
Le *hirak*, la langue en mouvement

Meriem MOUSSAOUI*

Tout a commencé le 22 février 2019. Personne ne s'y attendait et depuis ce jour-là, la société algérienne avec ses composantes générationnelles, ses différentes catégories sociales et sa mosaïque juvénile, occupe chaque vendredi et mardi l'espace public, en scandant des slogans anti-régime, en chantant et en exprimant un ras-le-bol généralisé. Ces manifestations qui se veulent pacifiques sont émotives, spontanées, voire émouvantes, car elles expriment le marasme ou comme dirait l'Algérien en français algérianisé, le « dégoûtage »¹. Les revendications ne sont pas souvent structurées au sens traditionnel de l'exercice politique ; aux attentes purement politiques s'entremêlent des aspirations sociales comme le logement, la misère du quotidien, le chômage, la spoliation des terres et la *mala vida*.

Ce 22 février marque un tournant dans l'histoire de l'Algérie contemporaine, et cela à tous les niveaux. Une lecture du mouvement populaire s'est imposée à nous chercheurs afin de comprendre cette situation. Pour ce faire, le terrain de la contestation, la rue par sa composante et les mots étaient le point de départ.

Dans cette contribution, mon choix s'est porté sur une série de « nouveaux » néologismes, ces mots qui accompagnent désormais ce mouvement. Ce choix est motivé par l'usage inédit de ces vocables et leur symbolique. Des termes qui font directement allusion au mal-être ambiant, qui n'ont pas besoin d'être expliqués ou traduits ; ils portent par eux-mêmes la profondeur de la contestation populaire. Dans cette recherche, je m'intéresse particulièrement aux pratiques langagières pendant ce soulèvement populaire de février 2019 et ses représentations.

* Université Oran 2, Mohamed Ben Ahmed, Faculté des Langues, département d'Espagnol, 31000, Oran, Algérie.

¹ Néologisme local qui veut simplement dire dégoût.

Le *hirak* ne serait-il pas une forme d'affirmation identitaire aux multiples visages ?

Sur le plan méthodologique, j'ai recensé les slogans lors des sorties du vendredi et sur les réseaux sociaux. Les données du corpus renvoient à une période précise où l'effervescence créatrice est montée d'un cran, à savoir la désignation du gouvernement de Nouredine Bedoui, le 12 mars 2019.

La constitution du corpus n'a pas été aisée comme il fallait s'y attendre, et ce, pour plusieurs raisons, dont la principale tenait à la sélection de l'unité, selon sa pertinence dans le cadre de mon analyse. Lorsque le choix tombe sur un nouveau vocable, l'étude se porte sur son sens premier, puis son contexte et les innovations apportées à ce dernier. Ainsi, les mots du *hirak*, sont pour la plupart des terminologies recontextualisées.

L'analyse des slogans se trouve à l'intersection de plusieurs disciplines à savoir : la linguistique, la sociologie, l'analyse conversationnelle et la lexicologie. La langue dans ce cas étant en pleine mouvance, il s'agit de montrer comment les *hirakistes* cherchent à construire des propositions, à structurer des raisonnements et, ce faisant, ont été amenés à interroger les sens des termes employés et à questionner les notions qu'ils recouvrent. La contestation par les mots, a contribué ainsi à réaliser au sein du mouvement des ajustements et des accommodements.

Dans cette analyse, c'est d'abord le dynamisme des mots/slogans qui sera mis en évidence et la relation entre ce qui est dit et comment il est dit dans la circulation des paroles. À partir du corpus, un repérage préalable des termes, qui dans le langage quotidien paraissent transparents sont, dans le contexte du *hirak*, remis en question (au sens propre du terme), évoluent, se nuancent et se complexifient au profit d'une pensée, d'une revendication ou d'un idéal.

Dans un second temps, une lecture du *hirak* sous son aspect langagier sera faite. Les phénomènes/procédés langagiers (utilisés réactivés ou mis à jour) spécifiques au mouvement seront mis en exergue. Ces procédés utilisés sont choisis ici, non pas pour leur représentativité, mais comme témoignages des pratiques langagières usitées par le mouvement et marquées par les rencontres et les brassages de langues diverses (arabe, arabe vernaculaire, français, espagnol et anglais)

Cet ensemble de pratiques langagières, mises en relation avec les dimensions identitaires discursives et sociales, ne peut pas être considéré exclusivement comme parler urbain exclusif (propre à la ville) ou parler de jeunes (générationnel). Dans cet article, le *hirak*, par le biais du slogan, est pensé comme un espace polyvalent où les discours énoncés

sont élaborés par diverses catégories générationnelles ; c'est une fresque sociologique en somme, composée de différents témoignages.

