

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de L'enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université de Saida Dr Moulay Tahar
Faculté des lettres, langues et des arts
Département des lettres et langue française



Mémoire de Master

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Langue Française

Spécialité : Sciences du langage

Intitulé :

L'analyse du discours des Haraga

« Cas des jeunes algériens sur YOUTUBE »

Réalisé et présenté par :

Djebbar Ilyes Abderrezak

Sous la direction de :

M. Ouardi Brahim

Devant le jury composé de :

Mme Arabi Malika

Présidente

Mme Bouhadjar Souad

Examinatrice

Pr. Ouardi Brahim

Rapporteur

Année universitaire : 2021/2022

Remerciements

Merci d'abord à Dieu de m'avoir donné le courage et la volonté d'accomplir ce travail de recherche

J'adresse mes vifs remerciements à mon directeur de recherche **Pr. OUARDI** pour son soutien, la pertinence de ses conseils, pour son encadrement scientifique et pédagogique durant lequel j'ai bénéficié de ses idées, ses critiques et de ses remarques pour aboutir à mon travail de recherche.

Cher Directeur, merci énormément.

Un grand remerciement à mes amis, mes collègues, mes enseignants, à tous ceux qui m'ont encouragé et soutenu de prêt ou de loin dans ce travail.

À tous les enseignants du département de français ainsi qu'aux membres du jury qui m'ont accordé leur patience pour lire mon modeste travail.

Dédicaces

Le travail est d'abord dédié à mes chers parents qui n'ont cessé de contribuer à la bonne réussite de mes études durant mon cursus (primaire, secondaire et universitaire).

Merci d'être toujours là derrière moi pour m'épauler et veiller sur moi.

À tous mes amis et collègues et à toute personne à laquelle j'ai pensé et occupant une partie dans mon cœur.

L'analyse du discours des Haraga

« Cas des jeunes Algériens sur YouTube »

Résumé

Notre travail de recherche porte sur l'analyse de 4 vidéos comportent le discours de “Haraga” Algériens sur le réseau social « YouTube ».

L'objectif visé par ce travail est de faire une découverte des caractéristiques du discours de “Haraga” en faisant une analyse basée sur les différents plans (énonciatif, stylistique, sémantique, syntaxique et iconique)

Mots clés : le discours, phénomène de “Haraga”, réseaux sociaux, YouTube

Tables des matières

Chapitre 1 : La partie Théorique

1. La notion du discours.....	14
<i>Les fonctions du discours.....</i>	15
2. La théorie de l'énonciation chez Émile Benveniste.....	15
<i>La situation d'énonciation.....</i>	17
3. Les déictiques.....	17
<i>Un énoncé embrayé.....</i>	
<i>Les déictiques indiquant la personne.....</i>	
<i>Les déictiques</i>	
<i>Les déictiques indiquant l'espace.....</i>	18
4. Communauté discursive.....	19
<i>Discours / Texte.....</i>	
5. Le discours chez Jean-Michel-Adam.....	19
6. Condition de production.....	24
7. Error! Reference source not found.....	Error!
Bookmark not defined.	
8. Les actes de langage.....	24
9. Le discours numérique natif.....	25
10.Le signe linguistique.....	26
<i>Différents types de signes.....</i>	
<i>L'image</i>	28
<i>Plan type d'analyse d'une image.....</i>	28
11.L'immigration clandestine.....	29
<i>Le phénomène du haraga en Algérie.....</i>	30
12.Les réseaux sociaux.....	31

<i>Le réseau social YouTube.....</i>	32
<i>Une chaîne YouTube.....</i>	35
13. Conclusion.....	35

Chapitre 2 : La partie Analytique

1. Introduction	38
2. Présentation du corpus.....	38
3. L'analyse des vidéos.....	39
<i>L'analyse énonciatif.....</i>	39
<i>La situation énonciative.....</i>	
4. Les dimensions énonciatives.....	41
<i>Référentielle.....</i>	41
5. Les déictiques.....	43
<i>Les déictiques indiquant la personne.....</i>	43
<i>Les pronoms personnels.....</i>	43
<i>Les déictiques indiquant le temps.....</i>	45
<i>Le temps des verbes.....</i>	
<i>Le présent de l'indicatif</i>	45
<i>Le passé composé</i>	46
<i>Le futur simple.....</i>	46
6. Les circonstances temporelles.....	47
<i>Les adverbes de temps.....</i>	
<i>Les déictiques indiquant l'espace.....</i>	
<i>Les adverbes de lieu.....</i>	47
<i>Les adjectifs démonstratives.....</i>	
7. Le plan de l'énonciation.....	48
<i>Les énoncés embrayés.....</i>	48

<i>Les adjectifs (qualificatifs et péjoratifs)</i>	49
<i>Les adverbes.....</i>	50
<i>Les verbes de modalité et d'avis.....</i>	50
<i>Les phrases rhétoriques.....</i>	51
8. Etude thématique.....	51
9. L'analyse syntaxique des vidéos.....	52
<i>L'utilisation du langage familier.....</i>	
<i>L'ironie.....</i>	53
<i>La répétition d'un mot.....</i>	
10.L'analyse de style.....	54
<i>Registre de langue.....</i>	
11.Les figures de style.....	55
<i>La métaphore.....</i>	
<i>La comparaison.....</i>	
<i>La personnification.....</i>	
<i>L'antithèse.....</i>	57
12.Les actes de langages.....	57
13.Analyse iconique.....	58
<i>Analyse figure 1 (vidéo 1)</i>	59
<i>Analyse figure 2 (vidéo2)</i>	62
<i>Analyse figure3 (vidéo3)</i>	64
<i>Analyse figure 4 (vidéo4)</i>	66
14.Conclusion.....	68
Conclusion générale	
Bibliographie	
Annexes	

Introduction générale

Depuis l'aube de l'humanité, les populations sont déplacé d'un pays à l'autre, d'un continent à l'autre. Elles sont déplacées parfois pour quelque temps, parfois pour toujours, parfois isolées, parfois par groupes afin d'arriver à atteindre leurs objectifs en cherchant des lieux propices à la vie, loin de l'hostilité humaines et naturel. Et même si la sédentarité fait partie de sa nature, l'humain doit aller néanmoins à la recherche de ses lieux accueillants même en prenant des risques.

Plusieurs civilisations entières ont été construites, détruites et bouleversé à cause de ces mouvements migratoires, illégales ou suicidaire qui ont apparus suite à la mutation des rapports sociaux et l'émergence du concept des frontières entre les différents pays.

En Algérie, le phénomène de Haraga (brûleurs) a pris des proportions inquiétantes au cours de la dernière décennie et est devenue un véritable enjeu. Plus qu'une immigration, on assiste à un suicide collectif de milliers de jeunes qui choisissent de pénétrer illégalement des territoires, souvent européens, et cela en bravant les dangers et les embuches des terres et de la mer méditerranée qui est devenue le lieu de ce sinistre qui interpelle les consciences et exige des mesures adéquates. Ce phénomène n'a donc jamais été aussi inquiétant et suscité autant d'interrogations.

L'éclatement du phénomène de Haraga à conduit à l'émergence d'un nouveau discours de plus en plus observable sur des plateformes des réseaux sociaux notamment sur des chaines YouTube qui sont considérées de nos jours comme un moyen de propagation de ce type de discours.

Ce discours de Haraga est manifesté sur une chaine sur nommée « Houssem Wahrani »

Notre choix du sujet est dû à un constat d'un phénomène délicat qui touche la société algérienne et qui ne cesse de prendre l'ampleur chaque année en posant un vrai dilemme pour la jeunesse en particulier et il est d'actualité.

Une de nos motivations est de vérifier :

- Quelles sont les raisons qui poussent la jeunesse algérienne de chercher à tout prix de quitter leur pays et les facteurs qui contribuent à l'avènement de ce discours. L'analyse du discours est le domaine dans lequel on traite notre travail

de recherche qui va nous aider à son tour à analyser ces vidéos afin d'atteindre notre objectif qui répond à notre problématique ci-dessous :

- **Quelles sont les caractéristiques du discours de Haraga au sein des vidéos sur la chaîne YouTube « Houssein Wahrani » ?**

Les questions de recherche sont :

- Quels sont les différents sujets dont les vidéos parlent et de quelle manière ils se manifestent dans ce discours ?
- Dans quelle mesure le discours de Haraga est représenté sur les différents plans stylistique, énonciatif et référentiel.

Pour des réponses provisoires à nos questions de recherche :

- **La situation politique, social et économique** peut représenter les sujets les plus fréquents dans le discours du Haraga algériens.
- Sur le plan stylistique, nous dégagerons les figures de styles utilisées par les locuteurs et nous pensons qu'ils feraient recours à **la comparaison, la métaphore, l'antithèse et la personnification**. Nous dégagerons aussi les différents actes langagiers.

Notre travail se subdivise en deux grandes parties, une partie conceptuelle et une partie méthodologique, nous commençons par définir les notions théoriques qui concernent notre cercle d'étude, puis nous présenterons notre corpus qui constitue l'analyse d'un ensemble de 4 vidéos émis par les « Haraga » algériens afin d'arriver à atteindre notre objectif qui consiste à identifier les différentes caractéristiques du discours des haraga en faisant une analyse basée sur plusieurs plans :

- Les indices énonciatifs (les déictiques, les modalisateurs, les verbes employés)
- L'analyse stylistique là où on s'intéresse d'abord aux registres de langue et aux figures de styles.

- Les indices référentiels (l'étude des champs sémantiques et les arguments présents dans un discours qui nous permettent d'analyser les représentations de l'émetteur ou les représentations qu'il souhaite)
- L'analyse des figures iconiques qui consiste à analyser 4 figures qu'on va essayer de décrypter à partir de la description, l'étude du contexte et l'interprétation.

Chapitre I :
définition des mots
clés et notions
théoriques

Introduction

Dans ce premier chapitre de notre travail de recherche nous faisons appel à des notions théoriques incluant notre cercle d'étude.

Dans le but d'analyser le discours et de l'appréhender comme articulation de textes et des lieux sociaux, les linguistes contribuent à la constitution d'un champ de recherche autonome dont l'objet est le discours lui-même. Ce champ de recherche est un produit d'un long processus qui s'inscrit de façon générale dans le cadre de l'évolution des sciences du langage à partir des années soixante. Il s'agit de l'analyse du discours : une technique de recherche en sciences sociales dont l'objet n'est ni l'organisation textuelle ni la situation de communication, mais ce qui noue à travers un certain dispositif d'énonciation. Elle peut étudier les mêmes données que d'autres disciplines du discours, mais à travers son point de vue spécifique. L'analyse du discours joue un rôle majeur puisqu'elle facilite lors de l'appréhendassions d'un discours oral ou écrit, le dégagement du sens voulu par l'auteur que recouvrent les unités linguistiques présentes, mais aussi d'autres unités dites non linguistiques qui interviennent dans la construction du sens. Le discours a depuis toujours occupée une place importante dans l'étude du langage. Cependant, ce terme recouvre plusieurs acceptions selon les chercheurs.¹

1. La notion du discours

Tout d'abord, nous commençons par définir la notion du discours en s'appuyant sur les différents spécialistes à l'image du Dominique Maingueneau, Jean-Michel Adam et Emile Benveniste.

Le discours occupe une place fondamentale dans les recherches et les débats des sciences du langage, l'instabilité de la notion du discours rend dérisoire toute tentative de donner une définition précise du discours et de l'analyse du discours. Pour cela nous pouvons dans ce cas expliquer pourquoi le terme de discours recouvre plusieurs acceptations.

¹ La Polémique Médiatique dans le Discours Analyse de Discours Linguistique et Iconique, cité par MUSTAPHA Hind dans un cadre de mémoire en 2019

D'après les chercheurs², Il est primordial de citer que la notion de discours est très large et supporte de nombreux changements dans l'espace et dans le temps.

Le mot discours peut aussi désigner des énoncés solennels (le président a fait un discours), ou référer à des paroles sans effet (tout ça, c'est des discours), ou encore désigner n'importe quel usage restreint de la langue : "le discours politique", "le discours polémique", "le discours des jeunes" etc.

Ce dernier emploi de discours est selon Dominique Maingueneau assez ambigu « *car il peut désigner aussi bien le système qui permet de produire un ensemble de textes que cet ensemble lui-même* »³.

