

Slogans du Printemps arabe : spécificités d'une territorialité populaire

Rima Baraké

Université Libanaise, Liban

Résumé : Le *Printemps arabe*, partout dans les pays arabes, a connu une utilisation très poussée et variée de slogans affichés, scandés ou graffités. Nous essayons dans notre article de démontrer que ces slogans reflètent l'image du peuple aux niveaux à la fois culturel et identitaire. À partir d'un corpus constitué d'un ensemble de slogans observés dans les manifestations de la foule cairote, tunisienne, syrienne ou libyenne, nous analysons leurs constituants afin de découvrir l'impact de la territorialité dans ses différentes acceptions : espace, temps, culture, langue et personnalité politique. Cet impact, selon nos hypothèses, se manifeste dans la structure interne de ces slogans, notamment dans la langue et le vocabulaire utilisés, mais aussi dans leur macrocontexte : slogans et problèmes politiques, slogans et identité culturelle, slogans et ambitions collectives. Nous aboutissons ainsi à la constatation que le territoire constitue, pour les révolutions du *Printemps arabe*, le point de départ, les ressources et la finalité.

Mots-clés : Printemps arabe; révolution; territoire; slogan; identité culturelle

Abstract: The Arab Spring, all over the Arab world, has known an excessive and diverse use of displayed, chanted or graphitized slogans. This paper will demonstrate that these slogans reflect the image of the people at both cultural and identity levels. Our study is based on a corpus constituted of a set of slogans observed during demonstrations that occurred in Egypt, Tunisia, Syria and Libya. We analyze their constituents in order to discover the impact of territoriality in its different meanings: space, time, culture, language and political figures. This impact appears, according to our hypotheses, in the internal structure of the slogans, more particularly in the language and vocabulary used, but also in their macrocontext: slogans and political issues, slogans and cultural identity, slogans and collective ambitions. Thus we arrive at the conclusion that the territory constitutes for the Arab Spring revolutions, the starting point, the resources and the finality.

Keywords: Arab Spring; revolution; territory; slogan; cultural identity

*Quand le gouvernement viole les droits du peuple,
l'insurrection est, pour le peuple et pour chaque portion du peuple,
le plus sacré des droits et le plus indispensable des devoirs.
(Article 35 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen – 24 juin 1973)*

Introduction

À la fin de l'année 2010 débute en Tunisie un mouvement de contestation collective qui s'étendra, en degrés variés, partout dans les pays Arabes, de la Tunisie au Yémen. Ce mouvement contestataire possède, dans chaque pays, des spécificités qui lui sont propres, mais il use partout du même outil avec lequel l'humanité est née (« Au commencement était le Verbe ») et par lequel les peuples opprimés ont brisé leur silence et sont passés à l'action : il s'agit du « mot » qui se manifeste dans ce dernier cas essentiellement à travers les slogans scandés, chantés, graffités, ...

Une recherche sur Internet nous a permis de former un corpus des slogans observés dans les manifestations de la foule cairote, tunisienne, syrienne ou libyenne. Ce corpus ainsi constitué, qui couvre autant que possible les pays arabes, ne prétend pas à l'exhaustivité ni à une représentativité de tous les slogans du Printemps arabe. Cependant leur analyse vise à démontrer l'impact de la territorialité dans ses différentes acceptions - espace, temps, culture, langue et personnalité politique – sur les constituants de ces slogans. Cet impact, selon nos hypothèses, se manifeste dans la structure interne des slogans, notamment dans la langue et le vocabulaire utilisés, mais aussi dans leur macrocontexte : slogans et problèmes politiques, slogans et identité culturelle, slogans et ambitions collectives. Nous aboutirons ainsi à la constatation que le territoire constitue, pour les révolutions du *Printemps arabe*, le point de départ, les ressources et la finalité.

Le Printemps arabe

Le 17 décembre 2010, le tunisien Mohamed Bouazizi s'immolait par le feu devant le gouvernorat de Sidi-Bouzyd en Tunisie, déclenchant ainsi ce qui serait appelé le *Printemps arabe*.

En Tunisie, en Égypte, au Yémen, en Syrie, et dans un bon nombre de pays arabes, le peuple est descendu dans les rues pour défendre sa dignité

et ses droits en tant qu'être humain, pour manifester contre « le régime » de son pays, et pour exprimer sa volonté de réforme et de changements et son refus des conditions sociopolitiques dans lesquelles il vit.

Le départ précipité de Ben Ali, le 14 janvier 2011 et, par suite, la victoire des manifestants en particulier et du peuple tunisien en général contre le dictateur a réveillé les peuples arabes dont une grande tranche était jusqu'alors marginalisée. Cette date marque le déclenchement d'un vent de révolte un peu partout du Machreq au Maghreb et entraîne, quelques mois plus tard, la fin de Moubarak en Égypte, la mort de Kadhafi en Lybie et une guerre interminable en Syrie.

La place du « mot » dans le *Printemps Arabe*

L'insurrection de ces peuples arabes s'est faite essentiellement et avant tout par le biais de la langue. Les révolutions qui ont suivi ont été des révolutions langagières, des révolutions du « mot », ce mot qui a exercé un pouvoir magique puisqu'il a fait croire à la foule en la légitimité de sa cause et en sa capacité de faire des changements, et l'a par suite fait agir : la liberté d'expression a été la première forme de liberté que les peuples arabes ont recouvrée et qui a pavé le chemin de la revendication des autres libertés et droits humains.

Aucune mobilisation ni contestation ne sont possibles sans la liberté d'expression que Ravaz, dans son article *Printemps arabe et liberté d'expression : le cri primal de la démocratie*, définit comme étant « la manifestation libre d'une pensée politique qui contredit le pouvoir en place et qui contredit aussi le plus souvent le régime politique lui-même qui s'oppose à la liberté¹. »

Avant le *Printemps arabe*, les régimes politiques dans les pays arabes « étaient autocratiques, non participatifs, répressifs »² où tout s'organisait sur un mode clientéliste et où les relations verticales étaient privilégiées par rapport

¹ Bruno Ravaz, « Printemps arabe et liberté d'expression : le cri primal de la démocratie », MULTIMED – Revue du Réseau Transméditerranéen de Recherche en Communication, n° 2, 2012, p. 24.

² Badie Bertrand, « Printemps arabe : un commencement », *Études*, n° 7, 2011, p. 8; <https://lc.cx/Jn7h>, consulté le 10 septembre 2016.

aux relations horizontales¹. Tout ce qui s'opposait au gouvernement ou au parti politique du chef de l'état des pays arabes était interdit et passible d'emprisonnement, voire d'exécution, pour trahison à l'État. La liberté d'expression n'existait pratiquement pas. La presse, les publications et Internet étaient généralement contrôlés et censurés.

[...] depuis longtemps des voix s'élevaient contre les régimes de Ben Ali en Tunisie, de Moubarak en Égypte, de Kadhafi en Lybie, et d'El Assad en Syrie, de Saleh au Yémen, de Hamad Ben Issa Al-Khalifa au Bahrein et même contre celui de Mohamad VI au Maroc. Mais ces voix étaient le plus souvent éteintes par une répression féroce martyrisant encore plus une population opprimée et privée de ses droits fondamentaux².

Cependant, les révolutions arabes sont venues libérer le langage et briser la censure; les peuples sont ainsi sortis du mutisme dans lequel ils s'étaient enfermés et ont pu crier leur haine du régime politique et faire face à la dictature qui les a opprimés pendant des années. Les manifestants ont brisé le long silence auquel ils étaient réduits, et ont mobilisé l'opinion publique, exerçant ainsi leur liberté d'expression principalement à travers les slogans qui ont accompagné les diverses manifestations dès le premier jour des révolutions et jusqu'à maintenant, notamment en Tunisie et en Égypte.

