

Le discours contestataire à travers les slogans des manifestants pro-Palestine, dans les villes arabes et occidentales

The protest discourse through the slogans of pro-Palestine protesters, in Arab and Western cities

Imene MILOUDI 

Université de Mohamed Elbachir Ibrahimi, BBA/ALGERIE

Email: imene.miloudi@univ-bba.dz

Reçu: 24/04/2024,

Accepté: 29/08/2025,

Publié: 18/11/2025

Résumé :

Cet article autour d'un discours du mouvement protestataire en soutien à Gaza (depuis Octobre 2023), propose une étude linguistico-discursive du slogan. Nous examinons ce genre d'écrits de la ville dit contestataires en tant que phénomènes potentiellement linguistiques en allant au-delà des caractéristiques lexico-syntaxiques prétendument inhérentes à ce mode d'expression, déjà abordés dans d'autres travaux scientifiques. En intégrant les outils heuristiques empruntés à l'analyse de discours et à la pragmatique, nous avons fait ressortir les dimensions discursives d'une soixantaine de slogans pro-Palestine en tant que formules linguistiques et dispositifs énonciatifs. Le slogan à cet égard, se caractérise essentiellement par des choix linguistiques particuliers et des constantes énonciatives que cette contribution s'est proposée de mettre en évidence.

Mots- clés : Discours contestataire, slogans, étude linguistique, stratégie discursive, dimension énonciative.

Abstract:

This article, based on a speech by the protest movement in support of Gaza (since October 2023), offers a linguistic-discursive study of the slogan. We examine this type of writing from the so-called protest city as a potentially linguistic phenomenon by going beyond the lexico-syntactic characteristics supposedly inherent to this mode of expression, already addressed in other scientific works. By focusing on approaches to discourse analysis and heuristic tools borrowed from pragmatics, we have highlighted the discursive dimensions of around sixty slogans pro-palestineas linguistic formulas and enunciative devices. The slogan in this regard is essentially characterized by particular linguistic choices and enunciative constants that this contribution aims to highlight.

Keywords: Protest speech, slogans, linguistic study, discursive strategy, enunciative dimension.

* Auteur correspondant : Imene MILOUDI

Langues & Cultures / © 2025 The Authors. Published by the University of Adrar, Algeria.

This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Introduction

Les contextes politiques actuels dans les espaces urbains offrent un terrain fertile pour l'analyse des formes de militantisme collectif. La linguistique, et plus particulièrement l'analyse de discours invitent à réfléchir dans de nombreux travaux scientifiques aux enjeux du discours contestataire en considérant le contexte, l'espace interactionnel, l'argumentation, mais aussi les modalités de transmission du contenu informationnel. Reboul, O(1975), Ducrot, O (1984), Orrechionni K (1999,2002), (Adam, 1997), Carvalho (1977), Maingueneau, D (2004, 2012, 2016, 2021), Charaudeau, P (2002,2005, 2006). En revanche, malgré les avancées théoriques, la recherche empirique basée sur l'analyse de corpus authentiques de discours protestataires reste limitée, nécessitant davantage d'approches exploratoires approfondies.

Cette étude vise donc, à combler cette lacune en explorant le slogan comme mode d'expression linguistique s'inscrivant dans ce qu'on appelle «interdiscours » (Maingueneau : 2014). Les manifestants dans les villes à travers des marches, des sit-in, revendiquent en portant des pancartes davantage de justice et moins d'actes tyranniques.

Depuis octobre 2023, des manifestations massives à travers le monde ont dénoncé les bombardements israéliens sur Gaza, brandissant des slogans tels que « Libérez la Palestine », « Stop au génocide », et « Free Palestine ». Ces slogans antisémites mettent en avant la liberté d'expression, visent également à revendiquer l'accès des Palestiniens à l'aide internationale.

Nous nous interrogeons donc à travers cette contribution sur le discours en action comme un dispositif énonciatif en analysant les aspects linguistiques et discursifs des slogans, ainsi que les stratégies communicatives et argumentatives qu'ils mettent en œuvre.

Inscrite dans une perspective théorique s'appuyant sur divers courants pragmatiques et à la lumière des approches de l'analyse du discours, cette recherche met l'accent sur les caractéristiques linguistico-discursives des slogans regroupant les formules emblématiques des manifestations Pro-Gaza.

Cette attention particulière portée aux dispositifs énonciatifs de ces slogans vise à mieux clarifier la dynamique de production/transmission de slogans contestataires produits dans ce contexte spécifique. En effet, la prise en compte du contexte extralinguistique lié aux conditions de production du discours, celui de la contestation dans notre cas de figure, semble inévitable pour l'explication des choix linguistiques des locuteurs.