Également, le terme discours dans son acceptation la plus large celle qu'il a précisément dans analyse du discours, désigne moins « *un champ d'investigation délimité qu'un certain mode d'appréhension du langage* »⁴ dont ce dernier n'y pas considéré comme une structure arbitraire mais comme l'activité du sujet inscrits dans des contextes déterminés.

1.1. Les fonctions du discours

Le discours remplit trois fonctions :

- Une fonction propositionnelle (ce que disent les mots)
- Une fonction illocutoire (ce que l'on fait par les mots : accuser, ordonner, Demander une Information, etc....) ; par l'acte illocutoire, s'instaure une relation, un rapport entre les interactants ;
- Une fonction perlocutoire (le but visé), agir ou chercher à agir sur l'interlocuteur.

2. La théorie de l'énonciation chez Émile Benveniste

En partant du mode de fonctionnement de l'énonciation⁵, oppose le discours à la langue qui est un ensemble fini relativement stable d'éléments potentiels. C'est le

² D. Maingueneau (1998), dans son livre : Analyser les textes de communication, éd. Dunod. P. 37.

³ D. Maingueneau (1998), Analyser les textes de communication Op cit

⁴ D. Maingueneau (1996), Aborder la linguistique, Ed Seuil

⁵ Benveniste, E. (1970). *L'appareil formel de l'énonciation, langages*

lieu où s'exercent la créativité et la contextualisation qui confèrent de nouvelles valeurs aux unités de la langue. Il définit ensuite l'énonciation comme l'acte individuel par lequel un locuteur met en fonctionnement le système de la langue "la conversion de la langue en discours"

Le discours, dira-t-il, est cette manifestation de l'énonciation chaque fois que quelqu'un parle. Cette définition de Benveniste semble entretenir un lien avec celle que⁶ énonce de la manière suivante : « *un discours est un énoncé caractérisable certes par des propriétés textuelles mais surtout comme un acte de discours accompli dans une situation (participants, institutions, lieu, temps)* ».

À partir d'ici, nous pouvons comprendre que l'étude de la théorie énonciative, c'est le fonctionnement de la langue et c'est l'emploi de certains signes que les circonstances de l'énonciation vont changer, c'est-à-dire un énoncé produit dans telle circonstance (contexte) n'est jamais le même si on change seulement un seul élément de ses paramètres.

Par exemple : Le 4 octobre 2021 un harag du nom (Bachir. 30 ans) répond au premier question du journaliste concernant le phénomène du Haraga : « En Algérie, il n'y a rien, tout est cher, il n'y a pas d'espoir, il n'y a pas de logement comme tout le monde, c'est ton droit, te débrouiller un travail, que tu aies une voiture pour accompagner ta famille, tout est un rêve, tu meurs sans le réaliser, c'est des droits de l'homme, la base tu ne l'atteins pas, seuls quelques-uns y arrivent »

Les acteurs dans cet énoncé sont : énonciateur (Bachir.30 ans), énonciataire (Le journaliste), le temps : le 4 octobre 2021, le lieu : Paris, et si on remplace seulement un composant de l'énoncé il sera différent.

L'énonciation est donc définie comme l'opération de produire des énoncés, c'est un acte individuel d'utilisation de la langue. Selon Benveniste les énoncés sont définis comme une production langagière marquée par deux pauses et l'énoncé peut être un texte, un mot ou une phrase suite à un segment effectivement produit par un locuteur. La valeur informative de l'énoncé est bien écartée de celui qui le prononce, mais liée aux circonstances de la production.

⁶ Adam, J.-M. (1993). *Le texte et ses composants*. Semen. Consulté le 04 12, 2022, sur <http://semen.revues.org/4341>

2.1. La situation d'énonciation

Selon Benveniste, toute situation d'énonciation exige quatre éléments :

Deux acteurs au minimum : un énonciateur et un énonciataire (émetteur, récepteur), un lieu et un temps. Ces Composants de toute situation d'énonciation correspondent aux questions suivantes : (qui ? À qui ? où ? Et quand)

Un énoncé produit dans telle circonstance ni jamais le même si on change seulement un seul élément de ses paramètres. Comme l'exemple suivant : Le journaliste pose une question sur les causes du phénomène de haraga, (Mohamed.17 ans) répond : « Ce pays ne donne rien, pas de travail il te faut des connaissances, on a du pétrole, mais on en a rien fait, le pain de la maison est mangé par l'étranger »

Le locuteur ou celui qui parle est Mohamed

A qui ? Ou l'interlocuteur est le journaliste

Où ? Ou le lieu ? À Paris

Le temps ? Ou Quand ? : Le 21 Octobre 2021.

La situation énonciative permet d'identifier ses éléments et d'en avoir plus d'informations par exemple : pour connaître ce qui est se « On » ou bien le lieu, le seul moyen s'avère la situation de l'énonciation.

3. Les déictiques

On appelle embrayeurs des unités linguistiques dont la valeur référentielle dépend de l'environnement spatio-temporel de leur occurrence.

Les déictiques sont très importants dans l'analyse énonciative car, ils sont conçus des unités linguistique inséparables de la situation de l'énonciation et permettant d'identifier ses éléments qui conviennent aux éléments suivants (je, tu, ici et maintenant) qui ne se trouvent pas parfois d'où le nécessité des déictiques.⁷

⁷ L'analyse du discours de la haine en ligne, cité par MAÏGA Aly dans un cadre de mémoire en 2020

3.1.1. Un énoncé embrayé

C'est lorsque les déictiques se trouvent présents dans un énoncé car, c'est la présence des déictiques qui nous permet de dire que la relation entre l'énoncé et la situation d'énonciation s'est établie ou non. Dans notre corpus, les énoncés se trouvent embrayer.

Benveniste distingue trois types de déictiques qui sont les suivants :

3.1.2. Les déictiques indiquant la personne

(Je, tu, nous et vous), Benveniste affirme qu'ils sont des véritables indices de la personne.

(Il, ils, elle, elles), représentant et anaphorique.

Il : peut représenter tout (choses, gestes, etc.). Pour cela Benveniste l'appelle la non personne.

(On) selon Benveniste, ce pronom est défini. Il est défini s'il renvoie à une personne ou un groupe bien défini.

D'autre part il peut être générique quand il joue le rôle d'un sujet universel, il renvoi à tout le monde.

Le troisième critère est que le pronom on peut être inclusif s'il inclut le locuteur dans l'énoncé.

3.1.3. Les déictiques temporelles

Les temps verbaux ;

- Le présent de l'énonciation
- Le passé composé
- Le future simple

3.1.4. Les déictiques indiquant l'espace

Ce type de déictique situe l'énoncé dans un espace précis et donc on trouve :

- Les adverbes de lieu
- Les adjectifs démonstratifs

4. Communauté discursive

On entend par là les groupes sociaux qui produisent et gèrent un certain type de discours.⁸

Le recours à cette notion n'implique que les institutions productrices d'un discours ne sont pas des médiateurs, Transparents. Les modes d'organisation des hommes et de leurs discours sont inséparables, l'énonciation d'une formation discursive à la fois suppose et rend possible le groupe qui lui est associé.

Cette notion peut s'appliquer dans deux domaines différents :

- Pour les énonciateurs d'un même type de discours (journalistique, scientifique ...), qui partagent un certain nombre de modes de vie, de normes, etc.
Exemple de ce type de communauté discursive les communautés communicatives translangagières⁹, c'est-à-dire les institutions qui énoncent dans plusieurs langues (entreprises multinationales, recherche scientifique ...)
- Pour les énonciateurs relevant de positionnements concurrents (un journal, un parti politique, une école scientifique ...) dans un même champ discursif et qui se distinguent par la manière dont ils s'organisent. Cette notion de communauté discursive doit être spécifiée en fonction de l'approche que l'on mène. On peut s'intéresser seulement à ceux qui produisent les discours ou prendre en compte l'ensemble des divers types d'agents qui sont attachés à cette production.

5. Le discours chez Jean-Michel-Adam

Selon Jean-Michel-Adam « *le discours est un énoncé caractérisable par des propriétés textuelles, mais surtout comme un acte de discours accompli dans une situation (participants, institution, lieu, temps) ; ce dont rend bien compte le concept*

⁸ Mainguenu D, C. F. (1995). *L'analyse de discours constitutants*.

⁹ BEACCO J.-C. (1992), « Les genres textuels dans l'analyse du discours : écriture légitime et communautés translangagières » •Langages 105, 8-27

de « conduite langagière » comme mise en œuvre d'un type de discours dans une situation donnée »¹⁰.

Dans les sciences de langage, cette notion de discours est beaucoup utilisée, suite à l'influence du courant pragmatique. Dominique Maingueneau renvoie au mode d'appréhension du discours dans la communication verbale. Il décrit ainsi plusieurs **traits du discours** que nous allons présenter brièvement :

- **« Le discours est une organisation transphrastique** (au-delà de la phrase) : la structure des mots relève d'un autre niveau que celui de la phrase. Le discours est soumis à des règles d'organisation en vigueur dans un groupe social déterminé portant sur le plan de texte, la longueur de l'énoncé, etc.
- **Le discours est orienté** : il se développe dans le temps en fonction d'une fin choisie par le locuteur. La linéarité qui caractérise le discours se manifeste par une gestion préalable du locuteur de son discours par : un jeu d'anticipations, ou de retours en arrière, glissement des commentaires au fil du discours, etc. Ce développement linéaire change selon le type d'énoncé : monologal ou dialogal (comme par exemple, énoncé interrompu dans une interaction par l'interlocuteur ou rattrapage des mots qui échappent au locuteur, etc.).
- **Le discours est une forme d'action** : toute énonciation constitue un acte de langage qui vise à changer une situation (promettre, suggérer, affirmer, interroger, etc.). Les actes de langage s'inscrivent dans des genres déterminés de discours (une consultation médicale, un journal télévisé, un tract, etc.) qui visent à produire une modification sur des destinataires.
- **Le discours est interactif** : tout discours suppose un échange verbal entre deux partenaires, sous forme d'interaction orale comme dans une conversation. D. Maingueneau distingue entre « l'interactivité » fondamentale du discours et « l'interaction orale ». Il définit l'interactivité comme « un échange, explicite ou implicite, avec d'autres énonciateurs, virtuels ou réels, elle suppose toujours la présence d'une autre instance d'énonciation à laquelle s'adresse l'énonciateur et par rapport à laquelle il construit son propre discours ».¹¹

¹⁰ J.-M. Adam (1990) : *Eléments de linguistique textuelle*, éd. Mardaga. P. 23.

¹¹ D. Maingueneau (1998) Op cit, p. 39-40

- **Le discours est contextualisé** : on ne peut pas attribuer du sens au discours hors contexte. Un même énoncé prononcé dans deux lieux différents peut correspondre à deux discours distincts. De plus, le discours contribue à définir son contexte qu'il peut modifier en cours d'énonciation (par exemple, un locuteur peut avoir une conversation d'amitié avec son interlocuteur et dans un autre endroit le même locuteur aura un statut différent comme un médecin ou un professeur et entame une conversation différente avec le même interlocuteur du type médecin / patient ou professeur / étudiant).
- **Le discours est pris en charge par un sujet** : le sujet énonciateur « je » assume la responsabilité de son discours et choisit une attitude énonciative. L'exemple proposé par Maingueneau est celle de l'énoncé "il pleut" qui est donné comme vrai par son énonciateur ce qui lui rend responsable vis-à-vis de son contenu. Toutefois, il peut modifier son degré d'adhésion "Peut-être qu'il pleut", ou rendre quelqu'un d'autre responsable de cet énoncé "Selon Paul il pleut", commenter sa propre parole "Franchement, il pleut", etc.
- **Le discours est régi par des normes** : chaque acte de langage est régi par des normes particulières qui justifient sa présentation, plus principalement, "tout acte d'énonciation ne peut se poser sans justifier d'une manière ou d'une autre son droit à se présenter tel qu'il se présente ". Ex : un acte comme la question suppose que le locuteur ignore la réponse et que son interlocuteur peut lui répondre.¹²
- **Le discours est pris dans un interdiscours** : chaque discours s'inscrit dans un genre qui gère à sa manière des relations interdiscursives multiples. Un livre d'histoire ne cite pas de la même façon et n'utilise pas les mêmes sources qu'un guide touristique.