Le hirak, un laboratoire linguistique en mouvement

Comme mentionné au début de l'article, il existe de multiples langues parlées couramment en Algérie : l'arabe avec toutes ses variantes, le tamazight et ses variantes, le français et ses variétés, en plus des langues enseignées telles que le russe, l'allemand, et l'espagnol, très présent dans le parler de l'Oranie (Moussaoui, 1992).

Afin de parler de cette réalité linguistique en Algérie, il a été opté pour le concept de « paysage », défini par Francis Manzano comme « le fonctionnement de l'ensemble et l'interaction des idiomes et pratiques en présence (en réalités et en statuts symboliques) qui doivent prendre le pas sur les descriptions partielles et les théorisations trop partielles comme la diglossie » (Manzano, 2003, p. 60).

Lorsque l'on examine le paysage linguistique algérien, on est d'abord frappé par l'étonnante pluralité des variétés. Plusieurs facteurs expliquent l'incertitude sur le nombre exact des variétés. Hormis le recensement visant à mettre en place la politique de l'aménagement linguistique au lendemain de l'indépendance, il n'y a eu aucun inventaire systématique effectué. Cependant, des initiatives académiques sont à signaler bien que les résultats restent confinés dans les bibliothèques universitaires (Benhammamouche, 1995).

L'Algérie, au lendemain de l'indépendance a proclamé l'arabe comme langue nationale et officielle ignorant les autres langues existantes sur son territoire. L'arabisation a eu « l'effet du rouleau compresseur » pour les autres langues (Chetouani, 1997, p. 82).

Ceci l'a exposé automatiquement aux revendications légitimes du mouvement berbère qui s'est donné pour objectif, dès 1980, de militer pour l'institutionnalisation des langues tamazight et de l'arabe algérien. Des efforts en termes de valorisation linguistique ont été mis en œuvre afin de prendre en charge institutionnellement cette question complexe d'autant que le pays a vécu l'occupation pendant plus 132 ans.

Désormais, l'Algérie est désormais un État plurilingue et pluriculturel. Par ailleurs, l'existence de quelques langues de grande expansion qui depuis la colonisation se sont imposées comme de véritables langues véhiculaires : l'espagnol à l'ouest et l'italien à l'est du pays, et actuellement l'anglais que l'on tente (maladroitement) de promouvoir.

À cet ensemble de langues nationales et étrangères qui constitue le paysage linguistique en Algérie, il ne faut pas oublier le français dont

la pratique héritée de la période coloniale est de rigueur dans plusieurs secteurs importants de la vie nationale. Langue de la culture et de la production scientifique en Algérie se superposant à la langue officielle et à toutes les langues pratiquées en Algérie (Moussaoui, 2013), le français joue un rôle fondamental dans la dynamique communicationnelle sur la scène algérienne.

Les mots ont un pouvoir, celui de dire, de vouloir dire. Ils n'ont de sens et de valeur que ceux que leur octroie l'usage et l'usager selon son appartenance sociale et son pouvoir comme le souligne Ngalasso :

« Les mots disent toujours les choses ou les concepts qu'ils désignent par convention sociale, ce qui constitue leur contenu sémantique fondamental. Mais, bien souvent, ils veulent dire ce qu'on veut bien leur faire dire, ce qui constitue leur valeur contextuelle ou situationnelle ».
(Ngalasso, 1996, p. 3-17).

Déviés de leur sens premier, les mots du *hirak* circulent dans l'espace public. Ils sont usités, surchargés de sens pour dénoncer les dépassements ou défier l'autorité de l'État. Le *hirak* a ainsi libéré la parole pour lui donner un aspect pluriel et créatif. Il l'a mise en condition d'exploitation de toutes les ressources et toutes les possibilités mises à sa disposition par le paysage linguistique existant à savoir : l'arabe (algérien et institutionnel), tamazight, le français, l'espagnol et l'anglais, en un mot toutes les langues qui se partagent l'espace langagier en Algérie.