En effet, les peuples ont fait leurs réclamations essentiellement en utilisant la langue, en brandissant et scandant des slogans qui demandent que les dirigeants s'en aillent (« Dégage »), ou que leurs régimes politiques soient renversés (« Le peuple veut renverser le régime »), etc. C'est en effet le mot scandé qui mène et guide les manifestations : il devient action, impose la volonté du peuple qui prend son destin en mains et réclame ses droits les plus basiques : liberté, dignité, justice et égalité sociale. « Le mot » du peuple est principalement direct, cru et va droit au but, sans symbolisme ni allusion ni circonlocution, tel que le slogan : « Le travail est un droit, bande de voleurs » (« التَّشْغِيلُ اسْتِحْقَاقٌ يَا عصابة السَّرَّاقِ »).

Lorsque le peuple tunisien brandit le slogan « Le travail est un droit, bande de voleurs », il désigne les clans Ben Ali et Trabelsi qui se disaient représentants des masses populaires alors qu'en fait ils n'avaient fait que piller les ressources

¹ *Ibid.*, p. 10.

² Bruno Ravaz, *op. cit.*, p. 21-22.

du pays, s'enrichissant aux dépens du peuple et augmentant le nombre de chômeurs, notamment de chômeurs diplômés.

Ce slogan traduit une condamnation du pouvoir de Ben Ali qui était connu pour son caractère policier, clientéliste et mafieux. Nous retrouvons cette idée également dans un autre slogan : « Non, non aux "Trabelsi", pilliers des deniers publics » (« لا لا للطرابلسية، اللي نهبوا الميزانية »).

En qualifiant les Trabelsi et les Ben Ali de « voleurs » et de « pilliers », les manifestants pointent du doigt les coupables de la corruption qui gangrène le pays depuis des années et, ainsi, rendent légitime leur revendication du droit au travail, synonyme de dignité et de liberté.

Qu'ils soient graffités sur les murs, brandis sur les places publiques, scandés ou chantés dans les rues, les slogans occupent ainsi une place centrale dans les révolutions du *Printemps arabe*.

Mais, au fait, qu'est-ce qu'un slogan ?

Le slogan

Le terme « slogan » vient des deux mots gaéliques *sluagh* et *gairm*; il signifiait, dans l'ancienne Ecosse, cri de guerre d'un clan¹, une expression qui renferme en même temps l'idée d'élever la voix (cri), de se révolter (guerre) et de rassemblement (clan). Si ce terme, en passant dans la langue française acquiert « une acception strictement commerciale et publicitaire »², il recouvre rapidement son sens politique :

« Le mot, qui en anglais était venu de la politique à la publicité, est passé en français de la publicité à la politique. Mais à une politique placée sous le signe de la propagande de masse. »³

Le slogan vise en effet à exercer un pouvoir sur des acteurs ou un groupe social, les obligeant à prendre position par rapport à ce qu'il énonce. Il

¹ Harrap's 21st Century Dictionary, « Slogan », Londres, Chambers Harrap Publishers Ltd, 2003.

² Fernando Navarro Dominguez, « La rhétorique du slogan : cliché, idéologie et communication », *Bulletin Hispanique*, vol. 107, n° 1, 2005, p. 266.

³ Olivier Reboul, *Le slogan*, Paris, PUF, 1975, p. 14.

puise sa force dans sa forme qui, en jouant sur le lexique, le rythme, la rime, la syntaxe, etc., cherche à manipuler et à influencer la foule.

Olivier Reboul résume en peu de mots toutes les caractéristiques que doit revêtir un bon slogan : « [...] le slogan, qu'il soit publicitaire ou *politique*¹, condense le discours en un *noyau thématique*, une *formule ramassée, rythmée*, à des fins *mnémoniques* et *pragmatiques*, visant à *mobiliser* et à *pousser à l'action* »².

Il s'agit tout d'abord d'une *formule ramassée*, bien concise et précise, puisque devant tenir en une phrase ou en peu de phrases, afin qu'il soit facile à mémoriser. Ainsi, le slogan le plus répété dans les pays arabes mais également le plus significatif consiste en un seul mot : ارحل ou *Dégage*.

Et pour faciliter davantage la mémorisation du slogan (*fins mnémoniques*), plusieurs procédés peuvent être utilisés, notamment « le retour à la mémoire populaire et culturelle » - nous reviendrons sur cette idée ultérieurement - et le « lyrisme » (*formule rythmée*). Nous retrouvons ainsi des slogans versifiés, voire chantés :

ما منحبك ما منحبك... قاتل ظالم ناهب شعبك
الشعب السوري جاي يردك... وعند مبارك بدو يكبك

(On ne t'aime pas on ne t'aime pas... meurtrier oppresseur voleur de ton peuple
Le peuple syrien vient t'arrêter... et chez Moubarak il va te jeter)

Ce slogan est en fait composé de quatre vers ayant la même rime ك /k/ qui se répète à la fin de chaque vers. De plus, le découpage de ces vers arabes en syllabes (selon les critères de découpage des vers français) montre qu'ils sont composés du même nombre de syllabes, huit, ce qui donne une mélodie et une certaine rythmicité au slogan, le rendant presque chantant :

ما / منـد / حبـبـك / ما / منـ / حبـبـك... قا / تلـ / ظا / لمـ / نا / هبـ / شعـبـك
الشـعبـ / السـوـريـ / جاـيـ / يـردـكـ... وعـنـ / دـمـ / بارـكـ / بدـو / يكـبـكـ

De plus, le slogan a des *fins pragmatiques*. Le Petit Robert électronique (2001) définit le mot « pragmatique » comme étant « [ce] qui est adapté à l'action

¹ C'est nous qui soulignons.

² Olivier Reboul, *op. cit.*, p. 42.

sur le réel, [...], qui concerne la vie courante. » Les slogans du *Printemps arabe* sont en effet des reflets des périodes insurrectionnelles, le thème (*noyau thématique*) autour duquel ils s'articulent étant essentiellement l'expression d'une situation émotionnelle, d'une volonté consciente de changement, d'un sentiment de protestation ou de haine envers une ou des personnes bien déterminées : « Les slogans de la révolution contiennent soit des dénonciations, soit des ordres¹. », mais aussi des aspirations de réforme et des revendications nationales. Une lecture rapide de quelques slogans du *Printemps arabe* révèle que les thèmes les plus récurrents sont les suivants :

• Refus de la situation actuelle :

- « Ni salafistes ni frères [musulmans] notre révolution est une révolution de courageux » (« لا سلفية ولا إخوان ثورتنا ثورة شجعان »). Dans ce slogan, le peuple syrien décrit sa révolution comme étant celle d'un peuple courageux et vaillant et non celle de salafistes ou de frères musulmans. Il veut ainsi ôter l'empreinte religieuse que le gouvernement ou certains médias ont donnée à la révolution syrienne.
- « Ben Ali, toi le lâche... le peuple tunisien refuse l'humiliation » (« بن علي يا جبان... الشعب التونسي لا يهان »). Ce slogan s'adresse au président tunisien Ben Ali, le qualifiant de lâche, pour lui faire comprendre que le peuple tunisien ne baisse jamais la tête et que personne ne peut le mépriser ou le bafouer.

