† PERES M., Analyser avec des outils descriptifs et statistiques des infographies d, LCN - Les Cahiers du Numérique 4/2016, « La visualisation de données », sous la direction de David Reymond, 2016.

‡ Le chantier Textopol du Céditec développe TextObserver (LEBLANC, J.-M., BARATS, C., & FIALA, P., 2013), un outil d'observation et d'exploitation des données textuelles multidimensionnelles.
http://textopol.u-pec.fr/textobserver/

des tendances, permettant de combiner analyse qualitative et validation quantitative.

3. UNE ECRITURE MULTILINGUE ET DEBRIDEE

L'analyse du nœud « langue » dévoile un plurilinguisme prononcé où l'algérien domine (33 slogans), suivi du français (30 slogans). Les combinaisons linguistiques représentent environ 40 % du corpus, incluant des slogans en algérien et français (26), algérien-français-tamazight (13), ou encore français-tamazight (10). L'anglais (7 slogans) et l'arabe standard (5 slogans) y sont plus marginalement représentés. Un schéma synthétique en annexe (

Figure) illustre la répartition des langues observées au sein du corpus.

Ces hybridations, sous forme de croisements et de métissages linguistiques, traduisent une pratique langagière qui transgresse les normes syntaxiques et orthographiques établies, en déplaçant les frontières institutionnelles. L'autre dimension transgressive dans cette écriture est l'inexistence de hiérarchie ou de classement entre les différentes langues utilisées. Des langues mises en contact actif dans une horizontalité participative, communicative, complémentaire et confirmative, recourant parfois à trois voire quatre langues dans un mot d'ordre. L'exemple archétypal, dans ce registre, demeure, sans conteste, le cri de ralliement national « One Two three (anglais) viva (espagnol) l'Algérie (français) » où la langue est envisagée comme outil d'universalisation par le moyen de banalisation du message, mais aussi un marqueur d'unité dans la diversité.

4. L'ACTE GRAPHIQUE : UNE ORALITE VISUALISEE ET VISIBILISEE

En plus de la multiplicité linguistique qui les singularise, les pancartes du Hirak enrôlent un stock graphique d'une rare

abondance : caractères arabes, latins, tifinagh, typographies contrastées, majuscules et ponctuation disproportionnées, écriture phonétique, couleurs criardes et interpellatrices, logos, chiffres. On y trouve également des emprunts explicites à la culture numérique : emojis, hashtags, abréviations. Cette richesse plurigraphique se décline en une diversité de signes ; alphabétiques, numériques, iconiques ; que nous avons répartis selon leur nature et fréquence d'apparition dans les pancartes analysées (voir **Error! Reference source not found.** – en annexe).

Des slogans emblématiques illustrent cette inventivité et qui mêlent algérien latinisé, symboles numériques et marqueurs émotionnels.

Figure 4 : Semi-iconisation du mot « GA3 »



Parmi ces formes transgressives, l'écriture phonétique et les codages hybrides occupent une place centrale. Le terme « GA3 », signifiant tous, sans exception, constitue l'un des marqueurs lexicaux les plus saillants du répertoire protestataire. Dans la pancarte 117 — « Pour l'Algérie, lazem NETRABAW GA3 » (Figure 4) — il se distingue par une semi-iconisation textuelle

(Paveau, 2017) articulant lettre et chiffre, produisant une écriture immédiatement visuelle et affective. Cette forme condensée, issue du registre numérique, témoigne d'une oralité visualisée, où les ressources typographiques servent à restituer les rythmes, intonations et intensités de la parole (Chun, 2016 ; Cutler, Ahmar & Bahri, 2022). Leurs travaux démontrent la manière dont les utilisateurs, notamment les jeunes algériens, mobilisent l'écriture numérique comme une écriture « parlée » visuellement.

Cette oralité graphique, façonnée par les usages numériques, a circulé au-delà du champ contestataire. Elle a notamment été réinvestie dans la communication commerciale, comme l'illustre la campagne Djezzy Legend (2020)[§], qui reprend des dispositifs hybrides analogues : mots-valises, typographies contrastées, symboles numériques, iconisation du lexique. Ce transfert sémiolinguistique ; du discours protestataire vers la consommation de masse ; atteste de la force performative de ces pratiques d'écriture, capables de structurer des imaginaires collectifs et de produire des registres expressifs transversaux.