Nous retenons plusieurs caractéristiques importantes parmi celles mentionnées plus haut qui jouent un rôle important dans notre analyse du discours des guides. Le discours est orienté par son locuteur, et l'exemple de notre discours de guide confirme cette réalité : le guide insère des remarques et des commentaires sur sa propre parole et il a souvent recours à des anticipations ou retours en arrière pour orienter son discours.

¹² D. Maingueneau Op cit p. 41.

Le discours du guide est très interactif. Cette interactivité se manifeste à plusieurs niveaux : outre les passages conversationnels que le guide peut avoir avec les touristes et qui montre son interactivité, nous avons aussi à faire à un discours qui est la plupart du temps un discours monologal très interactif lié à des réactions des interlocuteurs non verbales comme les gestes, les mimiques et les regards ou encore le rire. Le guide imagine également la réaction de l'autre en fonction de la représentation qu'il a de ses interlocuteurs. Ce phénomène de prise en compte de l'autre dans le discours est fondamental et très présent dans le discours du guide.

Les autres critères tels que les normes et l'interdiscours sont aussi importants que le reste, dans la mesure où on va comparer le discours du guide avec d'autres genres, ainsi que notre objectif de formation nous oblige à déterminer les normes de ce discours qu'on va enseigner.¹³

4.1. Discours / Texte

D'après J-M Adam il est possible d'envisager le texte comme une configuration qui est réglée par les différents modules ou une interaction continue du sous-système. La division de l'organisation pragmatique se fait en trois modules qui sont à savoir. Il convient de distinguer tout d'abord entre les deux notions de discours et texte. Selon lui, le discours est un énoncé caractérisable certes par des propriétés textuelles, mais surtout comme un acte de discours accompli dans une situation (participants, institution, lieu, temps) ; ce dont rend bien compte le concept de "conduite langagière" comme mise en œuvre d'un type de discours dans une situation donnée. Le texte, en revanche, est un « *objet abstrait résultant de la soustraction du contexte opérée sur l'objet concret (discours)* »¹⁴

Autrement dit :

Discours = texte + condition de production

Texte = discours – condition de production.

¹³ theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2004.abul-haija_s&part=85783#Notefn33 consulté le 14-6-2022

¹⁴ Adam, J. M. (1987). *Types des séquences textuelles élémentaires*. Metz.

J.-M. Adam parle de discours littéraire, religieux, journalistique, politique, militaire, etc. et de genres du discours religieux comme la prière, le sermon, la parabole, etc., de genres des discours journalistique, politique, scientifique, didactique, public, etc. Ce qui signifie que « des hypothèses typologiques peuvent être formulées depuis des perspectives très diverses ». La typologie de textes¹⁵ que établie est basée sur une approche linguistique et textuelle.

Retenir le terme de texte, centre l'attention sur les dimensions linguistiques. Dans une perspective didactique, E. Roulet trouve que l'emploi du terme de texte est *« malheureux car il est trop marqué par une connotation interphrastique (...) non seulement ce terme renvoie intuitivement exclusivement à l'écrit, ce qui tend à renforcer la pente naturelle de la pédagogie de la langue maternelle, mais surtout il se situe implicitement dans un paradigme de catégories du sens pratique mal définies comprenant en particulier le mot et la phrase »*¹⁶.

Aussi E. Roulet préfère-t-il utiliser le terme de discours, plutôt que celui de texte ; *« le terme de discours présente le triple avantage de neutraliser la dimension écrite, de marquer nettement la différence entre les deux niveaux grammatical et discursif et de renvoyer à une unité minimale qui n'est plus de l'ordre de la proposition mais de l'acte. Par ailleurs, le terme de discours se prête mieux à l'intégration, qui paraît de plus en plus nécessaire dans l'étude des « grandes masses verbales, des dimensions sociales, interactionnelle, référentielle et psychologique »*¹⁷

Selon D. Maingueneau, on a tendance à parler de texte pour *« des productions verbales orales ou écrites et qui sont structurées de manière à durer, à être répétées, à circuler loin de leur contexte originel »*¹⁸. Dans l'usage courant, on parle plutôt de textes littéraires ou juridiques mais jamais de textes pour désigner une conversation.

¹⁵ Adam, J. M. (1987) Op cit

¹⁶ E. Roulet (1991) : "Une approche discursive de l'hétérogénéité discursive" in *ELA* n°83, P. 123

¹⁷ IDEM

¹⁸ D. Maingueneau (1998) : idem, P. 43.

6. Condition de production

Cette notion issue de la psychologie sociale a été élaboré par Pêcheux pour désigner non seulement l'environnement matériel et institutionnel du discours, mais aussi les représentations imaginaires que se font les interactants de leur identité respective ainsi que du référent de leur discours. Ces représentations imaginaires se constituent à travers du déjà-dit et du déjà-entendu. Selon Pêcheux elles sont illusoires car le vécu des sujets est constitué par la structure de l'idéologie qui le détermine.¹⁹

7. Les actes de langage

La notion d'acte de langage est une notion centrale qui a donné naissance à la pragmatique depuis J.L Austin. L'acte de langage ou parfois dénommé (acte de parole ou acte de discours) est une des notions essentielles de la pragmatique linguistique. Sa théorisation est surtout le fait du philosophe Austin²⁰ prolongée par Searle.²¹

C'est la plus petite unité réalisant par le langage une action destinée à modifier la situation des interlocuteurs. Le coénonciateur ne peut l'interpréter que s'il reconnaît le caractère intentionnel de l'acte de l'énonciateur. Tout acte de langage s'inscrit ainsi dans un cadre institutionnel qui définit un ensemble de droits et d'obligations pour ses participants. Il doit satisfaire un certain nombre de « conditions d'emploi » qui sont autant de « conditions de réussite » qui le rendent approprié au contexte. Un acte de langage a trois aspects :

- **Un acte locutoire** : l'acte de prononcer / écrire sans formants des mots et des suites grammaticales, expressions pourvues d'un sens. Le fait de dire quelque chose : exécution d'un acte locutoire qui a les mêmes frontières que les propositions.
- **Un acte illocutoire** : effectué par le locuteur sur le destinataire, exprime une intention du locuteur (performatif).

¹⁹ Fuchs, P. e. (1975). *Mises au point et perspective de l'analyse automatique de discours*.

²⁰ Austin J, L. (1970). *Quand dire, c'est faire* (éd. Du Seuil). Paris.

²¹ SEARLE J, R. (1972). *Les Actes de langage*. (1. Hermann rad. fr. de Speech Acts, Éd., & Hermann, Trad.) Paris.

- **Un acte perlocutoire** : expriment les effets sur l'allocutaire visée par les actes Locutoires et illocutoires

8. Le discours numérique natif

Le discours numérique natif est l'ensemble des productions Verbales élaborées en ligne, quels que soient les appareils, les interfaces, les plateformes ou les outils d'écriture. Il pose aux sciences du langage telles qu'elles sont pratiquées jusqu'à présent un certain nombre de problèmes qu'on ne peut résoudre qu'en pratiquant la remise en cause des modèles conceptuels. L'analyse du discours numérique comprend la description et l'analyse des fonctions des produits en langue maternelle d'Internet, en particulier le réseau dans son environnement de production, mobilisés par une égale considération les ressources linguistiques et non linguistiques pour les déclarations faites ou les énoncés élaborés.²² On appelle natives les productions élaborées en ligne, dans les espaces d'écriture et avec les outils proposés par internet, et non portées après numérisation d'espaces scripturaux et éditoriaux prénumériques aux espaces numériques connectés.

L'analyse du discours numérique constitue une analyse qualitative des discours natifs d'internet, en particulier du web 2.0, qui implique un certain nombre de choix méthodologiques. Les discours numériques natifs du web 2.0 majoritairement francophone (certains exemples concernent l'anglais), avec quelques incursions dans le web 1.0 ou le web des données. Les terrains d'analyse seront donc essentiellement l'immense continent des réseaux sociaux numériques (notamment les plus connus et pratiqués, Twitter, Facebook, **YouTube**), la blogosphère, la presse en ligne, mais aussi certains sites et forums 1.0, certains outils de fabrication de discours en ligne. Les énoncés envisagés dans ce travail sont tous natifs d'internet, c'est-à-dire produits directement en ligne et non portés en ligne à partir d'une numérisation hors ligne ou composés sur un téléphone hors connexion.

²² anne-paveau, M. (2017). *L'analyse de discours numirique* (éd. Hermann). Paris, 6 rue Labrouste, 75015

10. Sémiologie de l'image

Le terme d'image est tellement utilisé, avec toutes sortes de significations sans lien apparent, qu'il semble très difficile d'en donner une définition simple.²³ Considérant l'image comme un message visuel composé de différents types de signes revient, à la considérer comme un langage et donc comme un outil d'expression et de communication. Qu'elle soit expressive ou communicative, on peut admettre qu'une image constitue en effet toujours un message pour autrui, même lorsque cet autrui est soi-même. C'est pourquoi une des précautions nécessaires à prendre pour comprendre au mieux un message visuel est de chercher pour qui il a été produit. Cependant, identifier le destinataire du message visuel ne suffit pas à comprendre à quoi il est censé servir. L'image est donc forcément subjective dans sa lecture ! Les images peuvent être conformes à la réalité, mais leur utilisation peut être fautive. Pensez à toutes les manipulations possibles d'une image en fonction du message que l'on veut transmettre, du contexte dans lequel elle va être utilisée et du commentaire qui va l'accompagner.

La fonction du message visuel est en effet déterminante pour la compréhension de son contenu. Ainsi, pour distinguer le destinataire et la fonction d'un message visuel, il nous faut avoir des critères de référence. Dans ce sens, deux méthodes se proposent à nous et peuvent se montrer opératoires :

- La première consiste à situer les différents types d'images dans le schéma de la communication.
- La seconde consiste à comparer les usages du message visuel à ceux des principales productions humaines destinées à établir un rapport entre l'homme et le monde.

11. Le signe linguistique

Selon Saussure, un signe linguistique est composé d'un **signifiant** et d'un **signifié**. Le signifiant correspond à l'image acoustique, au son lié à ce signe. Le signifié, lui, représente le concept associé.

²³ Martine Joly « Introduction à l'analyse de l'image » Ed Armand Colin, Page 11

A cela, Charle S. Pierce a rajouté le **réfèrent**, qui est l'objet associé au signe qui a une matérialité que l'on perçoit avec l'un ou plusieurs de nos sens. On peut le voir (un objet, une couleur, un geste), l'entendre (langage articulé, cri, musique, bruit), le sentir (odeurs diverses : parfum, fumée), le toucher, ou encore le goûter.

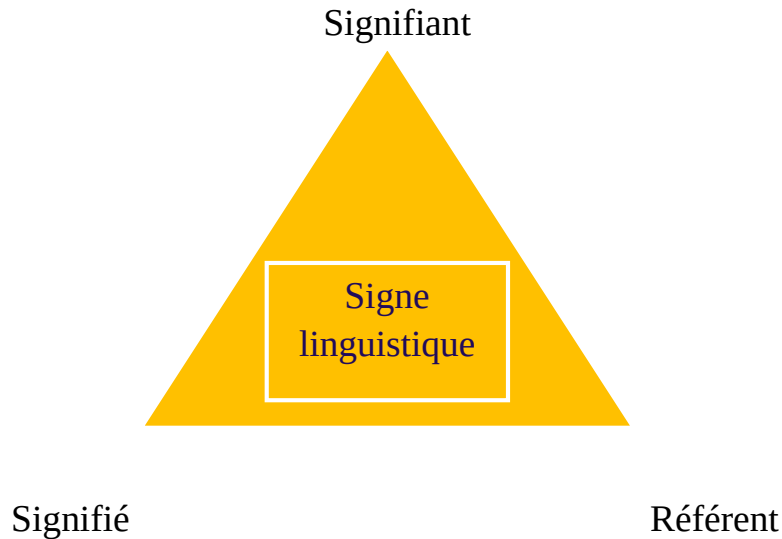


Figure 1 : Les composant du signe linguistique selon Pierce

11.1. Différents types de signes

On peut regrouper les signes en trois grandes parties :

Signes	Caractéristiques
L'icone	Le signifiant entretient une relation d'analogie avec son référent (dessin, photo, film, vidéo ...), une image de synthèse représentant un arbre ou une maison sont des icônes dans la mesure où ils « ressemblent » à un arbre ou à une maison.
L'indice	Le signifiant entretient une relation causale avec son référent (visage rouge, honte ; nuage noir, pluie ; fumée, feu...)
Le symbole	Le signifiant entretient une relation de convention (signe « OK » en plongée, langage ...)