• Revendications du peuple et réformes souhaitées :

- « Ni lion ni singe mais plutôt un gouverneur humain » (« لا أسد ولا سعدان بدنا يحكمنا إنسان »). Ce slogan brandi en Syrie joue sur le sens du mot الأسد (Assad) qui est à la fois le nom de famille du président syrien Bachar et le mot arabe utilisé pour désigner le lion. C'est ce deuxième sens qui est mis en relief dans ce slogan, puisqu'il est opposé, avec le nom d'un autre animal – le singe –, à « humain ». En revendiquant

¹ Myriam Bousselmi, « Les slogans avant et après la Révolution tunisienne », dans *Littératures du Maghreb*, 2015, p. 7; <https://lc.cx/Jn7n>, consulté le 10 juillet 2015.

un président « humain » et non « singe » ou « lion », le peuple syrien laisse le doute planer sur la référence du mot Assad et dénonce les actions commises par le gouvernement comme étant non humaines.

- « Sit-in... sit-in... jusqu'à la chute du régime »
(« اعتصام اعتصام... حتى يسقط النظام »). Ce slogan montre l'obstination des Tunisiens à tenir sur place et à revendiquer la chute du régime.

- Attaques verbales contre ceux qui symbolisent le pouvoir : si les mots tels que « voleur » et « pillleur » abondent dans les slogans révolutionnaires du *Printemps arabe* pour qualifier les détenteurs du pouvoir, nous retrouvons dans les slogans syriens des insultes à l'encontre du président et de son entourage, les traitant d'« assassins », de « tueurs d'enfants », de « meurtriers », de « despotes » :

- « Ô Bachar, ô l'assassin, de ton despotisme nous voulons nous débarrasser »
(« يا بشار يا سفاح من ظلمك بدنا نرتاح »);
- « Ô Dieu Tout-Puissant renverse Bachar le tyran »
(« يا الله يا جبار اسقط الظالم بشار »).

Les insultes animalières abondent également dans les slogans syriens où le président syrien est comparé à un « animal », à une « vache laitière », à un « cafard », etc.

- « Bachar, toi l'animal, envoie tes chiens au Golan »
(« يا بشار يا حيوان ودي كلابك عالجولان ») : ce slogan compare le président Bachar à un animal qui, au lieu de donner des ordres à ses fidèles les « chiens » d'aller combattre les Israéliens au Golan, préfère faire la guerre à son propre peuple;
- « C'est écrit sur le char que la vache c'est Bachar »
(« مكتوب على الدبابة بشار بقرة حلبه »);
- « Réjouis-toi ô Aroor le lion (El-Assad) est devenu un cafard »
(« أبشر أبشر يا عرعور الأسد صاير صرصور »). Nous retrouvons ici, encore une fois, un jeu de mots sur le nom de famille du président syrien : 'El-Assad' qui veut dire "lion" en arabe. Le président qui se croyait lion est devenu un insecte, un cafard; et c'est à Adnan Aroor, un cheikh sunnite, que

les militants demandent de se réjouir étant donné qu'il a appuyé et soutenu la révolution presque depuis son début.

Les slogans du *Printemps arabe* sont ainsi étroitement liés à la situation politique immédiate et peuvent donc être qualifiés de *politiques*. La définition de Reboul distingue en fait entre deux types de slogan : le slogan publicitaire et le slogan politique, distinction que fait également Maingueneau dans son article « Hyperénonciateur et "participation" » :

La notion de « slogan » n'a pas la même valeur selon qu'il s'agit de publicité ou de mouvements militants. Je m'intéresse ici au slogan politique qui, à la différence du slogan publicitaire, relève par nature du régime de la participation¹. [...] Il implique en outre un ethos approprié : en l'occurrence un ethos qui marque un engagement de toute la personne. [...] l'énonciation du slogan militant implique l'existence d'un extérieur hostile ou indifférent par rapport auquel se pose le groupe.²

Les « slogans politiques » ou « militants » du *Printemps arabe* sont ancrés dans la réalité immédiate puisqu'ils émanent d'une situation sociale, politique, économique ou géographique qui est propre au peuple qui les crée. Ils représentent le moyen à travers lequel les manifestants expriment leurs sentiments envers leurs dirigeants et leurs conditions de vie (cet « extérieur hostile » dont parle Maingueneau), se révoltent et se rebellent contre tout un système dictatorial, et dénoncent l'oppression, le manque de libertés publiques et individuelles, le chômage, la cherté de la vie, la misère, la kleptocratie, etc. Ils constituent une réponse ou plus précisément une riposte violente (relevant parfois de la violence verbale) mais pacifique à la fois face à tout ce que le peuple a pu endurer pendant des années et des années de « dictature ». Cette riposte s'impose souvent comme une évidence, puisque le slogan refuse généralement tout questionnement comme dit Reboul : « Un bon slogan est celui dont ses destinataires ont le sentiment qu'il va de soi³ ». En criant le mot-choc « Dégage », les révolutionnaires crient leur volonté de voir

¹ Maingueneau définit, dans le même article (p. 111), ce qu'il appelle *participation* : « un ensemble de phénomènes de citations "sans auteur" ».

² Dominique Maingueneau, « Hyperénonciateur et "participation" », *Langages*, n° 156, 2004, p. 119.

³ Olivier Reboul, *op. cit.*, p. 117.

partir leur chef d'État, coupant court à toute négociation ou dialogue, et se réappropriant ce pays qui redevient à nouveau le leur.

Révolutions arabes et territorialité

Les révolutions du *Printemps arabe* sont essentiellement des révolutions territoriales; les manifestants revendiquent leur droit de vivre en toute dignité dans leur pays et, par suite, le changement du régime politique et le départ du dirigeant au pouvoir. Il s'agit surtout de l'appropriation du territoire et de l'exclusion de l'autre, du dirigeant, du raïs, du qaïd, comme le montre la rebaptisation d'une avenue à Tunis, celle portant le nom de « 7 novembre » en référence à la date de prise du pouvoir par Ben Ali en 1987, qui est devenue l'avenue « Mohamed Bouazizi ». Il est à noter ici que le nom d'une date (le temps) est remplacé par celui d'une personne (anthroponyme); par ce changement, le peuple tunisien rejette, voire chasse, une appellation se référant à la fois au temps (non territorial) et à l'individuation (Ben Ali) pour s'approprier l'avenue et l'ancrer dans la réalité territoriale et sociétale en lui donnant le nom de la personne devenue le symbole de la révolution : Mohamed Bouazizi.

Cette quête de la réappropriation du territoire ravi par le dirigeant qui l'a fait sien, nous pouvons l'observer sous différentes facettes dans les messages des manifestants et des révolutionnaires : « Pain... Liberté... Dignité humaine » (« خبز... حرية... كرامة إنسانية »), c'est ce que réclament les manifestants le 1^{er} février 2011 à la place Tahrir au Caire.

Ici le mot « dignité » (*karâma* en arabe) est imbibé de la culture arabe, cette culture de l'honneur. Tout ce mouvement révolutionnaire qu'est le Printemps arabe repose en fait sur la volonté de reconstituer cette dignité perdue :

L'essentiel tient à une révolte contre l'humiliation, un appel à la dignité. En Tunisie, le geste déclencheur a été le suicide de Mohammad Bouazizi, qui s'est immolé par le feu non pas parce qu'il était au chômage mais parce qu'il avait été giflé par une policière. Ce mépris était devenu un élément moteur de l'action du gouvernement, une arme de domination. Le slogan que l'on a vu se répandre à très grande vitesse, tant en Tunisie qu'au Caire, place Tahrir, était celui de la dignité, de la fierté, de l'honneur à reconquérir.¹

¹ Bertrand Badie, *op. cit.*, p. 10-11.