5. INNOVATION VISUELLE ET RECOURS SEMIOTIQUES

Les messages portés par les mots d'ordre du Hirak se fondent également sur des tournures linguistiques et des contours graphiques inaccoutumés et inusités, voire insolites. L'écriture de « GouverneMENT », par exemple, isole le segment « MENT » tout en l'intégrant au mot « gouvernement », afin de souligner l'idée de mensonge. Ce procédé est renforcé par un

[§] https://www.youtube.com/watch?v=ya2XKsdQgcw

traitement typographique appuyé (majuscule, rouge, gras), auquel s'ajoute une surcharge graphique originale. L'introduction de la chedda arabe (ّ) sur des lettres latines, accentuant l'effet de dénonciation. Cette hybridation linguistique et graphique, entre français, arabe et symboles typographiques, témoigne d'une inventivité sémiolinguistique propre au mouvement, traduisant un engagement à la fois politique et esthétique (voir figure 5 ci-dessous**Figure**).

Figure 5 : « GouverneMENT»



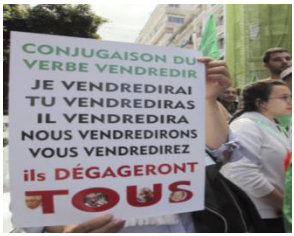
De même, le slogan « Game ovaires » (voir la figure 6 ci-dessous) détourne l'anglais « Game over », évoqué plus haut, pour porter une revendication féministe visuellement marquée par la référence à un organe sexuel féminin. Le mot est écrit en typographie pixelisée, rappelant l'univers rétro du jeu vidéo, avec le symbole ♀ subtilement inséré dans le « O ». L'ajout du cri « DÉGAGEZ ! » en majuscules rouges exprime une colère explicite, tandis qu'une écriture arabe fine et manuscrite en arrière-plan ancre le message dans un contexte local. Enfin, l'hashtag # prolonge la mobilisation dans l'espace numérique. Il en résulte une composition plurisémiotique, entre ironie pop, voix féminine et activisme en ligne.

Figure 6 : Game ovaires. Dégagez ! # les femmes_contre_les gens_de la cinquième



Quant à la trouvaille langagière « Vendredire » (voir figure 7 ci-dessous), elle associe la marche hebdomadaire du vendredi à l'acte de parole protestataire. Ce néologisme concilie la temporalité politique des revendications avec leur fonction expressive et discursive. À la fois événement et énonciation, « Vendredire » transforme le vendredi en scène de parole, un espace de formulation du dissensus.

Figure 7 : Conjugaison du néologisme « Vendredir »



Ces créations linguistiques témoignent d'une inventivité sémantique et phonétique qui mêle savamment le grave au ludique transgressant, ainsi, la raideur et la fixité morphosyntaxique.

Un autre mot d'ordre exploite les codes visuels du numérique pour renforcer son impact : phylactères empruntés à la BD, voir au mêmes numériques, typographie manuscrite simulant la spontanéité, ponctuation expressive (points de suspension, points d'interrogations), étirements graphiques, couleurs contrastées (noir, blanc, rouge), emojis et captures d'écran. L'ensemble mime l'oralité et la gestuelle, comme si la pancarte devenait une scène jouée. Ce mélange de codes populaires, visuels et linguistiques ancre le message dans le quotidien, tout en provoquant un effet d'identification immédiat (voir figure 8 ci-dessous).

Figure 8 : Détournement du dialogue culte de la comédie : « souk mouk liyhel flill »



D'autres mots d'ordre exploitent des procédés d'empilement ou de mise en exergue typographique, proches des codes du message publicitaire (Krieg-Planque, 2022). Le mot d'ordre « Un seul héros : le peuple » en français et en caractères latins, s'adresse, sans intermédiaire au lecteur pour lui asséner une vérité indiscutable. Il rejoint ce que certains auteurs identifient comme une marche discursive (Kacimi, 2020 ; Khan, 2020).

6. UNE ECRITURE TRANSGRESSIVE EN DEVENIR

L'écriture des mots d'ordre du Hirak, qui ne saurait se réduire à une somme d'artefacts contextuels ou occasionnels ne constitue pas seulement une forme d'expression transgressive, mais annonce une transmutation plus large des pratiques d'écriture en Algérie. Des traits d'expressivité observables dans le théâtre ou les chansons populaires se retrouvent également dans certains domaines émergents tels que la publicité et la littérature avec *Fahla*, qui consacre un chapitre au Hirak et dont l'écriture est, selon son auteur, triplement transgressive : linguistiquement, syntaxiquement et graphiquement. On pourrait détourner ici une célèbre formule publicitaire des années 1990 : **«** *Vous l'avez rêvé, Fahla l'a fait* **»**, tant ce roman donne forme, à travers l'écriture, à une aspiration collective à dire autrement.