Il convient d'abord, d'avancer les hypothèses suivantes. Nous supposons qu'il existe un « continuum sémique » dans les différents slogans ou ce qu'appelle D. Maingueneau « nœuds de cristallisation » dans le discours en question. Il s'agit d'identifier les occurrences du sème isotopant dans le corpus étudié, rappelant que l'isotopie sémantique repose sur la récurrence d'un même sème dans une suite linguistique.

Notre deuxième hypothèse porte sur la forme des phrases, des modes verbaux et le choix des formules. Nous mettrons en évidence leur rôle dans ces slogans.

La dernière hypothèse interroge les stratégies communicatives sous-jacentes à ces slogans et leur efficacité dans la transmission du message.

Toutes les réponses fournies à travers cette étude, nous permettraient de tirer au clair les enjeux épistémologiques les plus conséquents du phénomène.

1. Le discours contestataire à travers les slogans : Quelques éléments de conceptualisation

Loin d'appréhender la généalogie des rapports sociaux et les régimes, nous définissons le mouvement contestataire comme un ensemble d'actions portant une parole contestataire. Reboul,O (1984 :62) atteste que :

« Le discours contestataire le plus marqué de tous, ouvre la marche. Il se caractérise par un refus global des institutions. Son tort est de verser dans le nihilisme et le conservatisme par défaitisme »

Le discours revendicatif est communément décrit comme persuasif, incitatif, exhortatif, tant à l'écrit qu'à l'Oral, et marqué par des aspects esthétiques spécifiques (Charaudeau, 2015).

De ce point de vue, le discours contestataire véhiculé par ces mouvements est à la fois mobilisateur et dénonciateur. Il est aussi constructeur de signification.

En effet, les espaces publics urbains, lieux privilégiés de ces mouvements sociaux, jouent un rôle essentiel dans la mobilisation et l'élaboration de ces discours idéologiques. Ces mouvements partageant un objectif commun :- justice sociale, liberté, dignité, égalité, droits humains, amélioration des conditions sociales, démocratie- demeurent l'unique moyen pacifique d'expression et de revendication de souveraineté populaire.

A ce propos, il convient de mentionner que depuis 2010, nous assistons à plusieurs mouvements sociaux portés essentiellement par des citoyens exprimant leur colère envers les dirigeants de divers pays. Au Sénégal, en Tunisie, en Egypt., au Burkina, au Mali, en Algérie puis récemment depuis Octobre 2023 dans plusieurs villes européennes et arabes en soutien à Gaza, ces mouvements semblent transcender le mécontentement et proposent un changement de réalité sociale.

A travers ces actions collectives, nous le rappelons, nous analyserons les aspects linguistiques et discursifs du slogan en tant que mode d'action politique. Il s'agit d'une formule courte exprimant en règle générale un mode d'action, une appréciation ou un jugement d'ordre moral.

Le slogan peut revêtir sur le plan structurel plusieurs formes signifiées par un mot, un syntagme ou une phrase. Il est considéré par Reboul Olivier comme :

« Une formule concise et frappante, facilement repérable, polémique et le plus souvent anonyme, destiné à faire agir les masses tant par l'élément d'autojustification, passionnelle ou rationnelle, qu'elle comporte : comme le pouvoir d'incitation du slogan excède toujours son sens explicite, le terme est plus ou moins péjoratif » (1975 :42).

Le slogan, par sa forme et ses effets illocutoires, présente des similitudes avec le proverbe. Il se caractérise notamment par :

- Sa forme poétique typique liée à sa finalité, aux revendications portées par les manifestants qui doivent se servir de certaines stratégies afin d'attirer l'attention. La force du slogan est assurée ainsi par cette dimension esthétique qui le structure et unifie les citoyens autour d'une cause légitime. D'après Reboul O, 1975 :19) :
« Ce qui compte avant tout n'est pas son sens mais son impact »
- Une forme directe ou indirecte mais généralement assez explicite dans son message.
- Une visée contestataire ou publicitaire : les slogans peuvent s'inscrire dans la catégorie du discours contestataire, révolutionnaire ou politique.
- Une visée persuasive : L'objectif du slogan c'est d'agir sur le public car il puise sa force de persuasion dans la force énonciative, illocutoire.
- La concision : La brièveté des expressions choisies est une caractéristique essentielle.