11.2. Le signe iconique

La catégorie de l'image rassemble aux icônes qui entretiennent une relation d'analogie qualitative entre le signifiant et le référent. Un dessin, une photo, une peinture figurative reprennent les qualités formelles de leur référent : formes, couleurs, proportions, qui permettent de les reconnaître. Il en existe plusieurs types des signes iconiques parmi lesquelles on peut citer :

- ✓ L'image (dessin, peinture, photo, film, vidéo...)
- ✓ Le diagramme (organigramme fonctionnel, plan...)
- ✓ La métaphore (que l'on peut considérer comme une icône verbale)

12. L'image

En ce qui concerne l'image, Peirce ne s'arrête pas là dans sa typologie des signes et va la faire effectivement rentrer dans sa classification comme une sous-catégorie de l'icône, L'image est un signe analogique, car il y a analogie entre l'image et ce qu'elle représente.

Toute image est une représentation, qui utilise des règles de construction. On considère généralement qu'il existe deux types d'image :

- ✓ Les images fabriquées, qui imitent plus ou moins le modèle, jusqu'à devenir virtuelles (icônes parfaits)
- ✓ Les images enregistrées, qui ressemblent à ce qu'elles représentent (photographie, film, film vidéo).

12.1. Plan type d'analyse d'une image

L'analyse d'une image nécessite le suivi d'un processus rigoureux qui va permettre d'étudier les différents aspects du document. Ce processus peut être subdivisé en trois grandes parties.

- ✓ **Décrire l'image** : d'où est-elle issue (journal, revue, magazine...), qui l'a réalisée, date, type de support, format, taille, couleurs, organisation iconique, légende...)

- ✓ **Étudier son contexte** : connaissance du support, de l'auteur, positionnement de l'image par rapport à un contexte (économique, sociologique, artistique, commercial...)
- ✓ **Interpréter l'image** : analyses existantes de l'image (contemporaines à l'image ou postérieures), déductions personnelles par rapport à la description et à l'étude du contexte²⁴

13. L'immigration clandestine

L'immigration clandestine, l'immigration illégale, ou parfois immigration irrégulière est l'entrée illégale, illicite, ou discrète sur un territoire national d'étrangers n'ayant pas réalisé les formalités attendues²⁵, cette phénomène est née suite à la mutation des rapports sociaux et à l'émergence du concept des frontières rigides entre les pays. Elle tente des centaines de milliers de personnes, toutes nationalités confondues. L'immigration clandestine concerne généralement les habitants de pays relativement pauvres cherchant un meilleur niveau de vie dans les pays plus riches que celui dont ils sont issus. Mais contrairement à une idée reçue, ce ne sont pas les plus pauvres qui migrent, mais ceux qui en ont les moyens et qui espèrent à l'étranger une meilleure promotion sociale que celle qu'ils auraient dans leur pays.

En France, L'immigration illégale constitue un phénomène massif et en accroissement, essentiellement appuyé sur le détournement de procédures légales, environ 900 000 étrangers séjourneraient illégalement sur le territoire français, selon Patrick Stefanini ancien secrétaire général du Ministère de l'Immigration.

Aujourd'hui, 1.1. 900 000 étrangers seraient présents illégalement sur le territoire national français, avec une tendance observable à l'accroissement de leur nombre. Les Algériens et les Portugais sont les nationalités les plus représentées sur le territoire français avec environ 500 000 ressortissants pour chacun de ces deux pays.

²⁴ [Réseau National de Ressources Pédagogiques \(ac-versailles.fr\)](https://www.ac-versailles.fr/) consulté le 14-6-2022

²⁵ *Wikipedia*. (2022, février 26). Récupéré sur Wikipedia:
https://fr.wikipedia.org/wiki/Immigration_ill%C3%A9gale

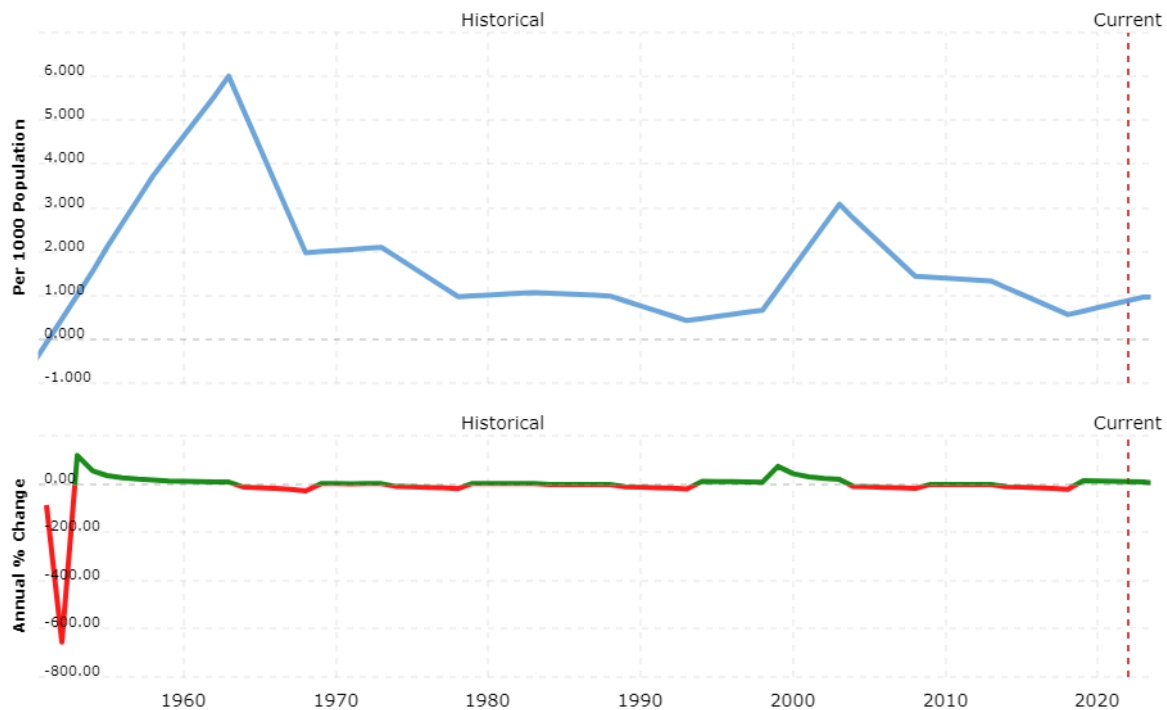


Figure 2: Le taux de migration actuel en France_2020
 source : [France Net Migration Rate 1950-2022](#) | [MacroTrends](#)

13.1. Le phénomène du haraga en Algérie

L'émigration clandestine (appelée communément la « Harga ») est un phénomène embrassant qui touche la société algérienne dès les années 2000 et jusqu'à aujourd'hui, ce phénomène prend des proportions inquiétantes. Selon l'Organisation internationale pour les migrations (OIM), la route migratoire algérienne "est actuellement la plus active, après celle des îles Canaries". Les principaux points de départ se situent dans les wilayas (préfectures) de Mostaganem, Oran ou Tlemcen.

Durant les années 1990, le pays était à feu et à sang, la Harga était un phénomène presque inexistant. Ce n'est qu'au milieu des années 2000 que le phénomène de s'embarquer à bord d'un esquif et tenter sa chance de l'autre côté de la rive est apparu, avant d'atteindre son point culminant durant les années 2007-2008. Après quelques années d'accalmie (le début des années 2010), voilà que depuis un peu plus de deux années, la Harga reprend de nouveau, et autant dire que la détermination de ces jeunes d'arriver coûte que coûte en Europe, par quelque moyen que ce soit, n'a jamais été aussi forte.²⁶

²⁶ *Elwatan*. (s.d.). Récupéré sur <https://www.elwatan.com/a-la-une/le-phenomene-de-la-harga-de-plus-en-plus-alarmant-le-grand-nauffrage-05-12-2018>

En 2016, selon un décompte publié par la LADDH, plus de 1 200 haraga ont été empêchés de quitter le pays par les garde-côtes algériens. L'année 2017 semble suivre la même tendance, avec l'arrestation de 85 haraga, pour la seule nuit du 3 janvier, notamment dans la ville d'Oran. Depuis 2005, près de 10 000 haraga ont été "secourus" par la marine algérienne. L'absence de statistiques officielles, qui ne dénombrent que les arrestations de haraga, sans prendre en compte tous ceux dont la route s'est brutalement arrêtée en pleine mer, ne permet pas d'apprécier précisément le phénomène.

En 2020, la pandémie du coronavirus et l'impasse politique vécue suite au Hirak (mouvement de soulèvement pacifique populaire en Algérie qui avait freiné en 2019 l'émigration clandestine en relançant l'espoir des jeunes suites au retrait d'ancienne présidence) ont fait que le flux migratoire a été relancé en vagues encore plus impressionnantes que les précédentes vu les chiffres désuets des haraga ces derniers mois.

14. Les réseaux sociaux

Un réseau social est essentiellement une plateforme qui met à disposition de nombreux outils permettant à ses membres de se présenter, de communiquer et d'interagir. Le terme réseaux sociaux fait référence à une technologie informatique qui facilite le partage d'idées, de pensées et d'informations par le biais de réseaux et de communautés virtuels. Les réseaux sociaux sont basés sur Internet et permettent aux utilisateurs une communication électronique rapide du contenu, tel que des informations personnelles, des documents, des vidéos et des photos. Les utilisateurs interagissent avec les médias sociaux via un ordinateur, une tablette ou un smartphone, via des logiciels ou des applications Web.

En effet, les médias sociaux sont omniprésents dans le monde entier. D'après les statistiques, il y a plus de 3,8 milliards d'utilisateurs de médias sociaux dans le monde. Les médias sociaux sont un domaine en constante évolution et en constante évolution, avec de nouvelles applications telles que TikTok et Clubhouse qui sortent apparemment chaque année, rejoignant les rangs des réseaux sociaux établis à l'image de Facebook, **YouTube**, Twitter et Instagram.

14.1. Le réseau social YouTube

YouTube est un service de partage de vidéos qui permet aux utilisateurs de regarder des vidéos publiées par d'autres utilisateurs et de publier leurs propres vidéos. Le service a été lancé en tant que site Web indépendant en 2005 et a été acquis par Google en 2006. Les vidéos qui ont été téléchargées sur YouTube peuvent apparaître sur le site Web YouTube et peuvent également être partagées sur d'autres sites et plateformes de médias sociaux, mais les fichiers vidéo originaux sont hébergés sur le serveur YouTube.

Le slogan officiel du site YouTube est " Diffusez-vous ". Cela implique que YouTube en tant que service, est conçu principalement pour les gens ordinaires qui souhaitent publier des vidéos qu'ils ont créées. Alors que plusieurs entreprises et organisations utilisent également YouTube pour promouvoir leur entreprise, la grande majorité des vidéos YouTube sont créées et téléchargées par des amateurs. Les vidéos YouTube sont publiées par des personnes du monde entier, de tous horizons. Par conséquent, il existe un large éventail de vidéos disponibles sur YouTube. Certains exemples incluent des films amateurs, des vidéoclips et toutes sortes de choses capturées en vidéo. Les utilisateurs utilisent également YouTube pour publier des vidéos pédagogiques, telles que des aides informatiques détaillées, des guides de bricolage et d'autres vidéos pratiques.

La plupart des gens visitent simplement YouTube pour le plaisir. Étant donné que tant de personnes portent des appareils photo numériques ou des téléphones portables avec capacité d'enregistrement vidéo, plus d'événements sont désormais capturés sur vidéo que jamais auparavant. Bien que cela ait créé une collection abondante de vidéos, il y a de fortes chances que si quelque chose est enregistré sur vidéo, cela pourrait se retrouver sur YouTube pour que le monde entier puisse le voir.

