PP-405-423
P-ISSN : 2716-8093 E-ISSN : 2716-8212

De l'humour des mèmes aux rouages de la rhétorique : Analyse sémiolinguistique des discours extrémistes sur les réseaux sociaux

From the humor of memes to the workings of rhetoric: Semiolinguistic analysis of extremist discourse on social networks

Hanya MOKHTARI
Abdelhamid Ibn Badis / ALGÉRIE
hanya.mokhtari@univ-mosta.dz

Hind BELKACEM
Abdelhamid Ibn Badis / ALGÉRIE
hind.belkacem@univ-mosta.dz

Reçu: 23/03/2025, **Accepté:** 18/08/2025, **Publié:** 25/12/2025

Résumé :
Les mèmes constituent l'une des manifestations contemporaines de la communication. Par leur fonctionnement, ils s'emparent de l'humour pour développer des discours traduisant des aspects socio-culturels de la vie humaine. Ils sont des productions signifiantes dans la mesure où ils permettent d'exprimer, par le biais des images et des textes, des émotions et des opinions mais aussi de critiquer des situations déplorables ou des décisions inadmissibles. Dans cet article, nous nous intéresserons aux mèmes qui abordent des sujets extrémistes. Notre problématique consiste à déceler la nature de l'humour déployé dans les mèmes en tant que stratégie rhétorique visant à toucher le grand public. Pour ce faire, nous nous baserons sur une analyse sémiolinguistique de quatre mèmes collectés à partir du réseau social « Facebook ». L'objectif de cette analyse serait d'apporter un regard renouvelé sur les représentations symboliques véhiculées dans les discours extrémistes à travers les figures rhétoriques à effet humoristique.
Mots- clés : Humour – rhétorique - discours extrémistes - analyse sémiolinguistique – stéréotypes

Abstract:
Memes are one of the contemporary manifestations of communication. Through their functioning, theu use humor to develop messages that reflect socio-cultural aspects of human life. They are meaningful productions as they allow the expression of emotions and opinions through images and text, while also serving as a means to criticize deplorable situations or unacceptable decisions. This article focuses on memes that adress extremist topics. Our research question aims to identify the nature of the humor used in memes as a rhetorical strategy to engage the audience. To achieve this, we will conduct a semiolinguistic analysis of four memes collected from the social network « Facebook ». The objective of this analysis is to provide a renewed perspective on the symbolic representations conveyed in extremist discourse through rhetorical figures with humorous effects.
Keywords: Humour – rhetoric - extremist discourse - semiolinguistic analysis - stereotypes

*** Auteur correspondant : Hanya MOKHTARI**
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

Nombreuses sont les théories qui ont tenté de comprendre «l'immigration», d'énumérer ses causes ou de mesurer son impact tant sur les «immigrés» que sur les pays accueillants.

Ce phénomène, l'un des plus anciens en France, déclenche plusieurs réactions, particulièrement de la part de l'extrême droite qui craint, selon Rea, «*une invasion démographique*» désignée sous l'expression de «*théorie du grand remplacement*» (2021 : 88). L'attention particulière attribuée à ce sujet a été le plus souvent alimentée par des discours idéologiques dominants dans ce pays.

Actuellement, plusieurs discours ont été produits remettant en cause les mécanismes d'intégration des immigrés en France. Ces discours étaient finalement influencés et incités par les modifications politiques quant à la situation des immigrés sur le territoire français lors des dernières élections législatives françaises de 2024, qui s'étendent du 30 juin au 7 juillet 2024. Ceci implique également les discours produits en ligne du fait que «*les médias sociaux apparaissent comme des territoires propices à* […] *l'expression publique*» (Yahiaoui et Medane, 2023 : 1). La multiplication des productions en ligne ouvre la voie à diverses tentatives d'interprétations.

Notons que ce qu'il y a d'attrayant dans ces productions, c'est en effet le recours permanent à l'humour dans la transmission des discours perçus comme extrémistes. Sous les parois de la rhétorique, l'humour allie alors le texte au dessin amenant le récepteur du message transmis à réfléchir sur une situation humaine ou sociale.

Attirant les esprits des internautes par leurs légèreté de compréhension et d'appréhension, ces discours extrémistes se mêlent à des figures iconiques pour constituer ce que Dawkins (1976) appelle des «mèmes». Ces productions humoristiques, suscitant le rire, traduisent certains aspects de la réalité avec drôlerie et moquerie.

Ainsi, dans cette présente étude, nous tenterons de déceler les figures rhétoriques servant à produire un effet humoristique dans les discours extrémistes produits en ligne pendant la période des élections législatives françaises de 2024. Ce repérage nous permettra de cerner le type de l'humour régissant ces productions numériques.

L'étude des discours extrémistes sera abordée à la lumière d'une analyse sémiolinguistique des mèmes produits sur Facebook. Cette analyse visera à dévoiler les mécanismes de persuasion et de manipulation sous-jacents à ces mèmes.

Notre travail s'articulera autour de trois grandes parties subdivisées sur sept points. Nous commencerons par quelques éclairages définitionnels sur les notions théoriques relatives à notre étude. Nous présenterons par la suite notre méthodologie de travail. Nous enchainerons avec une analyse sémiolinguistique des mèmes. Enfin, nous tâcherons de présenter les résultats obtenus en les discutant avant de passer à la conclusion.

1. Les discours extrémistes à l'ère du numérique

Avant de commencer, il est important de souligner que de multiples recherches sur l'extrémisme et sur la radicalisation se sont intéressées à la question du rôle que pourraient jouer Internet et les sphères numériques dans l'émergence, l'amplification et la diffusion des discours extrémistes. Il ne s'agit pas ici de faire un état de lieux des recherches qui abordent

cette question, mais de préciser qu'elle fait l'objet d'une attention particulièrement croissante ces dernières années.

La tradition veut que toute réflexion commence en évoquant l'étymologie des mots qu'elle implique. En ce qui concerne les discours extrémistes, nous proposerons une brève définition des termes «extrémisme» et «pensée extrémiste», qui se placent au centre de son orbite lexicale. L'extrémiste est selon le dictionnaire Larousse : «*un comportement politique consistant à défendre les positions les plus radicales*» (2005 : 570). Ce phénomène est une forme de comportement exagéré qui utilise des moyens extrêmes en vue de défendre des idées «extrêmes». Cette manière de pensée «dogmatique» rejette toute sorte d'idées contraires et, par le biais de méthodes multiples, ses adhérents affichent la volonté d'imposer leurs idées.

Avoir une pensée extrémiste traduit donc la capacité d'une personne à sacrifier tout ce qu'elle possède au nom d'une idée. A ce propos, Gérald Bronner affirme que «*certains individus adhèrent si inconditionnellement à un système mental qu'ils lui subordonnent tout le reste*» (2016 : 14).

Radicalisation, terrorisme, islamisme, violence, etc., sont les notions connexes liées au terme «extrémisme». Loin de constituer des débris d'un passé révolu, ces notions caractérisent au mieux notre contemporanéité. L'Histoire l'atteste : ces phénomènes ont existé depuis très longtemps dans le monde entier. Aujourd'hui encore, nous assistons à une évolution constante des pensées extrémistes. En effet, avec l'avènement des plateformes numériques**,** ces idées bénéficient d'un nouvel espace où elles peuvent être facilement partagées par le truchement des discours. Internet et les réseaux sociaux [1]sont pour les discours extrémistes un terrain fertile permettant leur diffusion et leur propagation.