2. Panorama des slogans récurrents dans le corpus d'étude

Notre corpus d'étude est constitué de signifiants linguistiques dits scripturaux ou écrits et moins de signifiants iconiques en raison de l'absence d'images et de photographies. Il s'agit d'une soixantaine de slogans recueillis lors des manifestations et marches organisées dans de nombreuses villes arabes, européennes et aux Etats unis, en soutien à la Palestine, plus précisément, entre 20 Octobre au 30 Janvier 2024. Le choix des slogans à traiter dépend étroitement de l'étude menée suivant les concepts opératoires de l'analyse de discours contestataire.

Ce corpus est principalement composé de 80% de slogans écrits provenant d'affiches individuelles portées par chaque manifestant et 20% de slogans figurant sur des banderoles collectives. Ceux-ci informent sur la situation désastreuse à Gaza, dénonçant les massacres israéliens et appellent à la libération de la ville. Ils visent à mobiliser l'opinion publique et à inciter au boycott des produits israéliens.

Les formules écrites ou chantées se présentent comme des énoncés frappants et percutants illustrées par des exemples tels que :

« *pas de paix sans décolonisation* »,
« *enfants de Gaza, enfants de Palestine*,
« *c'est l'humanité qu'on assassine* ».

Le slogan le plus controversé, entendu dans plusieurs villes européennes et américaines « *From the river to the sea, Palestine will be free* » (*du fleuve à la mer, la Palestine sera libre*). Cette formule suscite la polémique car elle fait référence au territoire s'étendant du Jourdain à la Méditerranée. Soit à peu près l'ensemble des territoires palestiniens et israéliens. Nous pouvons ainsi y voir une référence à la Palestine historique d'avant 1948, remettant implicitement en question l'existence de l'Etat d'Israël.

D'autres slogans récurrents ciblent directement Israël, les Etats Unis et la France accusés de complicité, comme par exemple :

Libérez, libérez la Palestine !
"Djeich, chaab m3ak ya Ghaza (Armée et peuple unis avec Gaza)
A bas l'occupant israélien
Laissez-nous partir combattre !
Gaza, stop aux massacres ! Stop à l'impunité.

Face aux représailles frappant Gaza depuis quelques mois, les manifestants réclament une intervention politique. Parmi les revendications qui émergent avec une fréquence considérable figure l'énoncé « *arrêtons la guerre à Gaza* » sous plusieurs formes en anglais, en français et en arabe. Cette principale revendication est exprimée dans de nombreuses villes européennes (Barcelone, Paris, Londres, Bosnie, Allemagne, etc) à travers une variété de formules telles que :

Arrêtons le génocide en Palestine.
Israël assassine, l'Europe parraine.
« De Paris à Gaza : solidarité »
Solidarité peuple à peuple.
Halte au génocide à Gaza.
Gaza silence, on tue. Palestine vaincra.
Une seule solution, il faut arrêter l'occupation.
Il suffit d'être humain pour défendre les droits des Palestiniens.
PALESTINE EXISTE.
Du fleuve à la mer , Palestine sera libre.
Freedom and justice for Palestine.
Dont kill our brothers in Gaza.
Gaza is Dying, your silence is killing innocents.
STOP THE MASSACRE.
STOP KILLING CHILDRENS
ISRAEL IS THE ILLIGITIMATE CHILD OF THE WEST
Bombing kids is not self defence.
You don't need to be muslim to pray for Gaza, you just need to be human.

*From Palestine to phillipinnes, stop the US War machine.
The world must stop Israel terroriste attacks.*

3. Fonctions linguistico-discursives des slogans

Les slogans étudiés s'inscrivent tous dans un contexte revendicatif où les éléments extralinguistiques influencent la dynamique discursive. Ainsi, l'analyse de l'ensemble des formules du corpus donnent à voir des choix linguistiques et des stratégies discursives spécifiques.

Du point de vue linguistique, la concision est de prime abord une caractéristique majeure observable tant au niveau syntaxique que lexical dans les slogans de contestation formant notre échantillon. Des exemples illustrent cette concision :

*Colonies, c'est fini.
Stop the genocid.
PALESTINE EXISTE.
STOP THE MASSACRE.
Palestine free.
Israel terrorist.*

L'utilisation des phrases brèves et concises dans les slogans permet de mettre l'accent sur les revendications majeures des protestataires en évitant les informations superflues qui pourraient nuire à la clarté du message. Cette concision vise à communiquer explicitement avec les dirigeants des grandes puissances mondiales, privilégiant le contenu informationnel.