Le territoire que les peuples révoltés tentent de reconquérir n'est pas seulement le pays dans ses rues, ses quartiers et ses villes, donc territoire « géographique », mais il s'agit également de leur droit de vivre dans leur pays en toute dignité et en toute liberté (liberté de corps, liberté d'esprit, liberté d'expression, liberté d'opinion, etc.), bref leur qualité d'être humain attaché à ce territoire géographique par les liens de la société et de la pratique politique.

Slogan et territoire

Le territoire, dans ses différentes dimensions, constitue donc à la fois le point de départ, le moyen et le point d'arrivée des différentes révolutions du *Printemps arabe*. Le point de départ, puisque les révolutions ont émané d'une situation sociale ou politique contre laquelle le peuple s'est rebellé et s'est insurgé. Le moyen, puisque la territorialité est ancrée dans les slogans révolutionnaires. Et, finalement, le point d'arrivée, puisque le but de toutes ces révolutions n'est autre que la réappropriation de ce territoire – mais également et avant tout la réappropriation du mot et de la parole que les systèmes dictatoriaux lui ont ravies - dont a été privé le peuple pendant des années.

Nous envisageons donc le territoire comme étant une nébuleuse de plusieurs facteurs aussi hétérogènes que le passé dans le patrimoine et le présent dans le vécu, les arts (littérature, cinéma, chanson, etc.), la politique, la géographie et la culture, le pays et la nation, la société et la religion. Le slogan révolutionnaire se trouve en rapport direct avec ce territoire dans ses différents aspects et acceptions :

a. *Le territoire-espace*

La première acception logique du territoire est l'acception géographique, c'est-à-dire l'espace qui constitue, pour les révolutions du *Printemps arabe*, un élément essentiel. Les manifestants sont en effet descendus dans les rues et ont occupé des places pour exprimer leur refus des conditions de vie et pour revendiquer des changements dans leur situation. En remplissant les espaces publics des slogans contestateurs scandés ou brandis sur des pancartes, le peuple sent qu'il se réapproprie ces rues, ces avenues et ces places.

De plus, nous retrouvons une forme de réappropriation autre que l'occupation proprement dite de l'espace, beaucoup plus ostentatoire et mémoriale : le

recouvrement des murs par les graffitis, qu'il s'agisse de slogans, de messages politiques, caricaturaux ou simplement artistiques (voir un peu plus loin la section consacrée au graffiti).

Les revendications des peuples deviennent ainsi omniprésentes dans les espaces publics, signe de réappropriation, voire de possession, du territoire par son propriétaire légitime, le peuple.

Ajoutons à cela le rapport direct qu'entretiennent les messages qu'expriment les slogans révolutionnaires avec ce « territoire-espace » à travers les références à des localisations géographiques - pays, villes, places, rues, etc. :

- « Qu'elle est belle la Tunisie, sans Ben Ali Baba et les 40 voleurs »
(« ما أحلاها تونس من غير بن علي بابا و40 سارق »);
- « À Tahrir jusqu'à la libération » (« في التحرير حتى التحرير ») : ce slogan joue sur le mot arabe « *tahrir* » qui désigne à la fois la Place Tahrir au Caire et la libération;
- « Va-t'en, va-t'en bradeur de la terre et du Nil »
(« الرحيل الرحيل يا بايع الأرض والنيل ») référence au fleuve du Nil en Égypte qui est la seule source d'eau pour tout le pays et qui donc symbolise toute la richesse du pays;
- « Dieu, Syrie, liberté, et c'est tout » (« الله سورية حرية و بس »);
- « On sacrifie notre âme et notre sang pour toi Daraa »
(« بالروح بالدم نفديكي يا درعا »);
- « Ô Syrie, toi ma mère, je sacrifie mon sang pour toi »
(« يا سوريا ويا أمي والله بفديكي بدمي »);
- « Que Dieu te rende victorieuse ô Baniyas, le peuple syrien ne peut être piétiné » (« ينصر دينك يا بانياس الشعب السوري ما بينداس »);
- « Libya Libya will be free! From Benghazi to Tripoli ! »

Le territoire-espace apparaît ainsi comme étant à la fois réel et irréel. Il est réel dans le sens qu'il réfère à des endroits précis comme une rue bien déterminée ou une place dans laquelle les slogans sont scandés ou une ville (Tunis, le

Caire, etc.). Mais le territoire-espace est en même temps virtuel dans le sens qu'il ne peut pas être localisé avec précision ni réduit à un seul nom propre. Il est l'idée du pays dont les frontières, même si elles existent, ne sont pas évoquées ni prises en considération. La référence du territoire ici c'est le sentiment d'appartenir à un espace géographique, même si celle-ci n'est ni physiquement ni précisément localisée.

b. Le territoire-personnalité

Outre les noms des lieux géographiques, nous retrouvons dans les slogans des références aux noms des dirigeants et à certaines personnes qui les entourent. Ainsi :

- les slogans tunisiens font référence au président Ben Ali : « Oui au pain et à l'eau, et non à Ben Ali » (« خبز وماء، بن علي لا »), et à sa belle-famille les Trabelsi : « Non, non aux 'Trabelsi', pillleurs des deniers publics » (« لا لا للطرابلسية، اللي نهبوا الميزانية »);
- les slogans égyptiens à Moubarak : « Ô Moubarak, ô Moubarak, l'Arabie Saoudite est ton asile » (« يا مبارك يا مبارك السعودية في انتظارك »), et à son fils Gamal : « Gamal, dis à ton père... que le peuple égyptien te déteste » (« يا جمال قول لأبوك... شعب مصر بيكرهوك »);
- les slogans libyens à Kadhafi : « Gaddafi! You Creep! Libyan Blood is not Cheap », « Kadhafi patience patience... À Tajoura tu creuses ton tombeau » (« يا قذافي صبرك صبرك... في تاجورا تحفر قبرك »);
- et les slogans syriens à Bachar : « O Bachar va-t'en va-t'en la Syrie a besoin de purification » (« يا بشار طير طير سوريا بدها تطهير »); mais également à sa famille aussi : « Le peuple syrien ne t'aime pas, ni toi ni ton oncle ni ton frère » (« الشعب السوري ما بيحبوك لا إنت ولا عمك ولا أخوك ») - un slogan qui, même s'il ne mentionne pas directement le nom du président syrien, s'adresse quand même à lui avec le pronom « toi » (« إنت »), et cite également son oncle, c'est-à-dire Rifaat Al-Assad, qui a proposé de remplacer Bachar comme président au début de la révolution, et son frère, Maher Al-Assad, qui est à la tête de la garde républicaine et qui a joué un rôle important dans la répression violente des manifestations -, « Atef Ô Najib nous aurons ta tête » (« يا عاطف ويا نجيب غير راسك ما منجب »)

– qui fait référence au cousin de Bachar, Atef Najib, le militaire qui a « causé » la révolution syrienne –; « Ô Rami ô Makhoul le peuple syrien n'est pas un mouton » (« يا رامي ويا مخلوف الشعب السوري مو خروف ») – qui fait référence au cousin de Bachar, Rami Makhoul, un homme d'affaires qui a joué un rôle important dans la répression des manifestations syriennes.

Nous remarquons que les slogans ne font pas uniquement référence au président mais également au(x) membre(s) de sa famille qui joue(nt) un rôle plus ou moins important dans l'administration du pays. C'est une référence indirecte au système politique héréditaire que rejettent les manifestants en rejetant leur président et son clan.