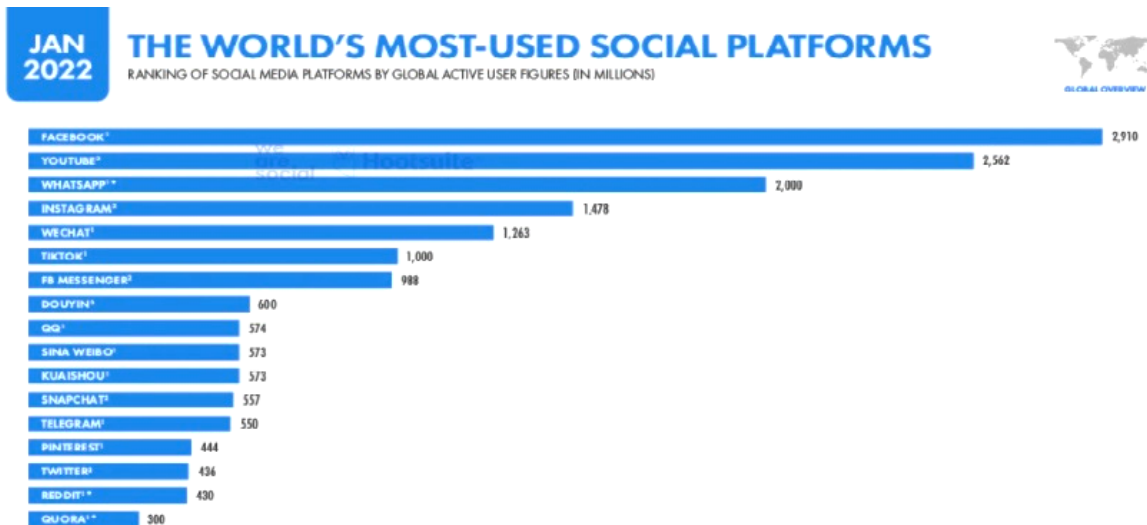


Figure 3: Les statistiques des réseaux sociaux les plus utilisés au monde _202

Source: [Global social media statistics research summary 2022 \(smartinsights.com\)](https://www.smartinsights.com/global-social-media-statistics-research-summary-2022/)

Le réseau social YouTube est classé en deuxième position parmi les réseaux sociaux les plus utilisées au monde avec un nombre d'utilisation qui s'élève à 2.562 milliards utilisateurs.

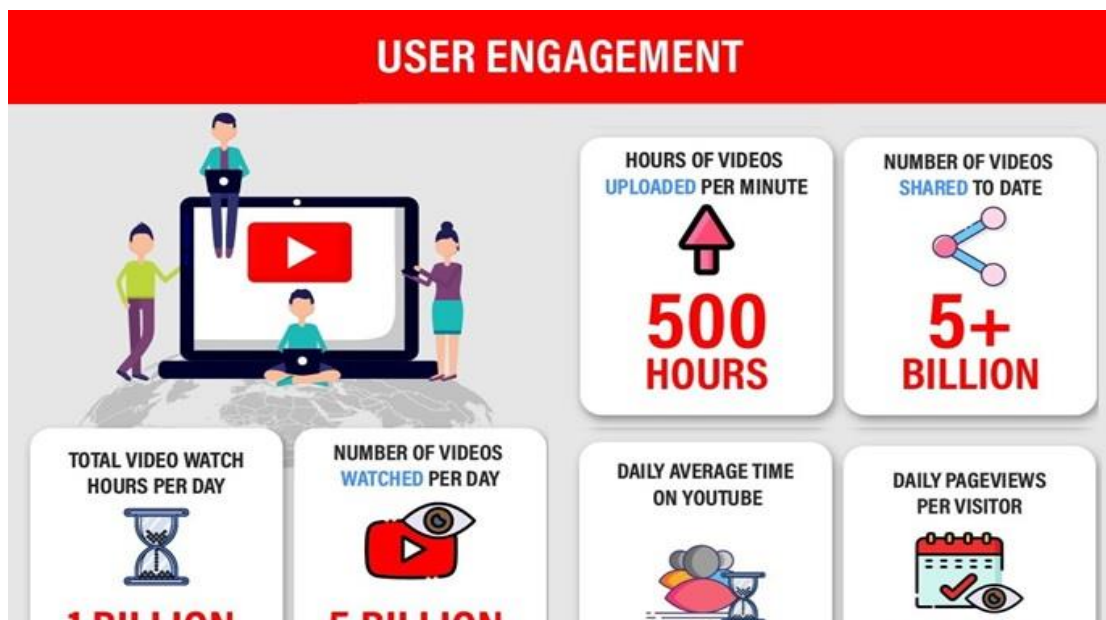


Figure 4: La gestion d'utilisateurs

Source : [YouTube Statistics 2022 \[Users by Country + Demographics\] \(globalmediainsight.com\)](https://www.youtube.com/about/press/)

En regardant les récentes statistiques de YouTube, ce site a atteint des chiffres étonnants avec cinq milliards de partages par jour, les téléspectateurs passent 1 milliards d'heures par jour en regardant les vidéos du site en plus d'autres avantages tel que les téléchargements de clips à un taux de 500 heures de téléchargement par minute. En conclusion, le réseau social YouTube atteint un taux de vues qui s'élève à 10.05 milliards vu par jour.

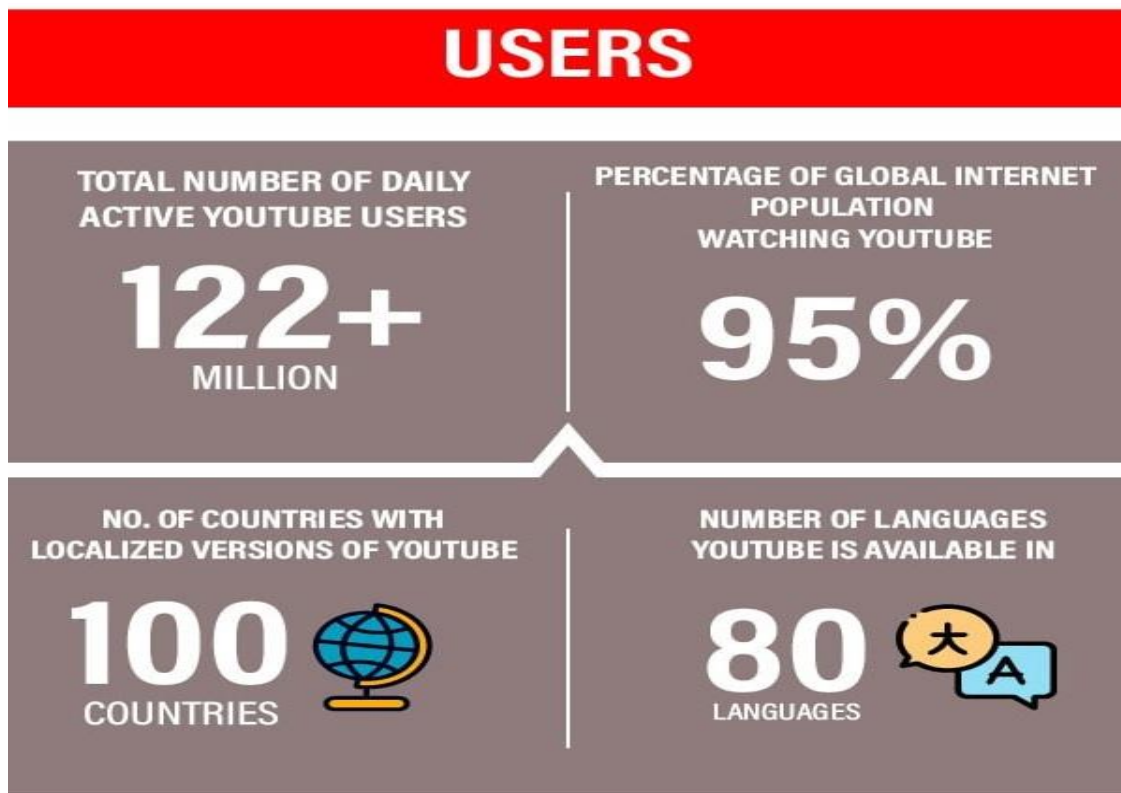


Figure 5: Statistiques liées aux utilisateurs

Source : [YouTube Statistics 2022 \[Users by Country + Demographics\]](#)
([globalmediainsight.com](#))

En plus, le site a réalisé d'autres records en terme d'utilisateurs actives quotidiennement avec plus de 122 millions utilisateurs, 95% des internautes dans le monde regardent YouTube qui est disponible avec plusieurs versions dans 100 pays différents et en 80 langues mondiale.

Notre travail se concentre sur le YouTube Algérien (YouTube DZ).

14.2. Une chaîne YouTube

Une chaîne YouTube personnelle est disponible pour tous ceux qui rejoignent YouTube en tant que membre. La chaîne sert de page d'accueil pour le compte de l'utilisateur et vous pouvez avoir plus d'une chaîne sur YouTube.

Une fois que l'utilisateur a entré et approuvé les informations, la chaîne affiche le nom du compte, une description personnelle, les vidéos publiques téléchargées par le membre et toutes les informations saisies par le membre.

Si vous êtes membre de YouTube, vous pouvez personnaliser l'arrière-plan et la palette de couleurs de votre chaîne personnelle et contrôler certaines informations qui y apparaissent.

Les entreprises peuvent également avoir des canaux. Ces canaux sont différents des canaux personnels car ils peuvent avoir plus d'un propriétaire ou gestionnaire. Un membre YouTube peut ouvrir une nouvelle chaîne professionnelle à l'aide d'un compte de marque.

N'importe qui peut visionner YouTube sans avoir un compte. Cependant, vous devez créer une chaîne YouTube (gratuitement) si vous prévoyez de télécharger des vidéos, d'ajouter des commentaires ou de créer des listes de lecture.

Les membres (abonnés) peuvent partager et réagir par rapport aux diffusés par des commentaires ou par des réactions comme :

J'AIME 

JE N'AIME PAS 

PARTAGER 

15. Conclusion

Dans ce chapitre nous sommes amenés à définir les notions théoriques incluant notre cercle d'étude, il est indispensable de faire appel à ces concepts de recherche qui s'agit de l'analyse du discours ainsi que les différentes approches et stratégies qu'elle propose afin d'étudier des textes écrits ou oraux, discours, messages émis qui véhiculent un sens.

Cependant, au-delà du discours et de son concept de recherche. Il existe une autre manière et un autre objet de communication qui lui-même véhicule un sens qu'il convient d'interpréter. Un ensemble de signes qui permet aux hommes de communiquer entre eux et qui peut être interpréter et analyser tel que l'image, grâce

à la science des signes, dites sémiologie. Ces éléments seront abordés dans le prochain chapitre intitulé partie analytique.

Chapitre II : La partie analytique

1. Introduction

Après avoir fini avec le premier chapitre de notre travail qui était considéré comme étant un appel aux notions théoriques constituant des outils d'analyse en adéquation avec nos approches théoriques et méthodologiques, maintenant nous allons nous servir de ses outils pour l'analyse de notre corpus dans le deuxième chapitre intitulé Partie analytique dont il s'agit bien du corpus (l'analyse d'un ensemble de 4 vidéos émis par les haraga algériens).

Nous avons commencé à nous focaliser sur la situation d'énonciation afin de repérer les actants dans l'ensemble des vidéos qui sont : l'émetteur, le récepteur, le lieu et le temps. Puis, nous avons opté pour dégager les différents actes de langages après avoir remarqué qu'il y a l'emploi des différents déictiques que nous a pu faire sortir dans les vidéos à savoir : les déictiques qui indiquent la personne, le temps et l'espace.

On essaye de montrer que la relation entre l'énoncé et la situation d'énonciation s'est établie à travers les vidéos dans lesquels, il y a l'implication de l'énonciateur et de l'énonciataire dans la même situation d'énonciation. Nous finissons avec nos quatre analyses nécessaires à savoir :

- L'analyse stylistique là où on s'intéresse d'abord aux registres de langue et aux figures de styles.
- Les indices référentiels
- Les indices énonciatifs (les déictiques, les modalisateurs, les verbes employés)
- L'analyse des figures iconiques

Nous aimerons bien faire une petite présentation de notre corpus avant de commencer notre analyse de discours

2. Présentation du corpus

Notre corpus constitue l'ensemble d'un certain nombre de vidéos qui s'élève à 4 « émis par des haraga algériens dans le cadre de donner leurs différents points de vue à propos de ce phénomène à partir le réseau social YouTube »

Ce travail s'inscrit dans une perspective d'étude et d'analyse du discours dans les médias audiovisuels (En ligne) au sujet du phénomène du Haraga. Dans ce chapitre, notre étude comprend l'analyse de quatre vidéos (voir annexe).