L'usage des nouvelles technologies de communication a donné accès à des possibilités d'interactions diverses entre les internautes, observables à partir de leurs discours en ligne, tels que les groupes, les pages, les commentaires, etc.

Parler d'un discours extrémiste en ligne, c'est admettre qu'il existe des groupes extrémistes qui tendent à engager et à perpétrer leurs idées extrémistes via internet. Ce «*nouveau corpus*» [2](Pierozak, 2005 : 1) prend de l'élan dans le monde virtuel qui est devenu non seulement un espace de parole (privé ou public) où les internautes s'expriment librement et sans limite, mais il permet aussi à leurs discours extrémiste d'être visibles et virales pour tous, du fait qu'ils soient soumis à des possibilité de partage, d'investigation[3] et d'imprévisibilité[4] et peuvent de ce fait, faire l'objet d'une redocumentation[5].

Les discours extrémistes en ligne offrent une multitude de «*phénomènes remarquables*» (Pierozak, 2007 : 3) qui pourraient être considérés comme des «*cristallisateurs* […] *de* [

[1] Ils sont définis comme des services d'Internet qui « fondent […] l'interactivité [des utilisateurs] essentiellement sur l'opportunité de retrouver [des] « amis » et d'interagir avec eux par le biais de profils, listes de contacts et applications à travers une grande variété d'activité » (Stenger et Coutant, 2011 :11-13).

[2] Faisant référence aux discours numériques.

[3] Les discours numériques sont investigables, c'est-à-dire trouvables et collectables pour d'éventuelles mentions, utilisations, remises en jeu, etc. (Paveau, 2017 :28)

[4] L'imprévisibilité résulte de l'impossibilité pour l'énonciateur-écrilecteur de prévoir la forme, la circulation voire le contenu de ses productions langagières en ligne. (Paveau, 2017 : 223)

[5] La redocumentation peut se définir comme « la reprise, au sein d'un nouveau document, du contenu des traces générées de façon automatique à la suite de l'interaction de l'utilisateur avec le système informatique » (Yahiaoui et al., 2007 :198)

stéréotypes]» (ibid : 8). Ils sont produits et partagés sous diverses formes : messages instantanés, commentaires, mèmes, etc.

Dans notre présente étude, nous nous intéresserons aux mèmes, comme moyen spécifique de diffusion des idées extrémistes.

2. Les mèmes : un vecteur de diffusion des idéologies extrémistes

Richard Dawkins est considéré comme le premier à avoir introduit le terme «mème» dans son ouvrage «*The Selfish Gene*» en 1976.

Un mème est considéré comme une «*production postdigitale*» (Wagener, 2022 : 48) qui se caractérise par une créativité combinant à la fois des textes et des images à caractère humoristique ou satirique. D'ailleurs, il est défini par François Jost comme «*une image ou une séquence d'images fixes ou animées résultant de la création ou de la transformation d'une image ou d'une suite d'images antérieures mise en circulation sur internet*» (2022 : 25). Les élections présidentielles, les maladies contemporaines, les publicités, les interviews, etc., constituent pour les créateurs des mèmes des «*moments discursifs*» (Wagener, 2022 : 48) importants puisqu'il s'agit, pour eux, de sources d'inspiration. A travers les mèmes, sont exprimés des états d'âmes, des émotions, des critiques et des opinions afin de représenter au mieux notre réalité : cultures, questions existentielles, vie quotidienne, etc.

Tantôt un signe «*grapho-textuel*», tantôt un signe «*vidéo-textuel*» (ibid : 51), cette variété des formes des mèmes répond à un double l'objectif ; celui de circuler et d'être partagés au milieu de différents univers, et celui de pouvoir détourner des messages haineux et extrémistes. Par le biais de l'humour et de la satire, «*les pensées extrémistes*» sont simplifiées ce qui facilite leur propagation et leur diffusion. Les symboles et les références culturelles y sont employés afin de dissimuler des messages violents, xénophobes et racistes. Les internautes exposés à ce genre de contenu, renfermant et renforçant des idéologies radicales, sont susceptibles de réagir par des likes, des commentaires ou des partages, ce qui permet un autre gain en visibilité auprès d'un public plus large.

3. L'humour, emblème de la rhétorique dans les discours extrémistes

Utiliser un mème dans le but de présenter, pertinemment, les «idées extrémistes» et favoriser leur acceptation par le public relève de la rhétorique ou de ce que Reboul appelle «*l'art de persuader par le discours*» (2001 : 04). Ainsi définie, la rhétorique, comme tout «art» suggère qu'elle est non seulement esthétique mais qu'elle s'appuie aussi sur une technique. Autrement dit, elle fait appel à des figures, des procédés et des outils pour «*influencer les individus, infléchir leurs pensées, orienter leurs comportements*» (Viktorovitch, 2021 : 15).

Présenter la rhétorique de cette manière sous-entend qu'elle est une forme de «manipulation». Selon Viktorovitch, la manipulation c'est «*l'art d'influencer les individus en contournant, altérant ou neutralisant leurs facultés critiques*» (ibid : 42). Nous comprenons que pour manipuler une personne, un ensemble de procédés est utilisé en vue d'agir sur ses croyances, ses opinions et ses attitudes et ce, sans qu'elle s'en rende compte.

Il convient de préciser que nous entendons par «procédés» un ensemble de moyens exploités dans un discours (qu'il soit oral ou écrit) afin d'amener des individus à adhérer aux

idées proposées. L'un des procédés sur lequel d'adosse la rhétorique, et celui auquel nous nous intéressons dans cette étude est l'humour. En tant que figure contextuelle, l'humour se place selon Jean-Marc Moura dans «*la constellation des termes et des notions liés au comique*» (2010 : 11). Ce que nous pouvons retenir de cette définition, c'est que l'humour se rapporte à tout ce qui est produit en vue d'amuser le destinataire. Or, dans son processus de manipulation et d'influence, la rhétorique se sert de l'humour comme arme pour atténuer le caractère fortement «stéréotypé» des discours.

A la lumière de ce qui précède, il est bel et bien clair que l'humour tel que nous l'avons présenté constitue un outil stratégique de manipulation, de persuasion et d'influence caractérisant les discours extrémistes dans les mèmes. Doté d'une capacité à capter l'attention du destinataire, l'humour quand il est utilisé dans les discours extrémistes ne passe pas inaperçu. Grâce à cet usage qui est fait de l'humour, les créateurs des mèmes parviennent aisément à inculquer dans l'esprit des internautes des idées extrémistes et à les pousser à y adhérer.