Ainsi, le territoire prend un visage négatif où nous assistons plutôt au refus d'un territoire-personnalité anti-peuple. Ici les slogans reflètent un conflit entre le territoire revendiqué et l'homme politique qui s'en accapare. Il faudrait signaler ici qu'il y a d'autres slogans appartenant à cette rubrique et qui reflètent un aspect positif : la glorification des hommes de la révolution qui représentent le vrai visage du territoire national.

c. Le territoire-temps

Le temps, c'est le passé mais également le présent et le futur des peuples qui se sont insurgés. Le passé qu'ils refusent et dont ils veulent se démarquer puisque dépourvu de liberté, de démocratie et de bonheur de vivre. Le présent qu'ils veulent changer et dont ils veulent s'accaparer. Le futur dont ils seront, en changeant le présent et en se démarquant du passé, les seuls détenteurs. Les slogans des manifestations abondent en effet de références à la situation présente qui est, dans certains cas, un prolongement du passé et, dans d'autres, un événement récent que l'on pointe du doigt, et aux revendications des peuples pour un avenir meilleur.

- « À bas, à bas l'administration militaire » (« يسقط يسقط حكم العسكر »), un slogan égyptien qui revendique, non seulement, la chute du président et du gouvernement, mais pointe du doigt également la nature militaire du gouvernement du pays. Se profile donc à travers ce slogan l'image du gouvernement que souhaitent les manifestants pour leur pays : un gouvernement non militaire.

- « Le mensonge est exclusif sur la télévision égyptienne » (« الكذب حصري »), est un slogan qui attaque, cette fois-ci, non pas les politiciens mais la télévision égyptienne qui, au début de la révolution égyptienne, s'est abstenue de diffuser ce qui se passait dans les rues, pour ensuite en déformer la réalité. Les chaînes nationales égyptiennes appartenaient en fait à des personnes proches du président et de son parti politique.
- « O Bachar toi le vil vole jusqu'en Iran » (« يا بشار يا حقيّر عايران شد وطير »), un slogan syrien qui pointe du doigt les rapports politiques qui existent entre le président Bachar Al-Assad et l'Iran. Cette accusation, nous la retrouvons dans un autre slogan qui dénonce le soutien de l'Iran mais aussi du Hezbollah pour le président syrien : « Ni Iran ni Hezbollah, mais un musulman qui craint Allah » (« لا إيران ولا حزب الله بدنا مسلم يخاف الله »).
- « Le peuple veut renverser le régime » (« الشعب يريد إسقاط النظام »)

L'un des slogans les plus scandés et brandis, « Le peuple veut renverser le régime », constitue un bel exemple de l'ancrage des slogans dans le présent et le vécu du peuple. Ce slogan qui a fait le tour de presque tous les pays arabes, de la Tunisie au Yémen en passant par l'Égypte, la Syrie, mais aussi la Jordanie, l'Arabie Saoudite et le Liban, a subi quelques modifications dans certains pays pour en refléter la situation politique.

« Le peuple veut renverser le régime ». C'est la traduction du slogan arabe « Ach-chaab yourid isqât an-nizâm », où « nizâm » veut dire à la fois régime politique et « système » (système social, économique et toutes les institutions de l'état).

Ce slogan est, pour la plupart des pays arabes, destiné au dirigeant et à son parti politique : Ben Ali dans le cas de la Tunisie, Moubarak pour l'Égypte, Ali Saleh pour le Yémen et Bachar Al Assad pour la Syrie. Ce slogan a donc différents destinataires selon l'appartenance territoriale de l'émetteur.

En Jordanie, en Arabie Saoudite et au Liban, ce slogan a subi des modifications en rapport direct avec la situation sociopolitique : les Jordaniens ne crient pas au renversement du régime mais plutôt à une réforme : « Le peuple veut réformer le régime » (« الشعب يريد إصلاح النظام »); les Libanais veulent renverser le

régime, mais pas n'importe lequel : « Le peuple veut renverser le régime confessionnel » (« الشعب يريد إسقاط النظام الطائفي »); et les Saoudiens veulent renverser la famille royale Al Saoud, donc indirectement le régime : « Le peuple veut renverser Al Saoud » (« الشعب يريد إسقاط آل سعود »).

Nous retrouvons aussi le passé dans le message exprimé par le slogan. Il y a en effet parfois des situations ou des événements passés que les manifestants rappellent afin de marquer le refus de ce passé mais essentiellement une rupture avec ces moments passés et donc la création d'un présent mais surtout d'un avenir différent et meilleur.

Le présent est également évoqué dans le slogan à travers les situations politiques et socio-économiques décrites, critiquées mais surtout rejetées.

d. Le territoire-culture

Le temps, notamment le passé, nous le retrouvons également sous une autre forme, celle de la culture. Les slogans reprennent en effet, souvent, des formules connues et reconnues. Ces slogans sont puisés dans les sources territoriales qui appartiennent à la culture passée ou issue du moment présent, dans le but de façonner un futur digne d'un être humain.

Nous relevons en effet un recours à des éléments de la culture populaire souvent modifiés selon la situation et la visée du message :

- chansons (voir un peu plus loin la partie consacrée à la chanson);
- vers de poèmes célèbres, tels que le vers célèbre de Abou al Qacem Al Chabbi : « Lorsqu'un jour le peuple veut vivre, force est pour le destin de répondre » (« إذا الشعب يوماً أراد الحياة فلا بد أن يستجيب القدر »), vers criés et chantés lors des manifestations par les peuples arabes en général et surtout par le peuple tunisien. Nous retrouvons également une version humoristique de ces vers brandis par un Égyptien lors d'une manifestation, version qui remplace le mot « destin » par le mot « vache » au pluriel pour désigner le président Moubarak et son entourage : « Lorsqu'un jour le peuple veut vivre, force est pour *les vaches* de répondre » (« إذا الشعب يوماً أراد الحياة فلا بد أن يستجيب البقر »);

- titres de films, particulièrement en Égypte où la production cinématographique est très développée et où il est donc tout naturel de voir les titres des films apparaître dans les slogans, avec des changements en rapport avec la situation.

Quelques exemples de titres de films utilisés lors de la révolution égyptienne :

- le slogan « Méfiez-vous de Facebook » (« احتس من الفيس بوك »), inspiré du film « Méfiez-vous du Khitt » - le Khitt est un tueur à gages dans le film – (« احتس من الخط »). Il s'agit d'un message adressé au président Moubarak pour qu'il se méfie du rôle que joue Facebook dans la révolution, rôle dont nous allons parler un peu plus loin;
- le slogan « Une révolution qui a secoué le royaume égyptien » (« ثورة هزت عرش مصر »), inspiré du film « Une femme qui a secoué le royaume égyptien » (« امرأة هزت عرش مصر »). Nous pouvons remarquer ici la référence à la république égyptienne par « royaume » pour dénoncer cette royauté déguisée en présidence;
- le slogan « Ou moi ou Hosni » (« يا أنا يا حسني »), inspiré du film « Ou moi ou ma tante » (« يا أنا يا خالتي »), où le moi réfère au peuple et Hosni au président égyptien Hosni Moubarak. Un message pour dire que le peuple et Moubarak ne peuvent plus coexister en Égypte; l'un d'eux doit partir et implicitement c'est Moubarak qui doit partir bien évidemment.