3. L'analyse des vidéos

3.1. L'analyse énonciatif

3.1.1. La situation énonciative

Les discours produits par les haraga sont des réactions verbales qui portent plusieurs représentations que nous avons essayé de comprendre les raisons qui ont poussé ces jeunes hommes et femmes à franchir le pas en produisant ce discours dans l'espace « YouTube » sur la chaîne : Houssem Wahrani.

Houssem Wahrani publiait le 6 avril 2022 sur sa chaîne YouTube « Houssem Wahrani » un vidéo dont il fait intervenir des jeunes haraga algériens en posant cette question : si votre pays vous a donné tous vos droits, émigrés vous quand même ?

Bachir, réagit en disant ceci : « On a rien gagné en Algérie sauf la souffrance, pour cela on a émigré ici »

L'émetteur : Bachir

Le récepteur : Houssem

Le temps : le 6 avril 2022

Le lieu : Clignant court à Paris

Un autre jeune Harag inconnu : « Ce pays ne donne rien, pas de travail, on en a rien fait, le pain de la maison est mangé par l'étranger »

L'émetteur : Inconnu

Le récepteur : Houssem et les autres participants dans ce débat

Le temps : le 6 avril 2022

Le lieu : Clignancourt à Paris

Rayan, un autre jeune immigrant entre dans la dispute en disant : « En Algérie, je vivais dans l'étroitesse, il ne m'a rien donné que la prison et pourtant c'est un pays riche »

L'émetteur : Rayan

Le récepteur : Houssem et ses abonnés

Le temps : le 6 avril 2022

Le lieu : Clignancourt à Paris

Imad : « je n'avais rien au Bled, on en a marre d'elle, je n'ai pas pu suivre en Algérie, malgré tous on aime notre pays, nous détestons les “clous” dedans »

L'émetteur : Imad

Le récepteur : Houssem et ses abonnés

Le temps : le 6 avril 2022

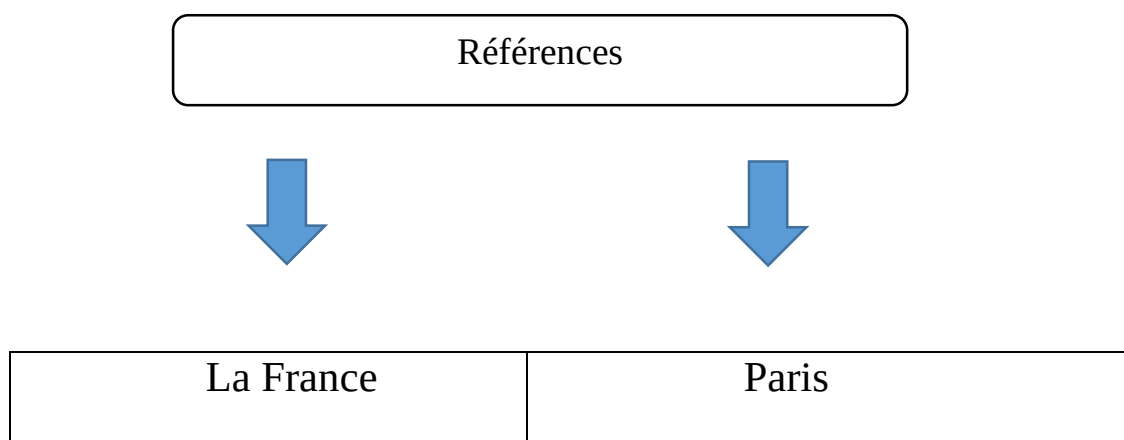
Le lieu : Clignancourt à Paris

4. Les dimensions énonciatives

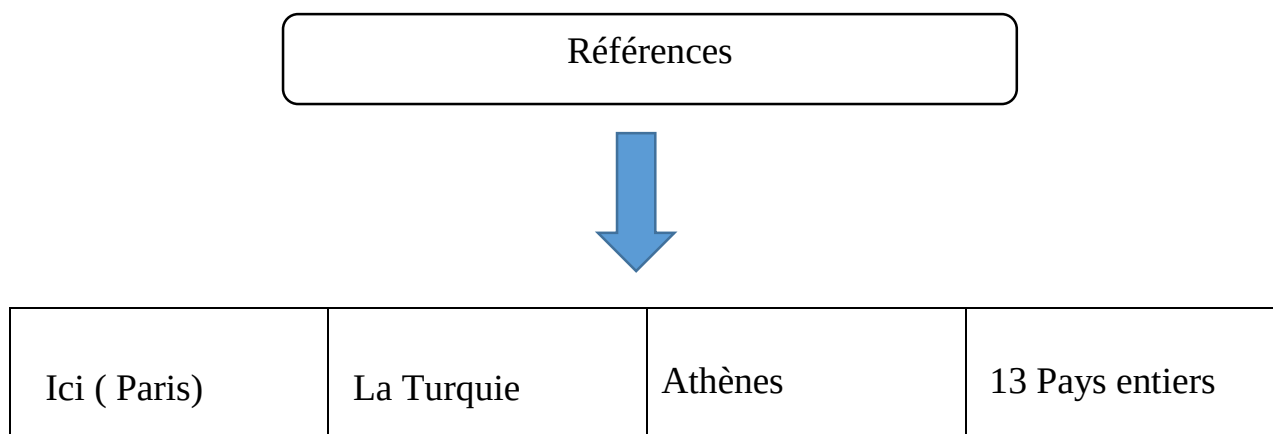
4.1. Référentielle

Nous avons constaté que ces jeunes haraga et à travers leur discours entretiennent des images sur leur environnement, à partir cet « autre » « l'Europe » qui les attirent et qu'ils veulent rejoindre à tout prix souvent même aux dépens de leurs vies, les haraga n'énoncent pas par hasard, ils ont tendance à se référer à des cadres de référence tels que :

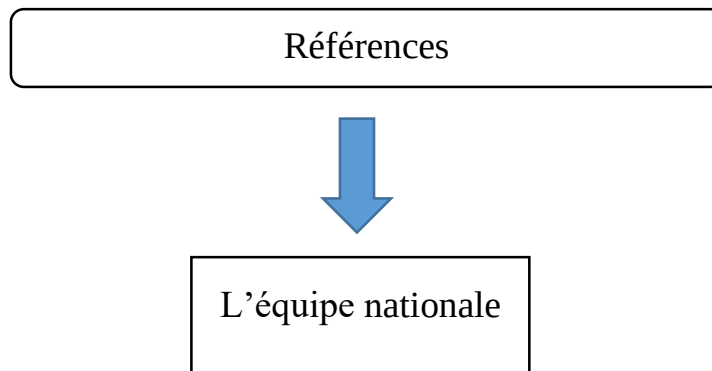
« Je m'adresse à tous les jeunes au Bled, vous encourage de bruler ! vous n'avez rien là-bas, même celui qui n'a pas de mère, **la France** et **Paris** sont là pour toi »



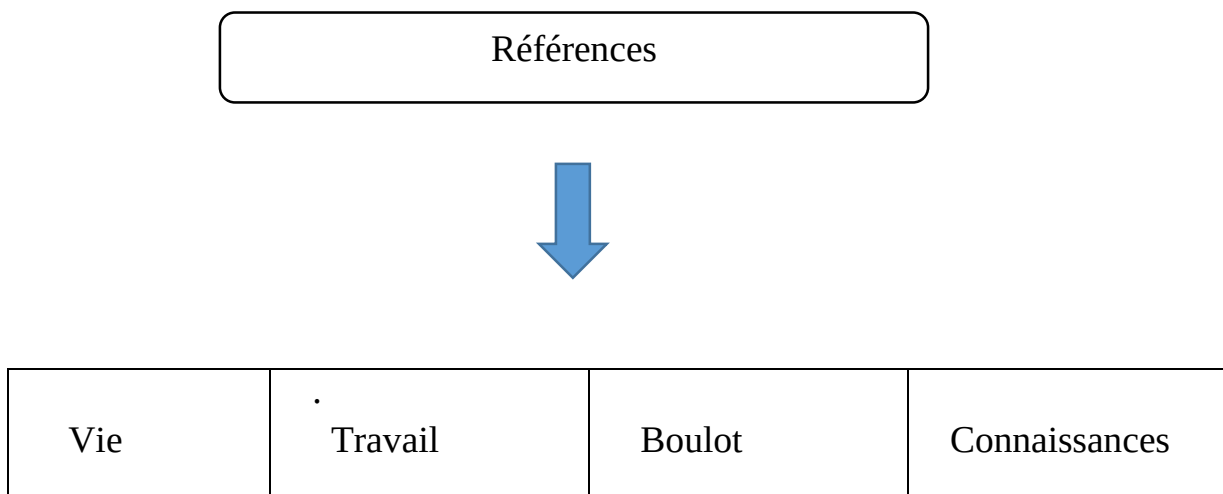
« Je n'ai eu aucun de mes droits en Algérie depuis que j'ai un an et demi, contrairement à ce que j'ai eu **ici**, je suis allé en **Turquie**, **Athènes**, **13 pays entiers**, Alhamdoulillah, tout est mieux que l'Algérie »



« L'Algérie ne changera jamais, elle ne pourra pas le faire, elle se dégrade dans tous les domaines, **l'équipe nationale** est la seule chose qui nous rend heureux »



« Il n'y pas de **travail**, le salaire est nul, il n'y a pas de **vie**, malgré que je suis diplômé, on ne parle pas de celui qui ont des **connaissances**, on parle du ''Zawalia'' celles des quartiers populaires à l'image de BebEloued, Beraki, ils devraient les prendre en considération, on aime notre pays, j'ai le chair de poule quand j'entends le mot Algérie mais malheureusement je ne reviendrai jamais, au Bled il n'y a ni **boulot** ni (**navigage**) »



5. Les déictiques

5.1. Les déictiques indiquant la personne

5.1.1. Les pronoms personnels

Les pronoms personnels permettent de désigner des personnes (y compris soi-même) sans les appeler par leur nom ou de remplacer un nom ou un groupe nominal déjà mentionné auparavant²⁷

Nous avons constaté que la 1ère personne du singulier **Je** et la 3ème personne du pluriel **nous** indiquent l'énonciateur ou celui qui émet le message, nous sommes partis du postulat que les Haraga utilisent souvent le pronom **nous** par rapport le pronom personnel **je** :

« **Nous** n'avons rien gagné là-bas au bled, **je** suis arrivé ici pour régler ma situation, ce n'est pas normal de quitter mon pays et ma mère si **j'**étais pas dans l'obligation d'immigré ».

« Même si **j'**en avais l'opportunité à mon pays, **je** partirais ! Le Bled **nous** a rien donné, **nous** somme méprisé ».

« **J'**étais malade au Bled et ils n'ont rien fait pour moi, ici Alhamdoulillah, **nous** sommes bien traités, **j'**ai eu deux opération gratuites Wellah ! et tout va bien ».

« **Nous** aiment notre pays, **nous** avons fui les gens qui l'entourent pas de plus, que dieu **nous** pardonne de n'avoir quitté nos parents seulement ».

« Notre pays ne **nous** a rien donné à part la coupe d'Afrique et la coupe d'arabe, s'il **nous** avait donné le moindre droit, **nous** ne serions pas ici ».