4. Méthodologie : constitution et analyse du corpus

Dans notre étude, nous prenons appui sur un corpus comportant des mèmes publiés dans un groupe[6] Facebook nommé «Résistance contre l'islamisme, l'immigration et l'insécurité». Dans ce groupe, rassemblant environ 2100[7] abonnés (2.1k), sont produits et partagés sous diverses formes des discours extrémistes. Ce qui est pertinemment remarquable, c'est le recours systématique et incessant aux mèmes qui mobilisent l'humour comme outil central dans la transmission et la diffusion de ces discours extrémistes.

Pour constituer notre corpus, nous avons collecté de manière aléatoire quatre (04) mèmes, publiés avant, durant et après les élections législatives françaises de 2024, sur une période qui s'étend du 04 juin au 10 juillet 2024.

L'analyse de ce corpus nous permettra d'examiner les différentes formes d'humour telles qu'elles ont été développées par Charaudeau (2006) et de retrouver les différentes figures rhétoriques à travers lesquelles est produit l'effet humoristique dans les discours extrémistes en ligne.

Selon Charaudeau, les discours humoristiques peuvent être classés en deux catégories distinctes. La première catégorie regroupe les discours qui affichent l'humour par «*le jeu énonciatif*» (2006 : 27). Par ce terme, il désigne un processus dans lequel le récepteur du discours est amené à dépasser le «dit» pour accéder à un ou plusieurs niveaux de sens implicites, situés au-delà de la simple signification linguistique, et qui relèvent de l'intention du locuteur. Cette catégorie inclut l'ironie, la raillerie, le sarcasme et la parodie.

La seconde catégorie rassemble les discours qui présentent l'humour par «*le jeu sémantique*» (ibid : 32). Cela veut dire que l'humour fait usage de la polysémie des mots qui suggèrent plusieurs niveaux de lecture dans le discours. L'humour par le jeu sémantique rassemble les trois catégories suivantes : l'insolite, la loufoquerie et le paradoxe.

[6] Lien vers ce groupe : https://www.facebook.com/groups/388652467842616 , consulté le 19.02.2025.
[7] Nombre d'abonnés noté le 19.02.2025.

Etant donné que notre objectif est de réaliser une analyse sémiolinguistique des mèmes extrémistes, nous nous sommes basées sur les trois niveaux d'analyse proposés par Roland Barthes (1964) dans sa *Rhétorique de l'image*. Ainsi, une étude du «*message linguistique, de l'image dénotée et de l'image connotée*» (Barthes, 1964 : 43) sera effectuée. Cependant, avant d'aborder l'analyse à proprement dite, nous avons jugé convenable de commencer par une description détaillée des mèmes. Pour passer du sens dénoté (premier niveau de signification) au sens connoté (niveau interprétatif) du message en le reliant à son contexte de production, nous nous sommes intéressées aux différents types de signes présents dans les mèmes : Nous distinguons trois catégories de signes :

- **Les signes linguistiques**, qui correspondent à l'ensemble des mots et expressions composant le message verbal.
- **Les signes iconiques**, qui entretiennent une relation d'analogie avec la réalité et reposent sur des images reconnaissables.
- **Les signes plastiques**, qui concernent les éléments visuels tels que les couleurs, les formes, les text**u**res, et qui contribuent à la matérialité de l'image et à son effet esthétique.

5. Étude sémiolinguistique des mèmes extrémistes



Mème 1 – « C'est beau l'AMOUR !!! »[8]

Ce mème est constitué de deux parties distinctes: Dans la première partie, il y a un texte écrit en blanc sur un fond noir «C'est beau l'AMOUR», avec une mise en relief du mot «AMOUR» qui se distingue par ses lettres en capitales. Le texte se termine par trois points d'exclamation et un smiley (emoji) souriant, représentant un visage rieur et une bouche bien béante avec une dentition généreuse.

La seconde partie illustre le portrait d'une femme voilée, de la tête à la poitrine, embrassant un porc sur la bouche. Ce foisonnement entre le message textuel, le message iconique ou le message graphique relève de ce que Wagener appelle «*Le pragmadesign*» (2022 : 66). L'arrière-plan défocalisé par un effet de flou crée un contraste avec la scène au premier plan. En photographie, le flou revêt une grande importance visuelle. En effet, il permet une mise au point sur le portrait qui se trouve au centre géométrique de l'image et qui envahit le

[8] Date de publication : le 03 juillet 2024.

champ de vision du destinataire, tout en faisant oublier les détails de l'arrière-plan. Le but serait, par ce positionnement, de décontextualiser l'image afin d'octroyer au portrait toute l'attention requise. La femme a les yeux fermés et porte un foulard rose, assorti à la couleur du porc. Il convient de noter que le port du foulard est un élément symbolique dans de nombreuses cultures musulmanes.

Le choix de la couleur du foulard de la femme n'est pas anodin. En effet, comme l'explique Pastoureau et Simonnet (2005 : 7), «*les couleurs ont une histoire*» : ce qui signifie qu'elles ont des significations culturelles et sociales qui impactent nos actions et notre perception du monde. Le rose, d'après Masson et Caudal (2022 : 99) , symbolise la fragilité et la tendresse. Il est souvent associé à l'image de la femme et à sa pudeur.

Cependant, le porc incarne, paradoxalement, l'impureté. Au Moyen âge, il «*fut particulièrement destiné à représenter le démon de la gourmandise, de la volupté et des plaisirs immondes*» (Alfred Maury, 2005 : 39). Il est la figure emblématique du diable et c'est ainsi que des expressions comme «il mange comme un porc» ou «il grogne comme un porc», ont surgit au sein des croyances populaires, pour désigner, d'une part, les personnes dont le comportement suscite un dégoût, et d'autre part, les esprits tentateurs.

Le texte «c'est beau l'AMOUR» traduit un sentiment d'affection et de tendresse. L'expression de ce sentiment est illustrée ici de manière ironique par le portrait qui rapproche la femme voilée et l'animal dans un cadre se voulant romantique. Le terme «AMOUR» n'est pas utilisé dans son sens littéral, mais dans un sens figuré à connotation sarcastique. Les lettres capitales lui octroient une visibilité à part entière dans le texte. Cette mise en exergue, qui normalement renforce la charge sémantique de ce mot, écrase la représentation symbolique du sentiment qu'il implique.

Le sarcasme se manifeste par des moyens iconiques (le portrait et le smiley), linguistiques (C'est beau l'AMOUR) et plastiques (la couleur rose du foulard). Il est renforcé par l'insertion des trois points d'exclamation qui servent à marquer un changement brutal de la voix ou du ton : «*on le* [le point d'exclamation] *place à la fin d'une phrase à laquelle on veut donner une force inhabituelle*», confirme Jacques Drillon (1991 : 351). Un seul point d'exclamation aurait suffi pour signaler cette saute d'intonation. Mais, le triple emploi de ce signe de ponctuation accentue l'expression sous-jacente de l'ironie. Ajouté à cela, le smiley qui transforme, en une situation humoristique, le message violent que transmet cette image. En effet, le mème «*doit être considéré comme un système complexe et modifiable de signes, d'éléments langagiers et d'indices contextuels tous interdépendants*» (Wagener, 2022 : 98)

De ce choix codique, ressort une représentation figurative visant à déshumaniser la femme, lui ôtant sa dignité en tant qu'être humain. Au moyen du sarcasme, le créateur de ce mème transmet un message moqueur, dévalorisant et radicalement raciste à l'encontre des femmes musulmanes, et, par extension, à l'égard de tous les musulmans du monde.