On pourra donc dire que le slogan révolutionnaire est doublement ancré dans la territorialité du pays. D'abord l'ancrage dans le passé représenté par une culture populaire, puis par le moment de l'énonciation du slogan, qui se définit par des actions immédiates et à visée pragmatique, c'est-à-dire destinées à changer la situation immédiate. Ici il faudrait signaler que la culture religieuse apparaît comme un constituant important de la territorialité culturelle.

e. Le territoire-langue

La langue joue en effet un rôle primordial aussi bien dans la définition que dans la manifestation de l'identité, et cela, non seulement au niveau individuel mais aussi au niveau collectif et social. « Le lieu de notre définition collective

est plus que toute la langue¹ ». Il est donc tout à fait normal que la langue actualisée dans le discours, au niveau individuel (parole, *hic et nunc*) et au niveau collectif (les slogans dans notre cas) reflète une certaine vision du monde et plus particulièrement l'identité nationale et les aspirations collectives. Dans notre cas, il faudrait souligner que la langue arabe se manifeste sous deux formes différentes : l'arabe standard et les parlers locaux.

Nous retrouvons ainsi des slogans en arabe classique, tels que ceux répétés dans presque tous les pays arabes : « ارحل » (« Dégage ») et « الشعب يريد اسقاط النظام » (« Le peuple veut renverser le régime »), mais aussi des slogans scandés ou écrits dans le parler arabe propre à chaque pays :

- En Égypte : « اللى خايف خايف ليه... هوة فاضل لينا ايه » (« Pourquoi doit-on avoir peur... qu'a-t-on encore à perdre ! »); « حسنى بيه يا حسنى بيه... كيلو العدس ب10 جنيه » (« Hosni bey ô Hosni bey... le kilo de lentilles est à 10 livres égyptiennes »);
- En Syrie : « يا رامي ويا مخلوف الشعب السوري مو خروف » (« Ô Rami ô Makhoulouf le peuple syrien n'est pas un mouton »); « مكتوب على الصرامي بشار ابن الحرامي » (« C'est écrit sur les chaussures que Bachar est fils de voleur »);
- En Libye : « يا معمر يا بوشفشوفة الشعب الليبي توه تشوفه » (« Ô Moamar aux tiffes ébouriffés tu verras bientôt ce que le peuple libyen fait »); « Obama must know! Gaddafi must go »;
- En Tunisie : « شهر شهرين، مناش مروحين » (« Un mois deux mois, d'ici on ne partira pas »); « Dégage dégage dégage يا خمّاج » (« Dégage dégage dégage toi le vil »).

Nous remarquons, notamment dans le cas de la Libye et de la Tunisie, la présence d'une langue étrangère : l'anglais pour la première, le français pour la seconde. C'est que l'une et l'autre langue sont très présentes dans les deux pays dans la communication orale et la vie quotidienne, le français étant parlé par la majorité des Tunisiens, et l'anglais étant pratiqué dans les grandes villes de la Libye et par les classes supérieures.

¹ Claude Hagège, « Identité nationale et langue française », *Le Monde*, 8 mars 2010; <https://lc.cx/Jn7P>, consulté le 10 juillet 2015.

On peut également noter le style humoristique, voire ironique et satirique, qui caractérise un grand nombre de slogans de la révolution égyptienne, le peuple égyptien étant connu pour son sens de l'humour qu'il ne semble pas avoir perdu, même en pleine révolution. Nous trouvons ainsi des slogans tels que « Dégage, ma main me fait mal » (« إرحل بقى إيدي وجعتني ») [à force de brandir la pancarte comportant le slogan]; « Si c'était un djinn il serait déjà parti... avec toutes mes excuses au diable » (« ده لو كان عفريت كان انصرف... مع الاعتذار لإبليس ») [pour dire que Moubarak est pire que le diable et les djinns]; « Dentiste... je viens arracher Moubarak » (« طبيب أسنان... جاي أخلع مبارك ») [jeu de mots sur le terme « arracher » qui est pris ici dans deux sens : arracher (une dent) et destituer (un président)]; « Si lui il détient un doctorat en entêtement, nous nous avons un prix Nobel en patience » (« لو كان هو دكتوراه في العناد... إحنا معانا نوبل في الصبر »).

Ainsi les slogans sont produits dans les deux types de langue arabe : classique et parlé. Cependant, l'observation que nous venons de faire montre que la territorialisation par les slogans se fait principalement dans les discours produits selon les codes locaux des parlers de chaque pays. Cela paraît tout à fait normal, puisque l'arabe parlé est beaucoup plus spontané chez le citoyen que l'arabe classique. Ce dernier est en fait plus utilisé dans le discours écrit que dans le discours parlé (sauf dans certaines émissions télévisées et les discours académiques).

Les slogans : graffités ou brandis, scandés ou chantés, facebookés ou twittés

Les slogans du *Printemps arabe* que nous venons de décrire ont été véhiculés par différents moyens : les graffitis et les pancartes brandies, les cris et les chants, mais également Facebook et Twitter.

Facebook et Twitter

L'un des aspects innovateurs des révolutions du *Printemps arabe* est l'utilisation massive des technologies modernes de communication, que ce soit Internet et ses réseaux sociaux, le téléphone mobile ou la télévision satellitaire. Ces derniers ont permis une circulation et une transmission rapide et vaste de l'information en rapport avec les mouvements de protestation des manifestants, engendrant ainsi une extension du territoire de la révolution en dehors des

pays arabes, puisque plusieurs manifestations ont eu lieu à Paris et ailleurs pour appuyer et soutenir les revendications des peuples arabes.

Internet est un des facteurs de ce mouvement [de contestation]. Il va très loin dans différents registres, notamment pour favoriser la reconstitution du lien social. Il fabrique un lien qui est beaucoup plus difficile à briser que les liens sociaux traditionnels. Les régimes autoritaires peuvent casser les syndicats, les associations, voire les familles, pour les plus redoutables d'entre eux. Briser la communication virtuelle est beaucoup plus difficile.¹

Internet en général et Facebook en particulier ont en fait facilité la communication entre les militants, notamment dans les pays où les rassemblements et les réunions étaient interdits. La coordination des mouvements se faisait ainsi sur la toile; les lieux et dates des manifestations étaient fixés dans ce monde virtuel.

Dans son article « La révolution Facebook en marche », publié dans *Le Monde* en 2011, Marie Ansquer est allée jusqu'à considérer les réseaux sociaux comme les libérateurs du monde : « Les réseaux sociaux sur Internet n'ont pas encore terminé leur travail de libérateurs du monde². » Nous trouvons l'écho de cette idée dans un slogan brandi sur la Place Tahrir au Caire : « Moubarak après sa mort... rencontra Abdel Nasser et Sadat... Ils lui demandèrent poison ou échafaud ? Il répondit Facebook » :

(« مبارك بعد ما مات... قابل عبد الناصر والسادات... سألوه سم ولا منصة؟ رد لأ فيس بوك »), et dans un autre brandi en Syrie : « Ô Bachar... Ne dis pas que Facebook est à l'origine de la révolution syrienne... C'est l'imbécile ton père qui en est la cause » (« يا بشار... لا تقول الثورة السورية سببها الفيس بوك... الثورة السورية سببها التيس أبوك »).

Beaucoup ont parlé de « révolution Facebook », mettant ainsi en relief le rôle primordial qu'ont joué dans ces révolutions les technologies de l'information et de la communication. Facebook en est probablement la vedette incontestée puisqu'il marie « le virtuel et le réel, la technologie moderne et la manifestation traditionnelle³ ». Les citoyens opposants passaient en fait de manifestants

¹ Bertrand Badie, *op. cit.*, p. 15.

² Marie Ansquer, « La révolution Facebook en marche », *Le Monde*, 13 février 2011, <https://lc.cx/Jn7y>, consulté le 5 juillet 2015.