Pour la 2ème personne du singulier **Tu** et la 3ème personne du pluriel **vous**, nous avons constaté lors de nos fouillages approfondis dans les discours produit par les “ Haraga ” que ces pronoms désignent l'énonciataire ou celui à qui le vidéo est adressé qui est aussi une personne réelle (acteur dans la situation de communication). Cette personne est souvent la cible (qui est absente), la personne visée par le vidéo et souvent le téléspectateur de la chaine YouTube à qui s'adressent les émetteurs parfois

²⁷ Les pronoms personnels français (lingolia.com) consulté le 15-6-2022

pour glorifier l'image des pays étrangères chez l'ensembles d'abonnés et parfois pour obtenus plus des réactions “ j'aimes ” et “commentaires” :

« En Algérie **tu** tournes en rond, **tu** ne fais rien de ta vie, **tu** n'arrives même pas à acheter un kilo de poisson »

« **Vous** n'obtiendrez rien en Algérie, même avec tes diplômes, mes amis ont des licences et vendent des cacahuètes là-bas, nous n'avons rien vu au Bled. En France c'est exactement le contraire »

« **Vous** savez quoi ! au passé les gens migrent à cause des conditions là-bas, maintenant ils migrent pour faire le buzz sur *TIK TOK* et prendre des photos à la Tour Eiffel »

« Comment voulez-**vous** que nous vivions en Algérie ! ils ont pris nos droits, et malgré ça vive notre pays »

« Je suis une enseignante à l'université depuis 2 ans, ça ne me plait pas la France, j'ai née en Algérie, j'ai grossie en Algérie, j'ai fait mes études en Algérie, Vive Dzair ! je m'adresse au gouvernement, **vous** devez améliorer juste le niveau de vie, j'ai essayé de rentrer chez moi et je n'ai pas pu »

Concernant La 3ème personne du singulier **il** et la 3ème personne du pluriel **ils** : désignent uniquement les personnes ciblées qui diffèrent selon les différents thèmes abordés dans les vidéos dont les majorités étaient sur les conditions de vie en Algérie.

Il : est perçu aussi comme la non-personne, c'est-à-dire que, il est employé souvent par les Haraga (les énonciateurs) pour désigner la cible dans les énoncés ;

« **Il** n'y a pas de travail, **il** n'y a pas de loisirs, **il** n'y a pas de vie, **il** y a de bureaucratie, du racisme, le droit n'existe pas, Allah ghaleb c'est ça le Bled »

« J'ai 45 ans en France, je voulais rentrer chez moi et retournez vers mon pays, j'ai honte de dire je suis algérienne à cause des Haraga, **ils** vivent de vol et de vandalisme et **ils** disent que la France est raciste, elle n'est pas raciste la France »

« **Il** est où le gouvernement, **ils** ont laissé nos enfants mourir en mer pour un petit pots-de-vin »

« **Ils** veulent que les Haraga reviennent au Bled, nous nous sommes échappés de notre environnement corrompu et bourré de drogues et médicaments, on est venu ici pour sauver nos familles »

« **Il** n'y a pas d'espoir au Bled, tout est désorganisé, c'est un pays détestable, j'ai détesté le système. **Ils** créent des problèmes, des crises d'huile et semoule, ce sont eux les responsables de ce phénomène du Haraga »

Après une lecture interprétative de leurs énoncés, nous remarquons aussi l'utilisation constante du pronom indéfini **on** qui prend beaucoup de fonctions dans les différents énoncés :

- Il est inclusif en cas d'utilisation du langage généralisé de la part du Haraga :

« **On** est bien ici, c'est au Bled qui n'y a pas d'espoir, on a subi beaucoup de Hogra, **on** est désespéré »

« **On** en a marre du Bled, **on** a rien gagné là-bas, c'est très dur de vivre en Algérie »

- Il est pronom défini dans la mesure où il revoie à l'énonciateur et l'énonciataire :

« **On** aimerait bien que notre pays s'arrange ! Tebboun va tous régler Inchallah »

« Alhamdoulillah, **on** est bien ici, **on** besoin que de nos parents »

5.2. Les déictiques indiquant le temps

5.2.1. Le temps des verbes

5.2.2. Le présent de l'indicatif

Le présent de l'indicatif (ou l'indicatif présent) est un temps de verbe simple qui fait partie du mode indicatif et qui sert souvent à situer les faits au moment de l'énonciation, il permet la présentation des faits qui se passent en diapason avec la production de l'énoncé.²⁸

« Je m'**adresse** aux jeunes du Bled, **venus** ! je n'**incite** pas au Hargha, mais si vous trouver un moyen **viens** ici ! »

²⁸ <https://www.alloprof.qc.ca/fr/eleves/bv/francais/le-present-de-l-indicatif-f1189> consulté le 15-6-2022

« J'**aime** les Haraga, je **vais** rester ici, il est impossible de revenir en arrière »

« Quand tu **atteinds** un certain âge sans trouver un travail, une situation stable pour aider ma famille je ne peux pas rester dans ce pays, on ne **parle** pas des gens qui ont des connaissances, on **parle** du Zawalia, celles du quartier populaire, à Oran, Alger etc. On **aime** notre pays mais je ne reviendrais jamais »

« Tu ne **peux** pas vivre en Algérie, les maisons sont à cinq milliards, les voitures sont à 400 millions, tu ne **peux** pas même te marier, tu **prends** le risque et tu te retrouveras sectionné en prison »

« Je **préfère** vendre des cigarettes ici que de rester en Algérie à 10 millions de salaire Wellah »

« Je **conseille** tous les jeunes de quitter l'Algérie, il n'y a que la prison là-bas »

« Je **suis** arrivé ici pour changer la mentalité, j'ai tout détesté en Algérie, le pouvoir est Hagar, moi personnellement j'ai subi la Hogra de la part de maire, je **souhaite** le meilleur à tous les Haraga »

5.2.3. *Le passé composé*

On remarque que le passé composé est utilisé souvent par les Haraga pour citer des anciens événements particulièrement ceux auxquels ils ont été subi en Algérie.

« Je n'ai rien **gagné** au Bled, je n'**ai** pas eu ce que je **méritais** »

« Si j'**ai** mes droits au Bled je ne **m'aventuré** jamais dans la mer, nos droits sont **bafoués** »

« Le retour vers l'Algérie est impossible, j'y été **enterré** vivant et je n'y reviendrai plus »

« J'ai **perdu** mon père quand j'étais jeune, j'ai **immigré** et j'**ai vécu** des très mauvaises conditions, ici Alhamdoulillah je suis bien »

« J'**ai** 41 ans et je n'**ai** rien fait au bled, j'étais en enfer »

5.2.4. *Le futur simple*

Le futur simple est employé pour parler des actions qui vont se produire après, on constate que la majorité des énonciateurs ont produire des actes promissifs.

« **Je ne reviendrai jamais** au Bled, on a rien gagné là-bas »

« Je **voyagerai** partout, même si **j’obtiendrai** mon droit dans mon pays, je ne **resterai** pas »

« J’ai passé quatre moi en réanimation au Bled et ils n’ont rien fait pour moi, je suis venu ici et j’ai été soigné gratuitement, je ne **reviendrai** jamais »

6. Les circonstances temporelles

6.1.1. Les adverbess de temps

On remarque que les adverbess de temps indiquent le moment et la durée des actions dans les énoncés au sein des vidéos, nous sommes partis au postulat que les Haraga utilisent souvent les adverbess de temps (maintenant, jamais, depuis, avant ...)

« Je ne retournerai **jamais** au Bled, je mourrai et serai enterrée ici, c’est pareil pour dieu »

« Je m’adresse aux jeunes, vous ne vivrez **jamais** là-bas, je suis né de nouveau, comme si j’étais né il y a seulement deux moi »

« Avez-vous vu ce qu’ils disent **déjà** ! ils pensent que tous les Haraga sont pareils, on est mille fois mieux qu’eux ! »

« Chez mon pays ! je n’ai pas eu mon droit **depuis** que j’avais un an et demi »

« Si vous garantissez aux Haraga leurs droits, ils reviendront, il suffit d’un travail avec un bon salaire et un logement je vous assure qu’ils reviendront tous **maintenant** »

6.2. Les déictiques indiquant l’espace

6.2.1. Les adverbess de lieu

Ces adverbess sont souvent utilisés dans le discours du Haraga pour faire référence à un emplacement bien précis, à travers leurs énoncés, ces hommes et ces femmes entretiennent des images sur leur environnement, cet « ici » qu’ils veulent quitter, mais aussi sur cet « ailleurs » et cet « autre » qui les attirent et qu’ils veulent rejoindre à tout prix souvent même aux dépens de leurs vies.²⁹

²⁹ Bestandji, N. (2021, Novembre). *Aleph. Langues, médias et sociétés* . Récupéré sur <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/226/8/3/16855>

« C'est très dur de faire une situation **là-bas**, contrairement à **ici**, on a la possibilité de collecter l'argent et travailler »

« Si nous avions eu nos droits minimaux, nous ne serions pas venus **ici** »

« Nous sommes **là**, mais au fonds de nos cœurs on aime notre pays malgré tous »

« La France est aussi notre pays, on a une part d'elle, regarde **ce** quai du métro, ça vient de Hadjar, **ce** fer est de Dergana aussi »

« Avez-vous vu ce que les algériens ont fait **ici** à paris, barbes et Marseille quand l'équipe nationale a gagné ! cela prouve notre amour pour le pays, nous n'aimons pas les responsables **dedans** »

6.2.2. *Les adjectives démonstratives*

Les adjectives démonstratives démontrent la plupart du temps les personnes ciblées par les locuteurs

« Je ne peux pas rester dans **ce** pays, quand tu auras atteint un certain âge et que tu ne pourras plus subvenir aux besoins de tes parents et de toi-même, tu ne pourras plus y rester »

« **Cet** exil est très difficile, quand tu vivras longtemps ici, tu connaîtras le vrai sens de ta patrie »

« **Ces** Haraga sont là pour la liberté ! Nous n'avons pas d'homosexualité... j'ai vu des jeunes algériens qui se transforment en femmes ici »

7. **Le plan de l'énonciation**

7.1. *Les énoncés embrayés*

Tout énoncé est embrayé ou ancré forcément dans sa situation de production, on constate la présence permanent des pronoms personnels, les pronoms possessifs, et les adverbes de temps et l'implication de l'énonciateur et de l'énonciataire dans la même situation d'énonciation. Pour cela nous confirment que la relation entre l'énoncé et la situation d'énonciation s'est bien établie

« **Je** ne vais pas **vous** mentir, **je** suis venu ici pour travailler et retourner au Bled, la France n'est plus ce qu'elle était les années 2008-2009, maintenant beaucoup de choses sont changer »

« **Je** suis nouveau ici, **je** suis venu il y a six mois et **je** n'ai pas aimé la situation, **j'**ai prendre la décision de revenir au Bled, il n'y a pas d'espoir pour les Haraga ici »

« **Je** conseille les jeunes Haraga de venir avec un métier entre les mains au moins, c'est très difficile de trouver un travail aujourd'hui »

« **J'**ai 41 ans dont 6 mois que **j'**ai passées ici, **j'**ai traversé la mer pendant 10 heures, malgré que j'avais tout au Bled mais **je** suis venu pour ma tranquillité d'esprit, **j'**ai détesté L'bled »

« Il y a toujours de l'espoir malgré les difficultés, il faut juste se sacrifier, pour ma part **j'**ai souffert mais Alhamdoulillah »

« **J'**étais bien au Bled, et **j'**ai progressé vers le mieux ici Alhamdoulillah, **j'**ai appris beaucoup de choses »

« Parlons la vérité, la France est bien et pas bien à la fois, bien parce qu'il y a tout, et pas bien parce que **les** parents ne sont pas là »

« L'espoir existe pour ceux qu'ils veulent travailler, mais **on** voit que certains préfèrent voler etc. les premiers jours sont un peu difficile mais soyez patient »

« **Je** conseille les Haraga d'éviter les hallucinogènes, éviter les et **vous** réussirez »

On remarque aussi la présence d'autres modalisateurs qui marquent la subjectivité

7.2. Les adjectifs (qualificatifs et péjoratifs)

« Il y a de l'espoir en France, le travail est **disponible**, le mariage peut se faire ici malgré qu'il y a des difficultés »

« J'avais tout au Bled, une voiture "Golf", une résidence de luxe, mais je n'étais pas à l'aise là-bas car tout est **désorganisé** », « J'ai tout détesté là-bas, le système est **injuste**, les hallucinogènes sont **disponibles** alors que les gens souffrent du manque des matières premières à l'image d'huile et la semoule »

« L'Europe que j'ai vu dans les vlogs et les vidéos et l'Europe en réalité sont complètement **différents**, j'ai risqué pour atteindre mes objectifs, j'ai choisi la voie du Halal à celle du Haram même si c'est difficile et Alhamdoulillah »