Mème 2- « Mettez-vous tous à genoux devant votre guide suprême et adorez moi Signer : le grand moufti Molachon »[9]

Ce mème contient le portrait de Jean-Luc Mélenchon, candidat aux élections législatives françaises de 2024, accompagné d'un texte : «Mettez-vous à genoux devant votre guide suprême et adorez moi. Signer : le grand moufti Molachon». L'arrière-plan de ce portrait présente un mur de pierre ancienne. Ce décor n'est pas choisi au hasard : il pourrait symboliser une rupture avec la modernité, voire une vision d'un retour à une époque préhistorique, associée ici à une certaine vision stéréotypée de la religion.

Le texte invite les électeurs à adopter une attitude religieuse d' «adoration» et de «soumission» face à Jean-Luc Mélenchon. Le créateur de ce mème voudrait créer chez le destinataire, à travers une antithèse sous-entendue (rapprochant le sens des deux termes opposés : soumission dans la proposition «mettez-vous à genoux» et insoumission dans le nom du parti politique présidé par Jean-Luc Mélenchon «La France insoumise»), un effet de contraste en se moquant de ce leader de la *France insoumise* qui prône la lutte contre l'islamophobie. L'usage de cette opposition vise à déstabiliser l'image politique du candidat et à critiquer implicitement ses prises de position sur des thèmes sensibles comme la laïcité et l'intégration des communautés musulmanes en France.

Nous remarquons la présence du mot «Molachon» : un néologisme parodique obtenu à partir de l'arabe « مولى : Mola», désignant une personne qui exerce une domination, et du nom français Mélenchon que l'on retrouve à la fin de la lexie «-chon». Ce jeu linguistique reflète un mélange d'évocations culturelles, religieuses et politiques, renforçant le caractère sarcastique du message.

Le qualifiant de «guide suprême», le créateur de ce mème fait référence à la constitution iranienne qui, en 1979, désigne cette fonction comme la plus haute autorité politique et religieuse de l'Etat. Le portrait de Jean-Luc Mélenchon avec une barbe, portant des lunettes et un turban[10] : «un couvre-chef porté par les hommes symbolisant la culture musulmane», rappelle le portrait de Ali Khamenei[11], le guide suprême de la république iranienne en 1989. Cette analogie est aussi marquée par l'emploi du mot «mufti», caractérisant cet Ayatollah d'Iran qui est à l'origine de la fatwa de mort lancée contre le romancier Selmane Rushdie, après la parution de son ouvrage «les versets sataniques». L'association visuelle et sémantique entre Mélenchon et Khamenei sert donc à brouiller la frontière entre satire et insinuation, suggérant une assimilation forcée des engagements de Mélenchon avec une posture autoritaire et religieuse.

[9] Date de publication : le 08 juillet 2024

[10] عمامة en arabe. Translittération[10] : 'âmâmâ.

[11] Voir annexe.

Dans ce mème, il est donc question de dépeindre, par la parodie, le monde musulman comme une régression et l'islam comme une soumission. D'une certaine manière, les musulmans sont considérés comme une sorte d'esclaves sans volonté propre. Cette vision caricaturale contribue à alimenter des préjugés islamophobes en renforçant des représentations biaisées et stéréotypées. Le créateur de ce mème met en relation l'islam et le terrorisme suggérant que cette religion est radicalement violente.

Présenter le portrait de Jean-Luc Mélenchon de manière à le rapprocher de celui d'Ali khamenei témoigne de la volonté du créateur de ce mème de se moquer de lui et de le ridiculiser. Cependant, cette critique parodique, loin d'être neutre, relève d'une stratégie rhétorique visant à dénigrer les positions politiques de Mélenchon tout en renforçant un discours anti-musulman dans le cadre d'un débat politique polarisé. C'est ainsi qu'il semble lui reprocher, ainsi qu'aux adeptes de son parti, leur volonté d'imposer l'islam dans la société française.



Mème 3-« Pour valider votre achat sur internet, sélectionnez toutes les cases montrant des couvercles de pots de confiture »[12]

Mème inspiré d'un test CAPTCHA, acronyme de l'anglais «Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart», qui signifie en français : test de Turing public entièrement automatisé pour distinguer les ordinateurs des humains. Ce test permet de vérifier si l'internaute qui tente d'accéder à un compte est bel et bien un humain afin de le protéger de toute tentative de piratage de la part des bots automatisés.

Comme pour le CAPTCHA, ce mème est constitué de deux parties : une zone de texte écrit en blanc sur un fond bleu «Pour valider votre achat sur internet, sélectionnez toutes les cases montrant des couvercles de pots de confiture» et une autre contenant douze images.

Il serait utile de rappeler que le bleu est une couleur froide souvent associée au calme, à la confiance et au sérieux. Par le choix de cette couleur, le créateur du mème cherche probablement à renforcer un sentiment de fiabilité et à imiter fidèlement l'esthétique des CAPTCHA authentiques. Cette tentative de mimétisme rend la satire plus percutante, car elle exploite des codes visuels reconnaissables par les internautes.

En revanche, l'intention satirique et moqueuse transparaît clairement dans la seconde partie. A propos de l'image, Marc Bonhomme affirme que le sens «*naît de ses formants figuratifs*»

[12] Date de publication : le 10 juillet 2024.

(1994 : 386). Dans les images exposées dans cette partie, sont présentées, d'une part, des pots de confiture couverts d'un tissu rouge et blanc à carreaux rappelant la nappe Vichy[13]. D'autre part, des portraits qui cadrent quelques hommes dans leur partie supérieure, au niveau de la poitrine. Ce plan rapproché poitrine met l'accent sur ce que portent ces hommes sur la tête, à savoir un châle en rouge et blanc à carreaux. Cet élément, emblème du Moyen-Orient, symbolise à la fois une appartenance culturelle, une identité arabe forte, et un héritage profondément enraciné. Ses couleurs sont également porteuses de sens. La couleur rouge évoque le courage et le sacrifice ; tandis que le blanc symbolise la paix et la pureté.

L'expression «couvercles de pots de confiture», écrite dans la première partie, désigne ironiquement les hommes arabes et non pas les pots de confiture réellement présentés dans le CAPTCHA. Il est vrai qu'au moyen de l'analogie, le créateur de ce mème les rapproche à travers ce point commun qui est le tissu à carreaux rouges et blancs. Or, ce rapprochement absurde (pots de confiture et portraits d'hommes) crée une dissonance qui accentue l'effet comique, tout en véhiculant des stéréotypes. À cet égard, il est fréquent que de tels dispositifs recourent à des stéréotypes, «*définis comme des idées préconçues ou des représentations simplifiées associées à un groupe ou une situation, qui se traduisent ici par des représentations imagées résonnant profondément avec l'imaginaire collectif, touchant ainsi un large public*», comme le souligne Belkacem (2024 : 154). Cette utilisation des stéréotypes permet non seulement d'attirer l'attention mais aussi d'influencer les perceptions sociales en ancrant des images et des idées fausses dans l'esprit des spectateurs.