³ Isabelle Mandraud, « En Tunisie, la révolution est en ligne », *Le Monde*, 7 février 2013 [17 janvier 2011], <https://lc.cx/Jn7R>, consulté le 5 juillet 2015.

dans les rues le jour à cybermilitants la nuit devant leur écran, organisant manifestations et *sit-in*, mobilisant leurs concitoyens à y participer, coordonnant les différents mouvements des différentes villes et, même parfois, choisissant les slogans des vendredis comme en Syrie :

Marque du Printemps arabe, les mots d'ordre des manifestations du vendredi [...], donnent lieu, toutes les semaines en Syrie, à un exercice de démocratie expressif et ludique à la fois. Sur la page Facebook *Syrian Revolution 2011*, une partie « questions » est réservée au « référendum national pour le choix de l'appellation du vendredi ». Elle lance les appels aux propositions et enregistre les voix des internautes pour le slogan du prochain vendredi. De trois à huit formules sont sélectionnées à partir de dimanche et soumises à un vote dont la clôture est fixée la nuit du mercredi au jeudi. La liste des slogans proposés est publiée dans des cartouches, où chacun peut cocher sa préférence. Tout au long de la semaine, chaque abonné Facebook peut partager le tableau avec ses amis en les invitant à voter¹.

Ajoutons à cela que toutes les étapes des différentes révolutions du *Printemps arabe*, ainsi que les répressions, les affrontements, les arrestations et les brutalités auxquelles ont dû faire face les manifestants étaient filmés et rendus publics nationalement mais surtout sur une échelle internationale, que ce soit sur Facebook mais aussi sur Youtube. Ils ont pu ainsi reprendre possession de la toile, jusqu'alors soumise à la censure et à la répression du gouvernement, et recouvrer leur liberté d'expression dont ils étaient jusqu'alors privés.

Les graffitis

Le graffiti, qu'on appelle parfois « Street art » (art de la rue), constitue un mode d'expression souvent associé au vandalisme, aux personnes qui se considèrent en marge de la société, voire du système. Les sociologues présentent le graffiti comme une manière d'affirmer son existence à l'autre qui l'ignore, de lui donner la preuve matérielle de son existence. Il constitue également un moyen de protestation ou de contestation, une façon de se souvenir et de ne pas oublier, le symbole parfois d'une appartenance à un territoire.

¹ Hala Kodmani, « Syrie : la révolution en slogans », *Libération*, 17 septembre 2011, <https://lc.cx/Jn7a>, consulté le 5 juillet 2015.

« Depuis le début de la révolution, l'Égypte a été témoin d'une explosion de la créativité. Les artistes se sont emparés des rues, transformés [*sic*] l'espace public en un témoignage visuel à propos de la bravoure et de la résistance »¹.

En Tunisie et en Égypte, les graffitis étaient rares avant la révolution, ces deux pays étant deux États policiers où les rues étaient « gardées » par les forces de l'ordre et où tout était soumis à la censure. Cependant, les graffitis ont envahi, dès les premiers jours de la révolution, les murs des villes tunisiennes et égyptiennes, mais également les blindés arrêtés sur la place Tahrir au Caire, s'affranchissant du joug de l'interdit, menant ainsi leur propre révolution qui a abouti à une émancipation artistique sans précédent dans ces pays, mais surtout à une réappropriation sociale et culturelle de l'espace public.

Dans les pays arabes, le pouvoir était présent dans les rues, que ce soit à travers ses représentants, les forces de l'ordre ou la police, ou à travers les images du dirigeant (Ben Ali ou Moubarak dans le cas de la Tunisie et de l'Égypte) ou les slogans issus du parti au pouvoir. Les citoyens étaient sans cesse victimes d'une agression visuelle dans les rues², et se trouvaient dans l'incapacité d'exprimer leur révolte et leur refus de leur condition de vie, se sentant étrangers, voire aliénés dans leur propre pays. En recouvrant les murs des villes de leurs productions, les graffiteurs ont pris possession de la rue et ont marqué leur présence par un acte visuel. Il s'agit donc d'un acte de réappropriation géographique ou territoriale, « une réappropriation de l'espace public comme expression d'une citoyenneté³ » mais également une réappropriation de l'expression ou de l'acte de s'exprimer, de la liberté d'expression, que ce soit l'expression artistique ou l'expression de la pensée, puisque les graffitis de la révolution portent souvent des messages politiques ou sociaux : critique du pouvoir, hommage aux martyrs, expression de haine, de refus ou de résistance, etc.

¹ Basma Hamdy et Don Kal aka Stone, « Walls of Freedom : focus sur le street art égyptien », *Première*, 2013, <https://lc.cx/Jn7L>, consulté le 2 juillet 2015.

² Sarra Grira, « L'art de rue à l'heure du 'printemps arabe' : les graffiti, ou l'inattendu de l'expression d'une citoyenneté en Tunisie et en Égypte », <https://lc.cx/Jn76>, consulté le 18 juillet 2015.

³ *Ibid.*

En Syrie, un graffiti tracé sur le mur d'une école à Deraa est à l'origine de « l'étincelle de l'insurrection syrienne¹ » : « Ton tour arrive, docteur » (« جايي عليك الدور يا دكتور »), un slogan adressé à Bachar Al-Assad, graffitié par un groupe d'écoliers peu de temps après le départ de Ben Ali en Tunisie et quelques jours après la chute de Moubarak en Égypte.

Il y a ici une différence de support entre les graffitis et les slogans scandés : les premiers sont écrits, linguistiques ou iconiques, et les deuxièmes sont oraux, scandés, individuellement ou collectivement. Il s'agit de deux systèmes différents de territorialisation : l'écrit est plus riche, nous semble-t-il. Il utilise la langue aussi bien que les formes non linguistiques et jouit d'une diversité de support (mur, affiche, pancarte, etc.). Il dispose également d'une grande variété de couleurs et de formes géométriques. Cela ne veut pas dire que l'oral ne dispose pas de ressources variées (rythme, tonalité, accent, ...) qui sont pour la plupart différentes des ressources de l'écrit. L'écrit est immuable, durable, alors que l'oral s'évanouit avec l'acte même de l'énonciation.

Le chant ou la chanson

La chanson, pendant les révolutions du *Printemps arabe*, a constitué l'un des supports pacifiques qu'ont utilisé les manifestants pour exprimer l'insurrection ou l'indignation. Qu'elles soient récentes, écrites et chantées spécialement pour les révolutions du *Printemps arabe* ou puisées dans le patrimoine artistique du pays, les chansons – directement adressées – ont cette capacité de mobiliser le peuple, d'élever sa voix contre la dictature et l'oppression, et de faire entendre ses revendications politiques et sociales, individuelles et collectives, non seulement aux confins de son pays mais également hors des frontières nationales.

Dans les zones urbaines partout dans le monde, de l'Afrique au Moyen-Orient en passant par l'Amérique du Sud, les jeunes ont encouragé, par la musique, leur génération à réintégrer l'espace d'expression et de développement personnel qui leur est dévolu et dont l'accès leur a été dérobé depuis des décennies. Les hymnes musicaux du *Printemps Arabe* sont une preuve d'une réappropriation de cet espace, libérant les plaintes qui n'ont jamais pu dépasser les murs des foyers pour faire vibrer les rues. Le hip hop

¹ Benjamin Barthe, « Les enfants de Deraa, l'étincelle de l'insurrection syrienne », 15 mars 2013 [8 mars 2013], <https://lc.cx/Jn7X>, consulté le 2 janvier 2016.

en Tunisie, en Égypte et au Moyen Orient a envahi cet espace public en lui réattribuant son rôle initial de forum participatif et interactif où les idées, le droit d'expression et le dialogue créent les valeurs et la société de demain¹.