Cette écriture transgressive révélée puis objectivée par le Hirak par l'intermédiaire des mots d'ordre est ancrée dans l'imaginaire culturel algérien dont les représentations sont rétives aux rigidités et aux exigüités énonciatives. Or, cette transgression ne se limite pas au contenu verbal ou graphique ; elle migre également à travers les supports. Des murs de la ville aux pages des romans contemporains, des banderoles aux affiches publicitaires, ces formes d'expression investissent des médiums variés, au sein desquels le support n'est jamais neutre. À ce titre, les pancartes, graffitis ou tissus de fortune ne sont pas de « simples réceptacles », mais participent activement à la mise en sens du message (Leroi-Gourhan, 1964).

Pour ne pas conclure. Ce type d'écriture transgressive, révélée par les mots d'ordre du Hirak, appelle une double interrogation : comment cette écriture peut-elle conquérir d'autres segments de visibilité et de lisibilité sociétale, comme les espaces médiatiques, culturels ou institutionnels ? Et comment peut-elle contribuer, par une expression collective codifiée à redéfinir les pourtours d'une citoyenneté assumée en Algérie ?

Le mouvement citoyen algérien dénommé Hirak a constitué, sans conteste, un lieu foisonnant d'observation des pratiques scripturales originales et inconnues en Algérie. Ces mots d'ordre multilingues, exprimés par le biais de graphies diversifiées, sur des supports inhabituels ont objectivé une nouvelle forme d'écriture. Une écriture où la parole collective s'inscrit dans l'usage des réseaux sociaux et des technologies numériques stimulant la hardiesse de la créativité collective dépêtrée des rigidités ankylosantes.

Cette écriture, à la fois hybride et transgressive, constitue une forme de résilience discursive au service d'une expressivité citoyenne reconfigurée. En faisant dialoguer les slogans visuels du Hirak et les textes de littérature émergente, on observe une dynamique de réciprocité : l'espace protestataire devient laboratoire esthétique, et la création littéraire s'en nourrit pour renouveler ses formes, ses publics, et ses langages. Les mots d'ordre, de ce point de vue, deviennent non seulement une archive militante, mais aussi le germe d'une écriture nouvelle, à la DZ.

Ce travail ouvre enfin des perspectives élargies sur l'étude des écritures pluri-sémiotiques à l'ère du numérique. Sur le plan méthodologique, il invite à poursuivre l'analyse de ces formes hybrides en mobilisant les outils émergents de l'intelligence artificielle, capables de modéliser les interactions entre oralité, visualité et textualité. Sur le plan esthétique, ces écritures méritent d'être étudiées pour comprendre leur influence potentielle sur les langages de la communication contemporaine (publicitaire, artistique, médiatique).

BIBLIOGRAPHIE

ANIS, J., *Internet, communication et langue française*, Paris, Hermès/Lavoisier, 2003.

AUER, P., *Code-switching in conversation: Language, interaction and identity*, London, Routledge, 1999.

BAKHTINE, M., *Esthétique et théorie du roman*, Paris, Gallimard, 1978.

BARTHES, R., « Rhétorique de l'image », Communications, n°4, Paris, 1964, 40-51.

CHUN, W. H. K., *Updating to Remain the Same: Habitual New Media*, Cambridge (MA), MIT Press, 2016.

CUTLER, C., AHMAR, M. et BAHRI, S. (éd.), *Digital Orality : Vernacular Writing in Online Spaces*, Cham, Palgrave Macmillan, 2022.

ELIMAM, A., *Après le Tamazight Eddarija*, Alger, Éditions Frantz Fanon, 2022.

UMPERZ, J., *Discourse Strategies*, Cambridge, Cambridge University Press, 1982.

KACIMI, M., *Dissidences. Chroniques du Hirak*, Alger, Éditions Frantz Fanon, s.d.

KHAN, A. (dir.), *Marcher*, Alger, Éditions Chihab, 2021.

KRIEG-PLANQUE, A., « "On est là ! On est là !" Perspectives d'analyse du discours : entretien avec Alice Krieg-Planque », Cahiers de littérature orale, n° 91-92, Paris, 2022, p. 267-282.

La citoyenneté en mouvement, numéro spécial Hirak, *Revue Socialités et humanités*, n° 7, Oran, décembre 2019.

La révolution du sourire, Alger, Éditions Frantz Fanon, 2019.

KRESS, G., & VAN LEEUWEN, T., *Multimodal Discourse : The Modes and Media of Contemporary Communication*, London, Arnold, 2001.