Le créateur de ce mème rabaisse l'image des hommes arabes en jouant sur des symboles culturels et religieux. En effet, la confiture est considérée comme un produit délicat, associé à la douceur et, par extension, à une qualité souvent attribuée aux femmes. En figurant les hommes arabes sous ce symbole, le créateur du mème cherche à souligner une incompatibilité perçue entre cette douceur féminine et l'image traditionnelle de la virilité selon les normes de l'islam.

Enfin, ce mème reflète un discours latent de dénigrement, en assimilant des traits culturels et vestimentaires spécifiques à des stéréotypes réducteurs et moqueurs**.** Entachée de péjoration, cette représentation humoristique vise à ridiculiser à la fois l'apparence et les valeurs symboliques des hommes arabes, tout en s'inscrivant dans un contexte plus large de tensions identitaires et culturelles majoritaires au Moyen-Orient.



[13] Ce terme est relatif à la ville française Vichy d'où le tissu est originaire. En gastronomie, cette nappe caractérise les restaurants qui proposent des plats français traditionnels.

Mème 4-« Je vous présente Cerise de GroupeHamas. »[14]

Le dernier mème que nous nous apprêtons à analyser est composé de deux parties. Dans la première partie, nous retrouvons le texte écrit en noir sur un fond blanc «Je vous présente Cerise de GroupeHamas». Tandis que la seconde partie illustre le portrait de Rima Hassen, députée européenne ayant fortement marquée la campagne électorale française de 2024 grâce à ses positions en faveur de la Palestine. Au centre de ce portrait, elle apparait le bras levé en l'air avec large sourire et portant un Keffieh[15] palestinien à carreaux noir et blanc, emblème de la lutte, de la contestation, de la résistance et de l'identité.

L'arrière-plan de cette image présente un moment de mobilisation collective où plusieurs personnes sont rassemblées dans une manifestation. Tenant à la main des téléphones au lieu des pancartes, les manifestants semblent prendre des photos de Rima Hassen se prenant pour une vedette. C'est cette interaction entre le texte et l'image qui renvoie à ce que Barthes (1964) qualifie de «*fonction connotative*» du message visuel, où l'image ne se contente pas de montrer mais invite à une interprétation symbolique. Le Keffieh devient ici un «signe idéologique» mobilisé dans le cadre d'une critique politique. Cette dualité entre texte et image instaure une dynamique narrative, où les mots et le visuel collaborent pour produire un sens complexe et chargé idéologiquement.

De même, la charge sarcastique de l'expression «Cerise de GroupeHamas» présente «*l'enjeu de crédibilité*» (Charaudeau, 2010 : 4) comme une stratégie basée sur le jeu verbal, renforçant l'impact polémique du mème.

Nous remarquons d'emblée que la première lettre du mot «Cerise» est écrite en majuscule. Il s'agit donc d'un nom propre que le créateur de ce mème a employé pour désigner Rima Hassen. Le mot «cerise» relie l'univers gastronomique au domaine sémantique politique dans le but de dénoncer le parti politique «La France Insoumise», et tous ceux qui se sont rangés à sa position lors des récentes campagnes électorales.

Le jeu de mots «Cerise» fonctionne comme un mécanisme de double lectures, fusionnant l'univers familier et inoffensif de la gastronomie avec un registre politique controversé. Il transforme ainsi un élément culturellement positif en un outil suscitant l'ironie ou le rejet.

Le choix de ce mot n'est pas anodin. En effet, il est employé de manière ironique pour traduire la situation chaotique de la France qui craint l'accès de l'extrême droite au pouvoir avant le dernier scrutin. Ce mot découle de l'expression idiomatique française «la cerise sur le gâteau» définie comme «*le petit détail qui parachève, couronne une* [situation]», (Kogout, 2014 : 33). Cependant, dans ce contexte, le sens habituellement positif de l'expression est détourné pour devenir un élément de critique acerbe.

D'une simple militante inconnue par les Français à une responsable politique ayant fait entendre la voix de la cause palestinienne au Parlement européen, le créateur de ce mème lui reproche de légitimiser les actions menées par Hamas[16]. Il souligne, au moyen de l'humour

[14] Date de publication : le 04 juin 2024.

[15] De l'arabe : كوفية ((kūfiyya)), est une écharpe traditionnellement portée en Irak, en Syrie, en Palestine, en Jordanie, dans les pays du golfe persique, dans le sud tunisien.

[16] Mouvement politique et armé, islamiste et national palestinien.

insolite, manifesté à travers ce que Patrick Charaudeau (2006) appelle le «*tran-sens*» entre le gastronomique et le politique, la primauté des affaires intérieures de l'Etat français sur les affaires extérieures. Ce procédé humoristique, tout en étant accessible, amplifie le message critique en attirant l'attention sur l'incongruité de la situation. Il affirme que les Français ne peuvent pas accepter une France à deux Etats et marque une attitude négative envers les réfugiés étant donné que Rima Hassen est une réfugiée palestinienne. Ainsi, ce mème illustre les tensions idéologiques et identitaires qui traversent la société française, en s'appuyant sur des stéréotypes et des simplifications qui visent à polariser davantage le débat public.

6. Stratégies rhétoriques dans les mèmes

En règle générale, dans une confrontation intellectuelle, le locuteur a tendance à investir un ensemble de stratégies dans son discours pour rendre les propos de l'adversaire moins convaincants. En effet, il est question de choisir minutieusement des arguments opposés afin de bouleverser le pouvoir d'influence et de persuasion des propos de cet adversaire pour devenir par la suite moins efficaces.

C'est le cas du mème 2 où nous avons décelé cette stratégie de *l'ad hominem* qui consiste à mette «*en question l'ethos*[17]» (Meyer, 2011 : 37) dans le but de défendre un point de vue contraire. Le créateur de ce mème voulait mettre en question la position politique de Jean-Luc Mélenchon et discréditer ses propos auprès du public. Il s'est servi de cette construction imagée du candidat, le présentant en opposition avec les vertus qu'il défend, pour faire passer des idées extrémistes comme le terrorisme et la violence islamiste. Dans un sens, cette stratégie rhétorique met avant une contradiction personnelle stipulant que le discours tenu par le candidat et ses positions ne peuvent pas être en même temps vrais.

Nous remarquons aussi le recours récurrent à la stratégie rhétorique appelée selon Jean-Jacques Robrieux «*les figures des mots*» (2021: 69). A travers cette stratégie, les créateurs des mèmes opèrent des choix des mots qui leur permettent de désigner leurs pensées. Autrement dit, ils s'attachent à effectuer des transformations jusqu'à aboutir à des créations du matériel lexical visant à transmettre leur message et à gagner l'adhésion du public.

Par le «*jeu lexical*» (ibid : 69), sont concernés les signifiants mais aussi les signifiés puisque ce jeu détermine dans une grande mesure la charge connotative qui se dégage de l'énoncé du locuteur. Et c'est effectivement dans ce changement sémantique que réside l'intention d'influence, de persuasion et de manipulation du discours. Ce phénomène peut se traduire par l'utilisation de termes péjoratifs et des stéréotypes renforçant l'argumentation du créateur du mème.