En tant qu'espace langagier, le *hirak* mute à grande vitesse. Chaque vendredi, nous découvrons de nouveaux slogans. A titre d'illustration de cette frénésie inédite de mots, *Yatnahaou ga3*, slogan emblématique et puissant des premiers temps de la mobilisation populaire. Il est écrit dans un mélange de français et d'arabe algérien et fait partie de la compétence en langue maternelle, une langue composée, ouverte à toutes les variations, à tous les styles.

Cette expression/langue « nouvelle » se particularise dans sa forme et dans son contenu par un net décalage par rapport à la norme de l'arabe et ses variantes et celle du français standard. Elle est sans cesse parcourue par un questionnement transversal sur les langues en usage en Algérie.

Par ailleurs, dans les affiches, prospectus, en passant par les graffiti et les tags³, il est aisé de voir que les langues se croisent et s'entrecroisent comme le laissent voir ces exemples : One, two, three, viva l'Algérie, Yes

³ Les graffiti en Afrique du Nord : les voix de l'underground, *Insaniyat*, 85-86, juillet-décembre 2019.

we can. God bless Algeria, Algeria for ever, Ulach smah ulach, dans un jeu ou le signe regorge de sens. Le *hirak* se déploie ainsi dans une véritable polyphonie, il s'écrit en trois, voire quatre langues qui cohabitent, dialoguent s'entrelacent et se traduisent mutuellement, à savoir l'arabe et ses variantes, le tamazight et ses variantes, le français et parfois l'anglais. Ce slalom a généré un véritable travail des langues et sur les langues (Ameziane, 2013).

Ainsi l'arabe dialectal combine la graphie française aux sonorités amazighes et arabes dans une multitude de références linguistiques locales et universelles. Ces langues comme dirait Aziz Chouaki font « (...) dans l'hétérogène, l'arlequin, le créole » (Chaulet-Achour, 2006, p. 144).

Le slogan, entre oral et écrit

Un slogan est une formule concise et frappante qui exprime une idée, qu'un émetteur veut diffuser ou autour de laquelle il veut rassembler. Dans les sociétés médiatisées, le slogan est un outil de communication politique et publicitaire. Étant destiné à frapper les esprits avec un message court et répétitif, le slogan est par nature réducteur au sens où la concision est de mise.

Dans le *hirak*, l'avantage du slogan est qu'il présente un double aspect ; il est oral (scandé par des milliers d'individus) et écrit (sur des pancartes, des cartons et brandi par des milliers de manifestants) Se pose dès lors la question de la différence entre les deux messages écrit/oral, leurs répercussions et l'impact sur le sens et la portée du discours.

Selon Corinne Blanc-Faugère, la parole en public, est « immédiatement théâtrale, elle emprunte ses à tout un ensemble de codes culturels et oratoires (...). Elle est dangereuse parce qu'elle est immédiate spontanée parfois et ne se reprend pas ». En revanche, au niveau du message écrit, le sujet a « le temps de se reprendre, de se protéger, on maîtrise nos flottements, nos ignorances et nos écarts », précise-telle (Blanc-Faugère, 2019). En plus, comme le souligne Jacques Lacan, la parole « n'a jamais un seul sens, ni le mot un seul emploi. Toute parole a toujours un au-delà, soutient plusieurs fonctions, enveloppe différents sens. Derrière ce que dit un discours, il y a ce qu'il veut dire, il y a encore un autre vouloir dire, et rien n'en sera jamais épuisé » (Lacan, 1975).

Prendre en compte le niveau oral (parlé) et le niveau écrit, rend l'objet d'analyse plus compliqué. Des linguistes redoutent cette hétérogénéité, et c'est sans doute une des raisons qui les poussent à les séparer.

Les slogans naissent rarement de façon spontanée, ils sont souvent construits avec méthode par ceux qui appellent à un ralliement et cherchent à diffuser un message, une idée, une orientation. Pendant le *hirak*, toute une panoplie de slogans, souvent percutants, ont été entendus. Usant de poésie (ce qui n'exclut pas la brutalité et le cynisme), à l'exemple de *Wa akadna al azma an tahya al jazayer, irhalou irhalou irhalou* (Nous avons donné le serment ou signé un pacte que l'Algérie ne mourra jamais ? Partez Partez partez !), d'humour, *Bouteflika ! Ton crédit de vie est insuffisant pour un cinquième mandat*, ou des slogans courts et concis et à la graphie simple, comme *Système dégage, étudiant s'engage(nt)* ou *Vivre, c'est être libre*.