Chaque peuple s'est inspiré de ses traditions musicales, puisant dans son patrimoine artistique des chansons dont il chantait le refrain ou d'où il puisait des slogans qu'il brandissait, la plupart des fois, sans y introduire de changement, mais d'autres fois en y changeant quelques mots pour l'adapter à la situation. Ainsi, la voix des Égyptiens s'élevait à la place Tahrir pour pointer du doigt le parti politique au pouvoir qui, selon eux, est la cause principale de la destruction du pays : « Je jure par son ciel et sa terre... le parti national qui l'a détruit » (« احلف بسماها ويترابها... الحزب الوطني اللي خربها »), qui est une adaptation d'une chanson d'un grand chanteur égyptien, Abdel Halim Hafez. D'autres chansons du même chanteur exprimaient le sentiment national « Que m'importe si je vis ou je meurs... » (« أموت أعيش ما يهمينيش... »), ou d'autres grands chanteurs comme Oum Kalthoum « Je m'ennuie de t'attendre » (« أنا في انتظارك ملّيت ») pour exprimer l'impatience du peuple devant le non-départ de Moubarak, ou Mohamad Abdel Wahab pour exprimer leur amour de la liberté « J'aime la vie en liberté » (« أحبّ عيشة الحرية »)².

D'autres chansons plus récentes ont inspiré des slogans humoristiques, tels que la chanson de Nancy Ajram « Moubarak s'adressant au peuple : Me fâcher contre toi oui, te quitter non » (« مبارك للشعب: أخاصمك آه... أسبيك لا ») pour exprimer une réponse de Moubarak imaginée par le peuple égyptien à la demande de « dégager »; ou la chanson de Haifa Wehbé altérée « Ben Ali, prend ton ami loin de moi... Ben Ali ton ami me rend fou » (« بن علي خد صديقك عني... بن علي صديقك جنني ») qui demande à Ben Ali de prendre Moubarak avec lui en Arabie Saoudite où il s'est exilé.

¹ Sarah Nardone, « Les hymnes du printemps arabe », *JMI Foundation*, 11 octobre 2011, <https://lc.cx/Jn7D>, consulté le 15 juillet 2015.

² Nader Srage, *La révolution égyptienne et les slogans de sa jeunesse. Une étude linguistique sur la spontanéité de l'expression* (مصر الثورة وشعارات شبابها. دراسة لسانية في عفوية التعبير), Qatar, Centre Arabe des Recherches et Études Politiques, 2014.

Conclusion

Les révolutions du *Printemps arabe* sont avant tout des révolutions langagières qui ont brisé le mur du silence et de la censure, libérant le langage et utilisant le slogan dans toutes ses formes pour exprimer et crier haut et fort la haine que vouent les peuples à leurs dirigeants, leurs revendications et leur refus de la répression dont ils sont victimes et des conditions de vie médiocres dans lesquelles ils vivent.

Brandi, scandé, graffité ou chanté, le slogan s'est fait le porte-parole du peuple arabe, une image de leur territoire, dans tout ce que ce mot peut englober comme acceptions : territoire-espace, territoire-temps, territoire-personnalité, territoire-culture et territoire-langue; le territoire étant le point de départ, les ressources et la finalité des révolutions du *Printemps arabe*.

À la fin de cette étude, il est utile de répéter que la langue est le reflet d'une certaine vision du monde et que toute actualisation linguistique reflète l'attitude de l'entité, individuelle ou collective, qui prend en charge cette actualisation. Or, cette actualisation s'est avérée directement liée au territoire dans lequel elle est effectuée. Tout slogan puise sa force dans le territoire collectif, à la fois aux niveaux linguistique, historique, esthétique et même technologique.

Mais, que ce soit à ces différents niveaux de la territorialité ou selon ses différentes manifestations, c'est toujours l'être humain qui est au centre de toute cette mouvance : l'être collectif qui se révolte (le peuple) et l'individu et son entourage contre lequel il plante et scande ses slogans.

Références

- Ansquer, Marie, « La révolution Facebook en marche », *Le Monde*, 13 février 2011, <https://lc.cx/Jn7y>, consulté le 5 juillet 2015.
- Badie, Bertrand, « Printemps arabe : un commencement », *Études*, n° 7, 2011, <https://lc.cx/Jn7h>, consulté le 10 septembre 2016.
- Barthe, Benjamin, « Les enfants de Deraa, l'étincelle de l'insurrection syrienne », 15 mars 2013 [8 mars 2013], <https://lc.cx/Jn7X>, consulté le 2 janvier 2016.
- Bertrand, Badie, « Printemps arabe : un commencement », *Études*, n° 7, 2011, p. 8; <https://lc.cx/Jn7h>, consulté le 10 septembre 2016.
- Bousselmi, Myriam, « Les slogans avant et après la Révolution tunisienne », dans *Littératures du Maghreb*, 2015; <https://lc.cx/Jn7n>, consulté le 10 juillet 2015.
- Charaudeau, Patrick et Dominique Maingueneau, *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil, 2002.
- Girra, Sarra, « L'art de rue à l'heure du 'printemps arabe' : les graffiti, ou l'inattendu de l'expression d'une citoyenneté en Tunisie et en Égypte », <https://lc.cx/Jn76>, consulté le 18 juillet 2015.
- Hagège, Claude, « Identité nationale et langue française », *Le Monde*, 8 mars 2010, <https://lc.cx/Jn7P>, consulté le 10 juillet 2015.
- Hamdy, Basma et Don Kal aka Stone, « Walls of Freedom : focus sur le street art égyptien », *Première*, 2013, <https://lc.cx/Jn7L>, consulté le 2 juillet 2015.
- Harrap's 21st Century Dictionary*, Londres, Chambers Harrap Publishers Ltd, 2003.
- Kodmani, Hala, « Syrie : la révolution en slogans », *Libération*, 17 septembre 2011, <https://lc.cx/Jn7a>, consulté le 5 juillet 2015.
- Maingueneau, Dominique, « Hyperénonciateur et "participation" », *Langages*, n° 156, 2004.
- Mandraud, Isabelle, « En Tunisie, la révolution est en ligne », *Le Monde*, 7 février 2013 [17 janvier 2011], <https://lc.cx/Jn7R>, consulté le 5 juillet 2015.
- Nardone, Sarah, « Les hymnes du printemps arabe », *JMI Foundation*, 11 octobre 2011, <https://lc.cx/Jn7D>, consulté le 15 juillet 2015.
- Navarro Dominguez, Fernando, « La rhétorique du slogan : cliché, idéologie et communication », *Bulletin Hispanique*, vol. 107, n° 1, 2005.
- Ravaz, Bruno, « Printemps arabe et liberté d'expression : le cri primal de la démocratie », *MULTIMED – Revue du Réseau Transméditerranéen de Recherche en Communication*, n° 2, 2012.
- Reboul, Olivier, *Le slogan*, Paris, PUF, 1975.
- Srage, Nader, *La révolution égyptienne et les slogans de sa jeunesse. Une étude linguistique sur la spontanéité de l'expression* (مصر الثورة وشعارات شبابها. دراسة لسانية في عفوية التعبير), Qatar, Centre Arabe des Recherches et Études Politiques, 2014.
- Zakhour, Lina, « Printemps arabe : de l'imaginaire au réel. Les moyens d'information et de communication font la révolution », *Hermès, La Revue*, n° 61, 2011, <https://lc.cx/Jn7z>, consulté le 10 septembre 2016.