C'est aussi le cas du mème 2 où nous avons précédemment précisé le recours au néologisme concernant le terme «Molachon».

Au moyen des «*figures de sens*» (ibid : 51) transparaît une autre stratégie rhétorique à laquelle font appel les créateurs des mèmes dans notre corpus d'étude et qui leur a permis à détourner le sens des mots utilisés dans leurs discours extrémistes. Nous faisons référence, à travers cette stratégie rhétorique, au mème 3 où nous avons soulevé un transfert sémantique à

[17] L'ethos « c'est l'image de soi, le caractère, la personnalité, les traits du comportement, le choix de vie et des fins » (21)

caractère analogique, déduit implicitement. Ce transfert sémantique résulte d'une substitution de «homme arabe portant sur la tête un châle en rouge et blanc à carreaux» à «couvercles de pots de confiture», présentant ainsi une «*métaphore in absentia*» (ibid : 58), à travers laquelle le comparé «hommes arabes» est effacé de l'énoncé mais suggéré par le biais des images. Cela contribue à renforcer la caricature, en effaçant les identités culturelles tout en créant une distorsion sémantique.

Nous avons repéré une autre stratégie rhétorique, qui contrairement aux autres stratégies relevées, celle-ci n'est pas identifiée par des moyens linguistiques explicites. Autrement dit, nous ne pouvons la comprendre que dans et par un contexte. Il s'agit des «*figure de pensées*» (ibid :90), relevant d' «*un jeu énonciatif*» selon Charaudeau (2006).

Dans les mèmes 1, 3 et 4, est repérée l'ironie. Elle est «*ce renversement permanent, ce paradoxe* […]» (Gardes Tamine et al, 2007 : 18) entre ce qui est dit et ce qui est pensé réellement. A ce propos, Fontanier affirme qu'elle «*consiste à dire par une raillerie, ou plaisante, ou sérieuse, le contraire de ce qu'on pense ou de ce qu'on veut faire penser*» (1968 : 138). Dans sa conception rhétorique, l'ironie jouit d'une théâtralité dans la mesure où elle joue sur la superposition de plusieurs voix. (Robrieux, 2021 : 92). Cette superposition crée une tension entre l'apparence et la réalité, ce qui permet de critiquer de manière indirecte un individu ou un groupe.

Dans les mèmes 1, 4 et 3 sont respectivement présentés le sarcasme et la satire. Deux figures rhétoriques qui partagent la même finalité : celle de décrire «*les défauts des gens et de la société en grossissant le trait, voire en les déformant, au point d'ailleurs d'en arriver au grotesque* […]» (Charaudeau, 2006 : 31). Ces deux stratégies permettent de dénoncer de manière acerbe, tout en exagérant les comportements ou situations jugées négatives.

Dans le mème 2 s'affiche la parodie. Une autre figure rhétorique qui, selon Charaudeau, consiste à «*écrire – ou parler – comme un texte déjà existant, en en changeant quelques éléments de sorte que le nouveau texte ne puisse pas être totalement confondu avec le texte de référence*» (ibid : 32). La parodie permet donc une réinterprétation ludique de discours ou d'idées, tout en soulignant leurs faiblesses ou incohérences.

Nous retrouvons également l'humour insolite dans le même 4, qui lie dans un contexte bien déterminé deux univers étrangers l'un à l'autre. (Charaudeau, 2006 : 33). Cela sert à déstabiliser le spectateur en juxtaposant des éléments incompatibles ou absurde, souvent pour souligner l'irrationalité de certains discours.

7. Discussion et interprétation des résultats

Dans cette présente étude, nous avons effectué une analyse sémiolinguistique des mèmes extrémistes dans le but d'appréhender les représentations symboliques qui régissent les discours extrémistes par le biais des figures rhétoriques. Pour ce faire, nous nous sommes intéressées aux différents signes composants des mèmes, à savoir les signes linguistiques, iconiques et plastiques permettant de passer du sens dénotatif du message au sens connotatif de ce dernier. Cette démarche vise à dévoiler les mécanismes subtils par lesquels des idéologies radicales sont véhiculées.

Dans notre corpus, nous avons soulevé une multitude de figures rhétoriques à effet humoristique dans les discours extrémistes diffusés en ligne. Dans sa dimension rhétorique, la figure est «*ce qui s'oppose à l'expression simple*» (Fontanier, 1968 : 18). C'est-à-dire que l'on parle de figure dans un discours quand le ou les mot(s) qui la représentent sont pris dans un sens détourné et non dans un sens propre. Cet usage diversifié des figures tient donc à leur capacité à dissimuler des idées radicalement violentes. Il est essentiel de noter que cette ambiguïté permet de camoufler des messages extrémistes tout en les rendant séduisants pour certains publics.

En effet, les mèmes qui constituent notre corpus traitent de sujets extrémistes. Le recours aux figures rhétoriques à effet humoristique tout en véhiculant des idées extrémistes s'explique donc par le fait qu'elles soient un moyen de séduction et d'attraction du public. Elles rendent les discours extrémistes, qui s'appuient sur des arguments biaisés, plus crédibles et donc plus convaincants aux yeux de l'auditoire. En somme, elles permettent d'ancrer dans l'imaginaire collectif des représentations symboliques erronées tout en évitant la censure. Ce processus contribue ainsi à la normalisation de discours controversés dans l'espace public.

Nous constatons que, dans notre corpus d'étude, les créateurs des mèmes font de l'ironie un usage fréquent en tant que figure rhétorique. Cette récurrence s'explique par le fait qu'elle «*dit l'impossible adéquation des mots et des choses, mais aussi la difficulté et le danger qu'il y a à s'exprimer sans détour […]*» (Gardes Tamine et al, 2007 : 3).

Cette figure rhétorique constitue l'instrument par lequel les créateurs des mèmes expriment de manière indirecte leur point de vue, leur opposition ou leur mécontentement social. Elle relève de la satire : «*L'ironie est une forme de critique*», précise Serper (1986 : 08). Cette «*dissimulation transparente*» (Eggs, 2009 : 13) est explicitement visible dans les mèmes extrémistes où l'ironie exerce un pouvoir persuasif et se présente comme une «*une arme cruellement* [politique]» (Breteau, 2019 : 200). Ainsi, l'usage de l'ironie devient un levier stratégique pour légitimer des opinions extrêmes tout en masquant leur radicalité.

Conclusion

Dans cette étude, l'humour exploité dans les mèmes dans le cadre des élections législatives françaises de 2024 est fusionné avec différentes figures rhétoriques, permettant ainsi aux discours extrémistes d'avoir une double facette : La première porte un regard moqueur qui cache derrière lui une réalité indésirable tandis que la seconde présente cette réalité de manière comique tout en suggérant une réflexion critique.

Dans une société marquée par une instabilité et une complexité politique et sociale, il devient essentiel de s'intéresser aux différentes créations, notamment celles qui sont partagées en lignes, permettant d'appréhender des réalités qu'on a du mal à cerner. Les mèmes, en tant que produits culturels contemporains, permettent une circulation rapide de ces idées, amplifiant leur influence.