Le nombre de slogans, leur profondeur de sens et leur diversité linguistique permettent de témoigner du changement sociolinguistique condensé survenu pendant le *hirak*. Cela signale l'évolution du langage des jeunes et peut-être des changements à venir dans le statut de l'arabe, mais aussi dans la société et dans la situation socioculturelle des locuteurs pour qui les mots résonnent avec une prise de conscience et une maturité « citoyenne ». Si le slogan est le signe d'une révolte et d'un refus de l'ordre établi, la dérision porte en elle une dimension de contestation, de remise en cause de l'ordre établi ou des principes largement acceptés dans une société ou dans un groupe.

Dans ce registre, la langue du *hirak*, en tant que variété (point de rencontre de l'arabe, du français, anglais, tamazight), manifeste, elle aussi une forte dimension sociale. Ainsi, l'alternance codique entre la langue française en l'occurrence et l'arabe révèlent la « fracture linguistique » des locuteurs, générée par une fracture plus profonde celle-là : la « fracture sociale ». Cette sorte de violence langagière est une manifestation et le symbole de l'exclusion socioculturelle. Largement rattachée aux notions fondamentales de la sociolinguistique, l'insécurité linguistique est principalement liée à une représentation du décalage entre ce qui est et ce qui devrait être en matière de pratique de la langue. Selon Bretegnier et Ledengen « L'échange verbal trahit le manque, la défaillance, la dilution, bref un écart par rapport à une norme officiellement reconnue », (Bretegnier & Ledengen, 2003, p. 4).

Dans cette contribution, le choix s'est porté aussi sur des « nouveaux » mots, qui accompagnent désormais ce mouvement. Cela est motivé par le nouvel usage de ces vocables et leur symbolique. Des termes qui font directement allusion au mal-être ambiant, qui n'ont pas besoin d'être expliqués ou traduits, ils portent par eux-mêmes la profondeur de la contestation populaire.

Vendredire

Il est parmi les néologismes notables composés qui ont vu le jour durant le *hirak*. Mot composé, il désigne le septième jour de la semaine. Le verbe dire, quant à lui, signifie, dans cet emploi, communiquer, s'exprimer, faire entendre sa voix.

Vendredire bénéficie d'une épaisseur historique, il constitue ainsi une double référence quand on sait que le vendredi est le jour consacré par les musulmans à la grande prière collective hebdomadaire. Sortant en masse des mosquées, les fidèles convergent vers les places de rassemblements, devenues depuis le 22 février, de véritables agoras.

Mardire

Il symbolise le retour de l'université à la scène politique, comme il fait allusion aux sorties hebdomadaires organisées par les étudiants, ayant pour point de départ l'université, devenue elle aussi, un lieu de débats politiques, surtout durant les premières semaines du *hirak*.

Longtemps stigmatisés pour leur indifférence vis-à-vis de la chose politique et la situation du pays, les étudiants sortent tous les mardis, dans plusieurs grandes villes du pays, avec un enthousiasme insoupçonné, déterminés à en finir avec les pratiques du système politique en place. L'apport de l'université au *hirak* est fondamental. Sa contribution à la structuration de la mobilisation est réelle, du moins par la promotion des idées et l'organisation des débats.

Le mardire a démontré également que le *hirak* étudiantin est un mouvement structuré et relié aux régions les plus reculées du pays. Ceci a été favorisé par l'implantation d'universités et centres universitaires dans l'ensemble du territoire national.

Hogra

Il vient de la racine arabe *hakara* (حَقَرَ). Il s'agit d'un terme très populaire à connotation négative, et très courant dans la société algérienne dont le sens premier désigne principalement une discrimination sociale, de la part de toute personne détentrice de l'autorité publique. Subsidiairement, ce terme peut également être rapproché du dédain ou le mépris. Il peut aussi signifier injustice, iniquité, abus de pouvoir, humiliation.

Hogra désigne aussi l'injustice à large échelle. Ce fut le cas en octobre 1988 ou plus général et récent, à partir de 2001, avec l'attitude jugée méprisante des autorités vis-à-vis du peuple.

Le *haggar* par excellence est associé à l'État, avec son administration, sa police, son armée et ses bureaucrates déshumanisés.