LEBART, Ludovic, SALEM, André (1994), Statistique textuelle, Paris, Dunod

LEBLANC, J.-M., BARATS, C., & FIALA, P. (2013). Approches textométriques du web : corpus et outils. Dans C. BARATS, *Manuel d'analyse du Web.* Armand-Colin

LEROI-GOURHAN, A., *Le geste et la parole*, Paris, Albin Michel, 1964.

MEBTOUL, M., *Libertés, dignité, algérianité, avant et pendant le Hirak*, Alger, Éditions Koukou, 2021.

PAVEAU, M-A., *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris : Hermann, 2017.

SEBAA, R., *Fahla*, Alger, Éditions Frantz Fanon, 2021.

SEBAA, R., « La langue algérienne n'est pas un dialecte », *Middle East Eye*, édition française, 2 janvier 2020. Disponible sur [https://www.middleeasteye.net/fr/opinion-fr/la-langue-algerienne-nest-pas-un-dialecte] (consulté le 28/07/2025).

SEBAA, R., *L'Algérie et la langue française ou l'altérité en partage*, Alger, Éditions Frantz Fanon, 2017.

SEBAA, R., *L'arabisation dans les sciences sociales*, Paris, L'Harmattan, 1996.

ANNEXES

Figure 1 : Copie d'écran de l'interface du logiciel Nvivo

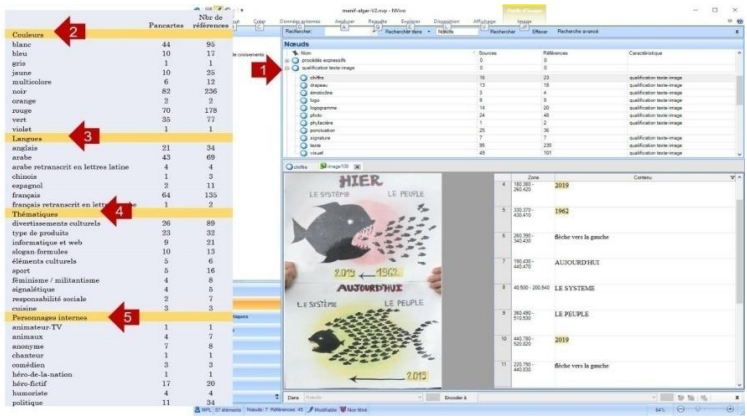


Figure 2 : Partition des pancartes selon les langues utilisées (n = 150)

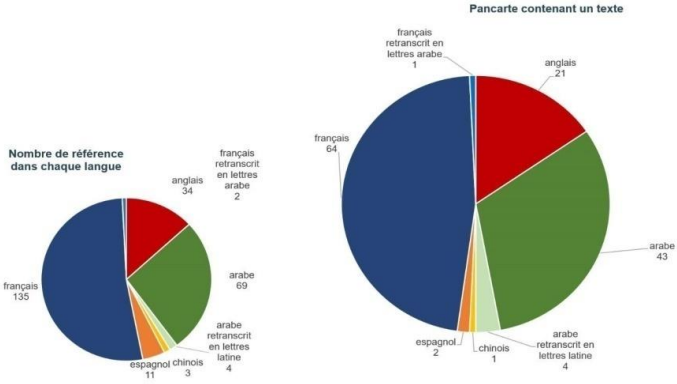
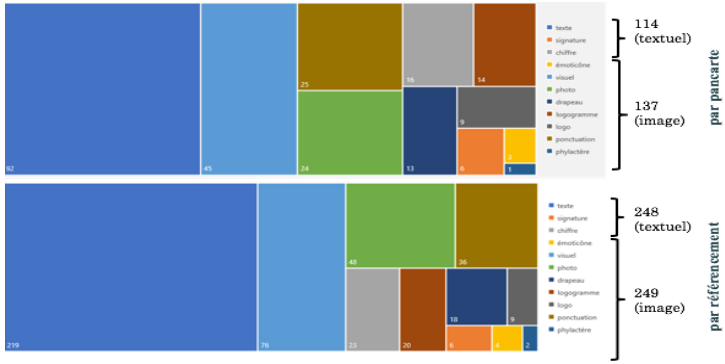


Figure 3 : Répartition linguistique/graphique dans le corpus des pancartes du Hirak algérien



Dans la carte de données « par pancarte », nous avons 114 pancartes comprenant des nœuds « textuels » et 137 pancartes contenant des nœuds « image ». Alors que dans la carte de données « par référencement », nous avons 248 nœuds référencé « textuel » pour 249 les nœuds de l'ordre de l'« image ».