L'ironie ainsi que les autres figures satiriques repérées dans les mèmes, véhiculées par des signes linguistiques et paralinguistiques, semblent se préoccuper de chasser du paysage français la religion islamique. D'un point de vue pragmatique, ce choix figuratif est déterminé par la volonté de représenter cette religion de la manière la plus horrible possible. Ainsi, cette

représentation négative se veut une construction idéologique qui cherche à délégitimer l'Islam dans l'espace public français.

Terrorisme, violence, esclavage, et insécurité, sont les images stéréotypées qui reflètent les oppositions politiques et sociales qui existent au sein de la société française à l'égard des musulmans et de l'islam. A travers les mèmes, traitant de ces sujets, les créateurs voudraient propager un esprit de révolution afin de faire face à toute personne qui souhaite transformer la France en un pays à deux Etats. Ces mèmes, en mobilisant ces stéréotypes, instrumentalisent l'humour pour renforcer une vision radicale de la société.

En guise de conclusion, nous pouvons dire que l'humour qui règne sur les discours extrémistes est un humour révolutionnaire. Il est associé à des discours discriminatoires des populations émigrantes en France. Un discours en accord avec l'idéologie extrémiste de la droite, dévoilée lors des élections françaises de 2024. Cet humour devient un outil de propagande, renforçant les fractures sociales et politiques au sein de la société.

Nous estimons que les musulmans et l'islam ont subi une dépréciation au plan de l'imaginaire collectif de certains français, en raison des déclarations irresponsables de l'extrême droite et d'une idéologie qui cache son nom. Cela entraîne un processus de marginalisation, où l'islam devient une cible facile pour des discours haineux qui se présentent sous des apparences humoristiques.

Références bibliographiques

-BARTHES R., (1964), « Rhétorique de l'image », in, *Communications* N°4, PP 40-51, consulté le 10 février 2025 : [https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1027]
-BELKACEM Hind, (2024), « Décryptage sémiolinguistique des caricatures de Ghilas Aïnouche : Dévoilement des réalités sociales à travers le langage iconico-visuel », in, *Altralang journal* Volume 6, PP 153-162, consulté le 09 mars 2025 : [https://scholar.google.fr/citations?hl=fr&user=KqGerPIAAAAJ&view_op=list_works&sortby=pubdate]

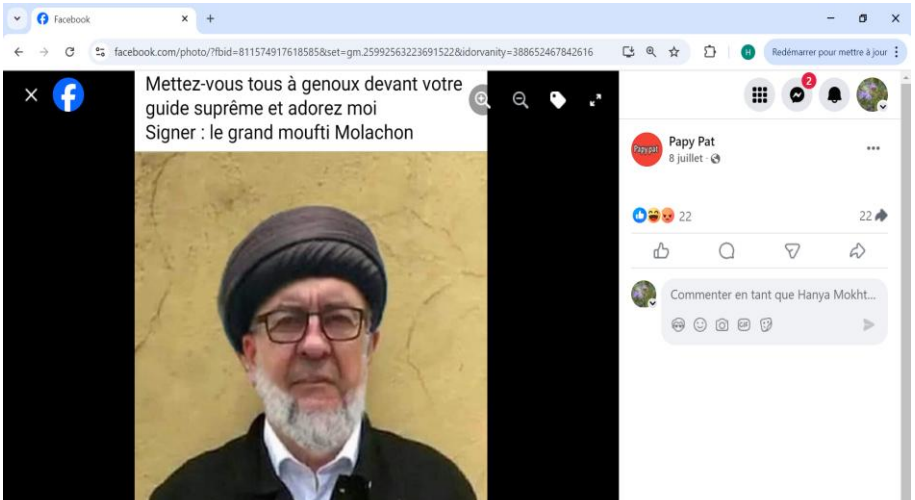
-BONHOMME M., (1994, « La syntaxe de l'image publicitaire et la genèse du sens : une extrapolation des modèles linguistiques », in, *Scolia : Sciences Cognitives, Linguistiques et Intelligence Artificielle*, N°5, PP 375- 387, consulté le 10 mars 2025 : [https://www.persee.fr/doc/scoli_1253-9708_1995_act_5_1_909]
-BRETEAU F., (2019), *La poétique de l'ironie*, Paris, L'Harmattan.
-BRONNER G., (2016 [2009]), *La pensée extrême. Comment des hommes ordinaires deviennent des fanatiques*, Paris, Presses Universitaires de France.
-CHARAUDEAU P., (2010), « Une étique du discours médiatique est-elle possible ? », in, *Communications*, Volume 27, N°2, PP 1-12, consulté le 02 mars 2025 : [https://www.patrick-charaudeau.com/Une-ethique-du-discours-mediatique-est-elle-possible.html]
-CHARAUDEAU P., (2006), « Des catégories pour l'humour ? », in, *Questions de communication* [en ligne] N° 10, PP 19-41, consulté le 25 décembre 2024 : [https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7688]
-DELACHERIE-HENRY S., *et al*. (2005), *Dictionnaire de français compact*, Paris, Larousse.
-DRILLON J., (1991), *Traité de la ponctuation française*, Paris, Gallimard.
-EGGS E., (2009), « Rhétorique et argumentation : de l'ironie », in, *Argumentation et analyse du discours*, N°2, PP 1-18, consulté le 10 mars 2025 : [https://journals.openedition.org/aad/219]
-FONTANIER P., (1968), *Les figures du discours*, Paris, Flammarion.
-GARDES TAMINE J., MARCANDIER C., et VIVES V., (2007), *Ironie entre dualité et duplicité*, Presses Universitaires de Provence.
- JOST F., (2022), *EST-CE QUE TU MÈMES ? De la parodie à la pandémie numérique*, Paris, CNRS Éditions.
-KOGOUT V., (2014), *Dictionnaire des expressions idiomatiques françaises*, Anthology.
-MASSON N., et CAUDAL Y., (2022), *Le langage secret des couleurs*, Paris, Ideo.
-MAURY A., (2005), *Le symbolisme des animaux au moyen âge*, Genève, Arbre d'Or.
-MEYER M., (2011 [2004]), *Que sais-je ? La rhétorique*, Paris, Presses Universitaires de France.
-MOURA J-M., (2010), *Le sens littéraire de l'humour*, Paris, Presses Universitaires de France.
-PASTOUREAU M., et SIMONNET D., (2005), *Le petit livre des couleurs*, Paris, Editions du Panama.
-PAVEAU M-A, (2017), *L'analyse du discours numérique, Dictionnaire des formes et des pratiques*, Hermann, Paris.
-PIEROZAK I., (2007), « Communication électronique et construction de compétences en langue autre, hors contexte pédagogique. Pratiques et représentations. Eléments de réflexion », in, *Revue de linguistique et de didactique des langues* N°36, PP. 189-210, consulté le 02 février 2025 : [https://journals.openedition.org/lidil/2573]
-PIEROZAK I., (2005), « Les discours de l'internet : nouveaux corpus, nouveaux modèles ? », in, *Revue de linguistique et de didactiques des langues* N°32, PP. 1-4, consulté le 02 février 2025 : [https://journals.openedition.org/lidil/118]
-REA A., (2021 [2003]), *Sociologie de l'immigration*, Paris, La Découverte.
-REBOUL O., (2001 [1991]), *Introduction à la rhétorique*, Paris, Presses Universitaires de France.
-ROBRIEUX J-J., (2021), *Rhétorique et argumentation*, Paris, Armand Colin.