Barakat

Il signifie « Ça suffit ! » et renvoie au mouvement Barakat d'Amina Bouraoui, opposé au quatrième mandat de Abdelaziz Bouteflika. Globalement, ce lexème évoque le rejet des pratiques et du mode de gestion politique du pays. Son origine et filiation viennent vraisemblablement du mouvement égyptien Kifâya (Ben Néfissa, 2007).

En Oranie, du fait de l'histoire espagnole de la région, basta, qui a la même signification que « ça suffit » peut se substituer à barakat. C'est un terme espagnol, plus facile à prononcer et scander.

Tchipa

Néologisme utilisé pour désigner les pots-de-vin et la corruption qui, dans la conscience collective, ont ravagé tous les secteurs de l'État. *Tchipa* dérive probablement du verbe chiper. Le vocable vient à remplacer le mot *bakchich* et les traditionnelles formules pudiques *rachoua* ou *kahwa*. L'expression *tchipa* a été remplacée ces dernières années par un autre mot *chkara*, le grand sac, généralement de jute, pour signifier l'ampleur de la rapine et la corruption institutionnalisée dans le pays, notamment sous Bouteflika.

Cachir

Cachir prononcé *lkachir*, produit alimentaire, devenu le symbole de corruption et d'allégeance. *Hna manach ta' kachir* (Nous ne sommes pas des mangeurs de *cachir*). C'est le rassemblement du parti FLN à la coupole d'Alger, le 9 février 2019, appelant Bouteflika à briguer un cinquième mandat qui a fait la réputation de ce produit alimentaire, prisé par les Algériens. Au cours de cette journée et pour attirer le maximum de participants, des sandwiches au *cachir* ont été distribués.

En réponse à cette stratégie de clientélisme, les opposants à la réélection de Bouteflika s'étaient alors mis à brandir des saucissons de *cachir* lors des manifestations.

En l'espace de quelques jours, le *cachir* s'est imposé comme l'un des symboles de l'opposition au cinquième mandat du président Abdelaziz Bouteflika, en poste depuis 1999. Il se décline aussi en une autre notion, en l'occurrence, le *cachirisme*, terminologie désignant la corruption et le clientélisme.

Chita

Vocabulaire réactivé pour désigner la soumission zélée au pouvoir : *Yedrab echitta* (Il caresse dans le sens du poil). *Chita* appartient à l'arabe vernaculaire et désigne la brosse à reluire. Comme tout lexème *chita* a donné le terme de *chiyata/ chiyatine* pour les flatteurs et les encenseurs du pouvoir.

Analphabète politique

Homme politique, qui ne lit pas ou très peu et dicte ses instructions. Il est sourd aux doléances du peuple car dépourvu de moyens pour le comprendre : *Ummi yakudu umma*⁴, peut être traduit par un analphabète qui dirige une nation. Un euphémisme pour dénoncer le système en place et, en même temps, revendiquer à ce que des diplômés et universitaires soient aux commandes de l'État et de ses institutions.

Émergence d'une nouvelle culture ?

Le *hirak* est à l'origine de nombre de dynamiques linguistiques, il est un phénomène sociolinguistique. Sa plasticité inventive (voir la panoplie des néologismes) étant inattendue, il exploite toutes les possibilités de la langue parlée. Dans ce sens, les slogans, en plus des revendications politiques, sociales, économiques et culturelles qu'ils portent, n'échappent pas à la fonction ludique, qui permet aux jeunes de l'utiliser, ils y trouvent un outil permettant d'affirmer une autre vision du monde face aux adultes et au pouvoir.

Sommes-nous devenus les acteurs/témoins d'une nouvelle culture émergente des temps modernes ? Le développement des technologies de l'information a bouleversé les us, les usages et modes de consommation culturels chez les jeunes générations. La révolution numérique leur facilite l'accès à la culture, au savoir et à l'information. Les jeunes générations présentent un visage assez différent de leurs aînés dans leur rapport au champ culturel et social : l'émancipation, la socialisation entre pairs, l'exploration du monde et l'attrait de la modernité.

Cette dynamique leur a permis d'être visibles dans la société et témoigne de leur volonté de participation à la vie politique du pays. Ce désir de sortir du carcan traditionnel, de créer une culture qui leur soit propre et personnellement identifiable explique en grande partie le mouvement. Ils ont créé ainsi leur propre espace d'expression culturelle

⁴ Cette phrase a vu le jour, semble-t-il, en 1994 dans le Film *Carnaval fi dechra* (parodie du système politique). Elle signifie : un analphabète qui guide une nation.

en s'appropriant d'abord le seul espace public qui leur était directement accessible : la rue.