Cette brièveté caractérisant formellement tout slogan, obtenue par l'élimination des mots-outils (prépositions, conjonctions, articles... etc.) au profit des mots pleins, rend le slogan facilement identifiable et particulièrement significatif, comme l'estime Reboul O (1975 : 49)

« Il n'est pas seulement une formule courte mais une formule toujours un peu trop courte pour ce qu'elle veut dire, et c'est là ce qui la rend efficace »

L'utilisation conjointe de l'anglais et de l'arabe a été fortement attesté dans les slogans analysés. Les manifestants dans les villes arabes visent à atteindre un public international et s'adressent notamment aux Etats Unis considérés comme complices. Des exemples tels que :

*« The world must stop Israel terroriste attacks.
STOP THE MASSACRE.
STOP KILLING CHILDRENS »* illustrent cette stratégie.

Dans ce même ordre d'idée, Bernard Barbeau affirme que le slogan est le résultat d'une simplification d'idées, de situations ou d'idéologies complexes (Bernard-Barbeau 2017). De plus, les phrases de ces modes de communications sont transcrites intégralement en majuscules :

STOP KILLING CHILDRENS,
STOP THE MASSACRE.
PALESTINE EXISTE

L'usage systématique des majuscules dans les exemples ci-dessus traduit une intonation forte. Cette stratégie énonciative montre que dans ce genre d'écrit, la position idéologique est prioritaire à l'esthétique de l'énoncé. Il est de même pour l'emploi de la phrase nominale attestée également dans plusieurs slogans comme :

Solidarité peuple à peuple.
Halte au génocide à Gaza.
De Paris à Gaza : solidarité.

L'utilisation de ce mode énonciatif n'est pas fortuite et possède une fonction persuasive comme le souligne Reboul O (2001 :67)« *il est évident que la manière de présenter les faits est déjà en soi, un argument* ».

Ce choix de structure nominale, de phrases à un seul mot ainsi qu'un bon nombre de constructions simples, facilement retenues par l'interlocuteur vise à la fois la communication et la persuasion. Tel est le but du slogan dénonciateur d'une situation, marquer l'esprit des interlocuteurs (Israël, les États-Unis et l'opinion publique) tant par le contenu que par la forme du discours. Cette caractéristique spécifique au slogan est accompagnée d'une instance de dialogue avec les interlocuteurs.

Il semble que ce dialogue avec le public cible influence en grande partie la dynamique argumentative. De ce fait, la diffusion des textes saisissants identiques à travers le monde vise à transmettre des revendications urgentes notamment régulées par le contexte : ouverture des frontières, arrêt des bombardements, cessation des hostilités, acheminement des aides humanitaires. Les protestataires des pays arabes en particulier n'hésiteront pas à désigner explicitement les responsables afin de les faire agir.

Du point de vue discursif, Les locuteurs formant notre échantillon s'expriment fréquemment à la forme impersonnelle comme dans :

Il suffit d'être humain pour défendre les droits des Palestiniens.
Une seule solution, il faut arrêter l'occupation.

Cette stratégie discursive crée l'illusion d'un message objectif, indépendant du point de vue de l'énonciateur, en effaçant les marques de sa présence. Certaines tournures syntaxiques, très représentées dans les slogans européens traduisent une mise à distance des énonciateurs, perçue comme une stratégie discursive au profit de la crédibilité de la cause défendue.

L'effacement du locuteur à travers les formules impersonnelles ou de distanciation contribue à une présentation plus objective du message.

L'analyse du corpus révèle une fréquence élevée de l'emploi de phrases impératives dans les trois langues en l'occurrence, le français, l'anglais et l'arabe dans tous les slogans. Elle l'est davantage dans les slogans des manifestants des villes arabes. La forme directe de l'impératif, avec des messages exhortatifs transmis à travers l'ordre véhicule des valeurs, et une vision potentiellement révolutionnaire. Des exemples incluent :

« Kollouna Gaza (Nous sommes tous Gaza)
Filastine qadiyati (La Palestine est ma cause)
Eltatbie Khiyana, alhyed khiyana. Elmokawama hak Char3i (
Stand with Palestine(soutenez la Palestine)
Dont kill our brothers in Gaza.
STOP THE MASSACRE.
STOP KILLING CHILDRENS
Unit for Palestine
Arrêtons le génocide en Palestine »

D'un point de vue pragmatique, l'impératif créant un effet perlocutoire, afin de créer le dialogue ou même l'illusion du dialogue. Cet emploi de « l'ordre » vise à attirer l'attention des interlocuteurs et les inciter à l'action. Ainsi, des syntagmes devenus aujourd'hui familiers comme : « *stop killing, stop massacre, libérez Palestine ou encore free Palestine,* » qui s'articulent autour d'une seule revendication, illustrent cette stratégie.