-SERPER A., (1986), « Le concept d'ironie, de platon au Moyen Age », in, *Cahiers de l'association internationale des études françaises*, N°38, PP 7-25, consulté le 10 mars 2025 : [https://www.persee.fr/doc/caief_0571-5865_1986_num_38_1_1962]
-STENGER T et COUTANT A, (2011), « Ces réseaux numériques dits sociaux », in, Hermès N°59, consulté sur le site : https://journals.openedition.org/sociologie/1118?lang=en
-VIKTOROVITCH C., (2021), *Le pouvoir rhétorique. Apprendre à convaincre et à décrypter les discours*, Paris, Éditions du Seuil.
-WAGENER A., (2022), *Mémologie. Théorie postdigitale des mèmes*, Grenoble, Université Grenoble Alpes Éditions.
-YAHIAOUI K., et MEDANE H., (2023), « Discours, créativités et littératies dans l'espace numérique du web 2.0. Terrains, pratiques et approches », in, *Multilinguales* N° 20, PP. 1-3, consulté le 15 janvier 2025 : https://journals.openedition.org/multilinguales/9291

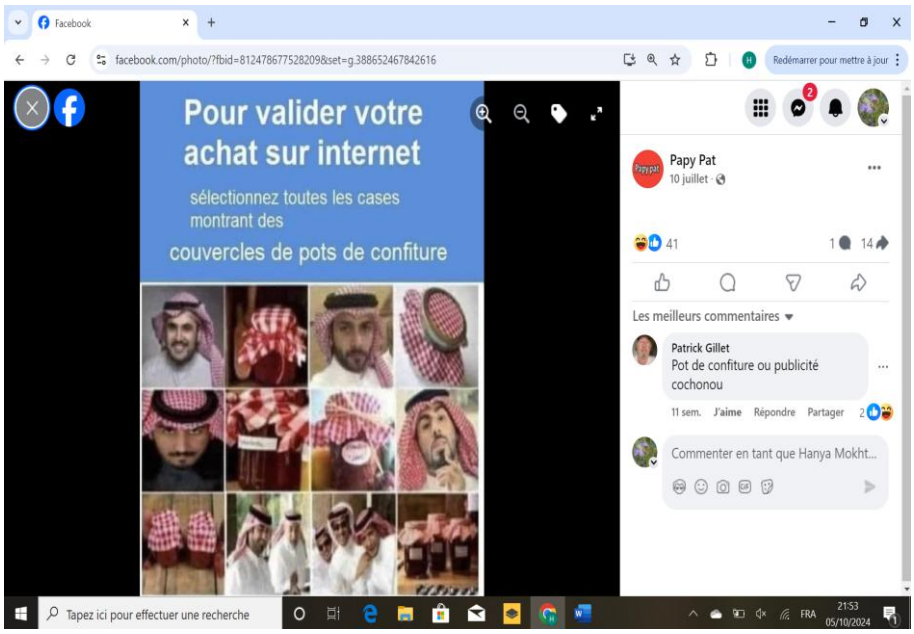
Annexes



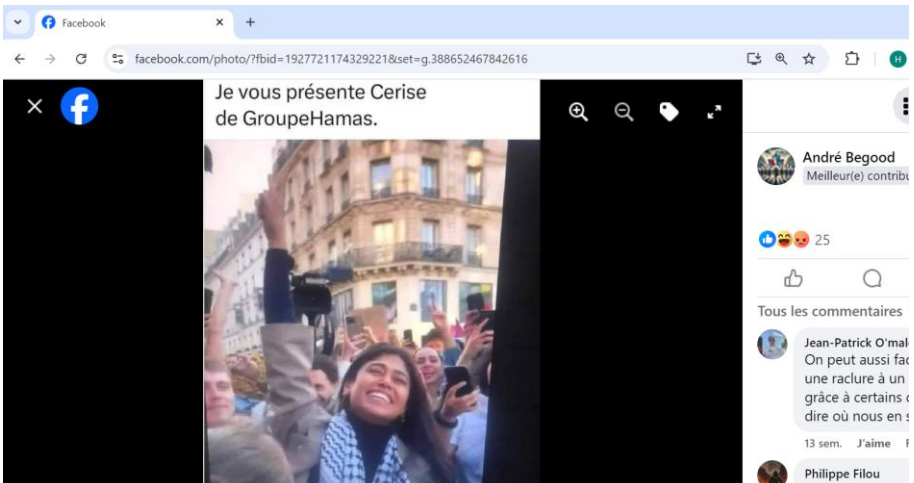
Mème1 : https://www.facebook.com/photo/?fbid=808499501259460&set=gm.2594005034560947 7&idorvanity=388652467842616



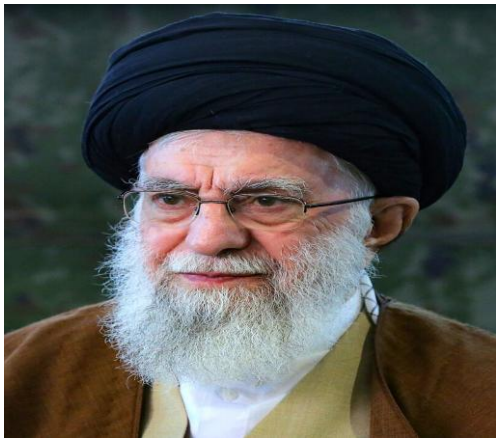
Mème2 :
https://www.facebook.com/photo/?fbid=811574917618585&set=gm.2599256322369152 2&idorvanity=388652467842616



Mème3 :
https://www.facebook.com/photo/?fbid=812478677528209&set=gm.2600963062198478 2&idorvanity=388652467842616



Mème4 :
https://www.facebook.com/photo/?fbid=943096104223614&set=gm.2568122429815875 1&idorvanity=388652467842616



Portrait : Ali Khamenei

Biographie des auteures

Hanya Mokhtari est doctorante en Sciences Du Langage à l'université Abdelhamid Ibn Badis de Mostaganem et rattachée au laboratoire de recherche ELILAF. Sortante de l'Ecole Normale Supérieure de Bouzaréah, elle exerce le métier de professeur d'enseignement secondaire depuis 2017.

Dre Hind BELKACEM, maître de conférences de classe A, exerce en qualité d'enseignante-chercheuse et préside le Comité Scientifique du Département de Français à l'Université Abdelhamid Ibn Badis de Mostaganem. Investie dans la formation doctorale en langue française, elle est membre du laboratoire Pluralité des Dynamiques Langagières et Discursives et collabore au projet PRFU (2021-2024) rattaché au laboratoire LADICIL. Auteure de nombreuses publications dans des revues scientifiques nationales et internationales, elle contribue également à l'organisation de manifestations scientifiques et assure des fonctions de Reviewer pour plusieurs revues académiques classées.