Aussi, comme toute nouvelle génération, elle appréhende son époque, en s'inventant de nouveaux codes en construisant une identité qui lui soit propre et reconnaissable en même temps dans un monde connecté aujourd'hui.

De ce désir de changement, la femme en est une des figures émergentes. L'avènement du *hirak* a changé les mœurs, les mentalités et mis l'accent sur les revendications et les attentes de cette nouvelle génération d'Algériens, et la femme en occupe une place importante.

Les femmes sont sorties le premier vendredi, ont marché avec les hommes comme des citoyennes, inquiètes pour leur avenir et celui de leurs enfants. Elles sont les figures nouvelles de ce mouvement de contestation inédit par ses formes et répertoires d'actions, où leurs voix et leurs attentes ont retenti dès le 22 février, après des années de silence dues à la décennie sanglante en Algérie où elles étaient parmi les premières cibles. Elles ont manifesté dans plusieurs villes du pays, et pas seulement dans les grandes agglomérations.

En date du 8 mars 2019, une affiche circulant sur les réseaux sociaux appelait les femmes à rejoindre le mouvement du *hirak*. On pouvait y lire « Femmes algériennes, c'est à vous », une invitation claire et ciblée tout comme celle où l'on voit sur le visage d'une femme, non voilée, rouge à lèvres vif, portant un képi militaire avec le croissant et l'étoile identiques à ceux du drapeau algérien. Un visage qui rappelle les moudjahidates avec le slogan écrit en rouge *Hrayer power* (La force au féminin). Effectivement, le 8 mars 2019 a connu un déferlement des *Djamilat el Djazair* (Les belles d'Algérie) dans les rues, allusion aux icônes de la Guerre de libération nationale Djamila Bouhired, Djamila Boupacha et Djamila Bouazza.

Le caractère engagé de la langue, l'accroissement de l'importance de sa fonction identitaire suscitent l'appropriation pour mieux scander leurs revendications. Du vernaculaire revendiqué, les filles réussissent à s'approprier la culture au sens individuel et collectif, ainsi la culture populaire reste fortement présente.

Les *hirakyettes* glissent d'un code à l'autre. Plusieurs photos mettent en exergue l'inventivité et la subtilité de leurs slogans et prises de position. « Il n'y a que Chanel pour faire le N° 5 », allusion au parfum et à la candidature de Bouteflika, ou encore « Solde de printemps FLN : fin de série », « Système : 2^e démarque, le peuple : Nouvel arrivage ». Des expressions artistiques comme des défilés de mode en plein manifestation accompagnent ces slogans très féminins. La photo de la

danseuse classique, Melissa Ziad, dansant en plein rue Didouche Mourad à Alger a fait le tour de la toile.

Conclusion

Dans cet article, il est question d'un ensemble de néologismes liés au *hirak* en Algérie. Ces néologismes, particulièrement récurrents dans le slogan, se chargent d'une bonne dose de connotations expressives qui révèlent les oppositions politiques. Cependant, des observations s'imposent. L'entorse consciente à la norme linguistique nous amène à réfléchir sur l'objectif et l'attente des *hirakistes* par ces variantes langagières et leur usage, donc encore une fois sur la langue et ses variations.

Les innovations langagières contribuent à l'enrichissement de la langue française en Algérie, qui sont dans l'ensemble respectueuses du processus de création néologique (suffixation, préfixation, etc.) en français de référence ; ce qui nous fait dire que cette compétence linguistique voire pragmatique dans le slogan est l'œuvre d'une catégorie sociale consciente du poids des mots et son impact dans la société, une frange lettrée qui cible un large public.

Les *hirakistes* scandent des slogans, généralement politiques, tels qu'ils sont produits : en arabe, en arabe standard ou en français. L'alternance codique, telle qu'elle se manifeste dans le slogan (oral ou écrit), obéit à des stratégies discursives diverses mises en place afin de créer un univers communicationnel spécifiquement *hirakiste*.