Il convient de souligner en dernier, le rôle crucial que joue l'utilisation des mots marqués d'une charge sémantique et émotionnelle dans le discours de mobilisation. Des vocables et expressions comme : *brothers, children, unit, Iam Palestine,* expriment l'empathie envers les enfants et le peuple palestinien. A l'inverse, des mots et expressions tels que : *Eltatbi3,(normalisation), massacre, génocide, terroriste attacks, crime, guerre* traduisent les sentiments de mépris et la haine envers les Israéliens, présentés comme criminels et terroristes.

Cet emploi lexical vise à provoquer une réaction émotionnelle chez l'interlocuteur, un effet perlocutoire afin d'influencer son opinion, comme l'explique Charaudeau (1995 : 08)

« Il s'agit de l'attitude qui consiste à toucher l'affecte de son interlocuteur, à provoquer chez lui un certain état émotionnel qui soit favorable à la visée d'influence du sujet parlant, bref, à le séduire, à le rendre captif »

Conclusion

En guise de conclusion, l'espace de contestation, notamment les manifestations en soutien à la cause palestinienne depuis Octobre 2023, influence significativement la production des slogans qui semblent jouer à leur tour un rôle important les épisodes de contestation.

Analyser la structure des slogans comme dispositifs énonciatifs, revient à aborder leurs agencements et formulations à travers les expressions langagières.

Nous avons pu amorcer à travers cette contribution le travail lexico-sémantique opéré par des activistes dans les marches anti-Israël, présentant un panorama des slogans les plus récurrents et leurs signification.

En dépit de leur caractère pacifique apparent, ces mouvements de mobilisation s'accompagnent comme nous l'avons précédemment montré d'un discours de dénonciation virulent. Les énoncés protestataires formant notre échantillon et reflétant un positionnement idéologique au détriment d'une dimension esthétique semblent ainsi partager deux caractéristiques : l'une est discursive et l'autre est linguistique.

Sur le plan du discours, des constantes énonciatives dominent les slogans étudiés. Sur le plan linguistique, ces messages de dénonciation sont caractérisés par des « choix linguistiques spécifiques » que cette contribution s'est proposé de mettre en évidence. Ces productions langagière authentiques, constituent une véritable passerelle entre le manifestant en tant qu'énonciateurs et les responsables politiques.

C'est ainsi que nous avons démontré par le biais de cette classification linguistico-discursive des slogans comment ces choix linguistiques en tant que dispositifs énonciatifs reconstruisent une réalité sociopolitique contestataire. Cela facilitera indéniablement la compréhension ces formules et ouvrira des perspectives pour en étudier d'autres.

Références bibliographiques

- ADAM Jean-Michel et BONHOMME Marc, (1997), *L'Argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Paris, Nathan Université.
- AUSTIN John Langshaw, (1971), *Quand dire c'est faire*, Paris, Armand Colin.
- CHARAUDEAU Patrick et MAINGUENEAU Dominique, (2002), *Dictionnaire d'Analyse du Discours*, Paris, Seuil.
- CHARAUDEAU Patrick, (2011), *Les médias et l'information*,. Bruxelles, De Boeck.
- DUCROT Oswald, (1984), *Le Dire et le dit*, Paris, Minuit.
- LEVESQUE Mathilde, (2017), *Figures stylées – Les figures de style revisitées par les élèves et expliquées par leur prof*, Éditions First.
- MAINGUENEAU Dominique, (1987), *Nouvelles tendances en analyse du discours*, Paris, Hachette.
- MAINGUENEAU Dominique, (2012), *Les phrases sans texte*, Paris, Armand Colin.
- MAINGUENEAU Dominique, (2004), *Le discours littéraire paratopie et scène d'énonciation*, Paris, Armand Colin.
- MAINGUENEAU Dominique, (2014), *Discours et analyse du discours. Introduction*, Paris, Armand Colin.
- MAINGUENEAU Dominique, (2016), *Analyser les textes de communication*, Paris, Armand Colin.
- ORECCHIONI Catherine Kerbrat, (1980), *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*, Paris, Colin.
- REBOUL Olivier , (1984), *Le langage de l'éducation*, PUF. pp 119.
- VAN Tuan Nguyen, (2017) «Analyses linguistiques du slogan publicitaire automobile. Linguistique ». in, ffdumas-015907 (n°64), pp 15.