Le choix privilégié de l'arabe et du français est motivé par des contraintes d'ordre sociolinguistique. En employant ces deux langues, les *hirakistes* affichent une attitude positive envers l'arabe *darija*⁵ et le français. Quant à l'anglais, ses modalités sont variées, son usage est un moyen d'affirmer des compétences dans une langue étrangère apprise généralement à l'école. Cette maîtrise d'un code véhiculaire par excellence permet d'affirmer leur aspiration universaliste ou pour le moins supra-territoriale : les *hirakistes* s'adressent au monde.

L'usage des mots du *hirak* traduit la configuration réelle du fonctionnement des langues (voir paysage linguistique). L'arabe classique pour la référence, culturelle et culturelle⁶ ; *darija*, la langue du quotidien.

⁵ Variété stigmatisée, marginalisée, absente de la scène officielle, alors qu'elle est, selon Abdou Elimam le « symbole le plus puissant de notre nation émergente », (Ferkhi, 2021), <https://bit.ly/3pmtTdA>

⁶ La langue du vécu. On aurait aimé parler de diglossie, mais les contraintes de la publication m'imposent d'arrêter. Pour de amples détails, se référer à mon article « Darija/Fusha ou les enjeux d'une polémique », paru dans Dirèche, K. (2019).

Le français, pour l'usage et le prestige, l'anglais pour la visibilité, le standard et le tamazight pour un usage plus limité aux régions berbérophones. Cette pluralité des voix permet aux *hirakistes* de briser le silence et à la société de s'exprimer, de se dire dans une langue qui est la leur. La jeunesse à travers le slogan tente de libérer, de se libérer de ces vérités admises mais non démontrées. À travers le slogan on comprend que l'axiome linguistique entravait la liberté.

Enfin, la société algérienne est interpellée sur la possibilité de l'émergence d'une nouvelle culture, le *hirak* en est une source féconde de revitalisation (l'activité langagière).

Bibliographie

Ameziane, S. (2013). Le roman algérien, un espace de questionnement identitaire. *Revue LLA-SHS*. Montpellier.

Ben Néfissa, S. (2007). « Ça suffit » ? Le « haut » et le « bas » du politique en Égypte. *Politique africaine*, 4 (108), 5-24.

Benhammamouche, F. (1995). *Sur les traces hispaniques*. Oran : CNEPRU.

Blanc-Faugère, C. (2019). *Maîtrisez l'art de la répartition*. Paris : Editions Leduc Pratique.

Bretnier, G., Ledegen, A. (2003). *Sécurité, insécurité linguistique, terrains et approches diversifiés, propositions*. Paris : l'Harmattan.

Chaulet-Achour, Ch. (2006). Aziz Chouaki : entre héritage et dispersion. Le contemporain métis. *Insaniyat* (32-33), 141-154.

Chetouani, L. (1997). Langues du pouvoir et pouvoirs de la parole dans les pays maghrébins. *Mots*, 52, p. 74-92.

Ferkhi, A. (11 02 2021), La Darija, le symbole le plus puissant de notre nation émergente, *Le Maghreb. Le Quotidien de l'économie*. <https://bit.ly/3pmtTdA>

Lacan, J. (1975). La fonction créatrice de la parole. Dans *Les écrits techniques de Freud* (Séminaire I, 1953-1954/1975). Paris : Seuil, p. 361-374.

Manzano, F. (2003). Diglossie, contacts et conflits des langues... à l'épreuve de trois domaines géo-linguistiques : Haute Bretagne, Sud occitano-roman, Maghreb géopolitiques : Haute Bretagne, sud Occitan et Maghreb. *Cahier de sociolinguistique*, (8). Rennes : Presses universitaires de Rennes.

Moussaoui, M. (1992, Juin). Incidencia léxica del espanol en el Oranés. [Thèse de magistère, Université d'Oran].

Moussaoui, M. (2013). L'emprunt hispanique à Oran à l'épreuve du temps et de l'espace. Dans *Les technolèctes au Maghreb : éléments de contextualisation*. Oran : Laboratoire Langage et Société, CNRST-URAC56.

Moussaoui, M. (2019). Dans K. Dirèche (dir.). *Darija/fusha : enjeux d'une polémique Darija /fusha ou les enjeux d'une polémique en L'Algérie au présent*. Paris - Tunis: IRMC- Karthala.

Ngalasso, M.-M. (1996). Démocratie et usages. : Le pouvoir des mots. *Politique Africaine*, (64), p. 3-17.