« Tout est bon à Marseille, vous aurez l'impression d'être au Bled ici, tout est **gratuit** »

« Je ne l'ai pas trouvé comme je le souhaitais, mais Alhamdoulillah je vis dans un très **bon** état, pendant six ans je n'ai pas pensé à revenir au Bled »

« Les algériens font du **bien** à leurs frères ici à Marseille, je fais partie des gens qui sont venu ici et c'est les algériens qui m'ont aidé »

« Je vivais en Angleterre, j'ai décidé de retourner au Bled pour m'y installer, mais j'ai été lésé là-bas, j'ai été injustement emprisonné, puis j'ai directement décidé de repartir en Europe avec les Haraga, l'Algérie est pleine de **mauvaises** choses »

« Je suis venu en 2005, mes papiers sont toujours suspendus, les français sont **méprisables** et **racistes**, j'ai passée seize ans ici à Marseille et un an à Strasbourg, je suis toujours sans papiers »

« Les Haraga sont nombreux ici, il faut avoir des qualifications, la langue, la profession et la famille sont très **important** ici »

7.3. Les adverbes

On remarque que ces adverbes sont utilisés pour apporter une bonne précision au sens et de donner plus d'informations aux mots qui les suivent

« Je vivais en Angleterre, j'ai décidé de retourner au Bled pour m'y installer, mais j'ai été lésé là-bas, j'ai été **injustement** emprisonné, puis j'ai **directement** décidé de repartir en Europe avec les Haraga, l'Algérie est pleine de mauvaises choses », « J'ai déchiré mes papiers, une résidence de 10 ans pour rentrer **définitivement** au Bled, une fois je me suis retrouvé en prison en me demandant à quel parti j'appartiens “ Rachad ou le Mac ” »

« Il y a encore **beaucoup** d'espoir pour les Haraga en France, il suffit **juste** d'être patient et de faire confiance à dieu »

« Je le dis **franchement**, la France c'est fini, ils nous détestent, si j'avais le pouvoir, je couperais les relations avec elle **définitivement** »

7.4. Les verbes de modalité et d'avis

Comme leurs noms l'indiquent, ces verbes sont utilisés par l'émetteur afin d'exprimer ce qu'il pense, son idée et son point de vue, d'après les observations que nous avons tirées, les énonciateurs évoquent souvent l'expression d'un jugement, d'un sentiment ou d'une image

« Je **pense** que au Bled c'est mieux, d'après ma propre expérience, je **préfère** que tous les Haraga rentrent au pays, à condition que la situation s'améliore »

« Je suis doctorante ici à l'université, j'ai mes papiers, j'ai le droit de travailler mais ça ne me plaît pas la France, vive l'Algérie, je **veux** retourner au pays »

« Ils **se croient** qu'on est tous pareils, on est mieux milles fois qu'eux ! »

« Le travail ici est rentable, même si tu vends de la cigarette ne te méprise pas, je **préfère** vendre les cigarettes ici que travailler avec un salaire de dix millions en Algérie »

7.5. *Les phrases rhétoriques*

Nous avons constaté que les phrases rhétoriques sont largement utilisées par les Haraga dont la majorité était pour apporter une sorte d'ironie

« Même si mon pays me donne mon droit, je partirais, dis-moi pourquoi ? Celui qui voyage beaucoup est mieux que celui qui vit longtemps »

« Je remercie Shengriha, il fait du bon travail ! je lui dis ne gâchez pas les relations avec Macron, pour que nous puissions voir nos familles »

« Je n'avais rien au Bled, on en a marre d'elle, je n'ai pas pu suivre en Algérie, malgré tous on aime notre pays, nous détestons les "clous" dedans ! »

« La France est aussi notre pays, on a une part d'elle, regarde ce quai du métro, ça vient de Hadjar, ce fer est de Dergana aussi ! »

« Rien ne va dans ce pays, à part Belaili et l'équipe nationale ! »

« Qui n'a pas de mère, paris vous réunira ! »

« Paris est sombre, et j'y entre aveugle ! »

Chacune de ces phrases rhétorique est aussi posés par les locuteurs pour but d'apporter un jugement, un proverbe ou une moquerie

8. Etude thématique

Après avoir analysé les discours qui constituent notre corpus, on a pu répartir les différents sujets abordés.

Les commentaires traitent de nombreux sujets tels que : la situation politique, la situation sociale et économique, le sport et l'identité.

Les thèmes de la politique et l'économie sont les thèmes les plus dominants dans les vidéos et sont marqué par : politique, maire, Tebboun, Shengriha, le pouvoir, le gouvernement, la justice, l'injustice, président, l'argent, crise, logement, voiture...

Le thème de sport est l'un des thèmes évoqués aussi et marqué par : L'équipe nationale, Belaili, La coupe d'Afrique, la coupe d'arabe ...

Enfin, on a le thème d'identité qui est beaucoup plus cité par un composant primordial qui est le territoire : L'Algérie, algériens, Turquie, Athènes, Paris, Marseille, Barbes, Strasbourg, Vérone, Annaba, Alger...

Au final de l'analyse thématique, nous concluons que les différents thèmes évoqués présentent le centre d'intérêt du Haraga

9. L'analyse syntaxique des vidéos

Sur le plan syntaxique, nous optent pour l'analyse de certaines formes syntaxiques qui constituent notre corpus : L'utilisation du langage familier, l'ironie et la répétition des mêmes mots

9.1. *L'utilisation du langage familier*

Etant donné que la langue la plus utilisée dans les vidéos qui constituent notre corpus est l'arabe algérien ou ce qu'on appelle (Darija), nous avons remarqué l'utilisation excessive du langage familier par les Haraga.

« Laisser ma mère et venir ici ? laisserais-tu ta mère pour venir ici mon ami ! On est venu parce qu'il y a tout, on a envie de vivre et de s'habiller ! »

« Rien ne va dans ce pays, à part Belaili et l'équipe nationale ! »

« Je n'avais rien au Bled, on en a marre d'elle, je n'ai pas pu suivre en Algérie, malgré tous on aime notre pays, nous détestons les "clous" dedans ! »

« Paris est sombre, et j'y entre aveugle ! »

« Qui n'a pas de mère, paris vous réunira ! »

« Vous êtes venu en bateau ? Non je suis venu par avion ! il est clair que j’ai venu par un bateau »

« Quand tu atteins certain âge sans trouver un travail, une situation stable pour aider ma famille je ne peux pas rester dans ce pays, en ne parle pas des gens qui ont des connaissances, laisse-les ! on parle du Zawalia, celles du quartier populaire, à Oran, Alger etc. On aime notre pays mais je ne reviendrais jamais »

« Je ne le recommande pas, vous n’êtes pas obligé de venir si vous ne voulez pas “naviguer” et travailler »

On remarque que, dans la plupart des cas, ce n’est pas seulement un mot en particulier qui change mais toute la phrase et les expressions qui l’entourent! En effet, le langage familier est beaucoup plus riche et varié! Mais il est aussi moins “stable” car il est plus éphémère.

9.2. *L’ironie*

C’est le fait d’évoquer une vérité choquante en la disant d’une autre façon en vue de rire et de se moquer.

« Arrangez la situation avec eux Tebboun ! pour qu’ils puissent régler nos papiers »

« La France est aussi notre pays, on a une part d’elle, regarde ce quai du métro, ça vient de Hadjar, ce fer est aussi de Dergana, la cité de Sifou hhh ! »

« Rien ne va dans ce pays, à part Belaili et l’équipe nationale ! »

« On est des Haraga ! regarde comment nous sommes ! tu es “kriko” toi qui ramasse les ordures à Barbes »

« Tu attends ton droit ! oublie, l’Algérie ne te donnera jamais ton droit »

9.3. *La répétition d’un mot*

Il s’agit de dire un mot deux ou plusieurs fois dans le même énoncé. Dans notre corpus, on constate que ce procédé est beaucoup plus utilisé par les locuteurs afin d’insister et mettre l’accent sur leurs différents points de vue ou les personnes sur lesquelles ils parlent.

« Si j’obtiens mes droits dans **mon pays**, je ne viendrai pas ici, **mon pays** a toutes les richesses »

« Laisser ma **mère** et venir ici ? laisserais-tu ta **mère** pour venir ici mon ami ! On est venu parce qu’il y a tout, on a envie de vivre et de s’habiller ! »

« Je dis à ma mère, viens vivre avec moi **ici**, je ne retournais pas au **Bled**, je serais enterrée **ici**, je ne retournais jamais au **Bled** »

« De quel droit parles-tu ? un logement pour quatre milliards, une voiture pour 400 **millions**, où irez-vous ! **mariez**-vous ! vous ne pourrez pas **marier** et votre salaire ne dépasse pas les deux **millions** »

« Le travail ici est rentable, même si tu vends de la **cigarette** ne te méprise pas, je préfère vendre les **cigarettes** ici que travailler avec un salaire de dix millions en Algérie »

« Je suis venu en 2005, mes **papiers** sont toujours suspendus, les français sont méprisables et racistes, j’ai passée seize ans ici à Marseille et un an à Strasbourg, je suis toujours sans **papiers** »

« J’ai 45 ans en **France**, je voulais rentrer chez moi et retournez vers mon pays, j’ai honte de dire je suis algérienne à cause des Haraga, ils vivent de vol et de vandalisme et ils disent que la **France** est **raciste**, elle n’est pas **raciste** la **France** »

10.L’analyse de style

Il s’agit de l’étude des messages portant l’empreinte de la personne du locuteur, donc une communication dont le but est d’agir sur le destinataire. En d’autres termes c’est de l’étude des procédés de style d’un énonciateur et des modes de compositions qu’il utilise. On constate cependant dans notre corpus que les émetteurs n’ont pas respecté les règles grammaticales à partir leurs énoncés.

10.1. Registre de langue

D'après ce qu'on a constaté, les énoncés constituant notre corpus se caractérisent d'une part par le non-respect des règles syntaxiques, un grand nombre de liberté de parole qui s'inscrit donc dans un langage libre, familier ou même parfois vulgaire.

- On est de Haraga ! regarde comment nous sommes ! tu es "kriko" toi qui ramasse les ordures à Barbes
- Je n'avais rien au Bled, on en a marre d'elle, je n'ai pas pu suivre en Algérie, malgré tous on aime notre pays, nous détestons les "clous" dedans !
- La France est aussi notre pays, on a une part d'elle, regarde ce quai du métro, ça vient de Hadjar, ce fer est aussi de Dergana, la cité de Sifou hhh !
- Je n'en ai pas besoin du Bled, enlevez-la du tout de la liste
- Si j'avais le choix entre un salaire de 10 millions au Bled et vendre des cigarettes à Paris, je choisirais de vendre des cigarettes pour voir les couleurs, si je dis bonjour aux gens ils me répondront, là-bas tous les monde froncent les sourcils et s'ennuient !
- Les algériens l'ont rendu puant, normalement le président Tebboun devrait accepter l'offre de la France d'expulser les Haraga
- Les marins algériens reçoivent des pots-de-vin des Haraga pour les laisser passer la frontière ! est-ce que c'est un gouvernement ?

11. Les figures de style

Héritées de l'art du discours, les figures de styles ornent le discours en lui donnant plus de force, l'emploi des figures de style a pour but de fasciner et toucher l'auditoire

Les locuteurs énoncent d'une manière libre, en utilisant un langage familier et en faisant recours à certaines figures de styles parmi lesquelles on peut citer :

11.1. La métaphore

La métaphore est une image qui met en parallèle deux termes possédant la même caractéristique mais, à la différence de la comparaison, elle unit le comparant et le comparé sans avoir recours à un outil grammatical

« Les algériens l'ont rendu puant », « Je n'en ai pas besoin du Bled, enlevez-la du tout de la liste », « Je n'avais rien au Bled, on en a marre d'elle, je n'ai pas pu suivre en Algérie, malgré tous on aime notre pays, nous détestons les "clous" dedans ! », « On est de Haraga ! regarde comment nous sommes ! tu es "kriko" toi qui ramasse les ordures à Barbes », « Rien ne va dans ce pays, à part Belaili et l'équipe nationale ! », « Paris est sombre, et j'y entre aveugle ! », « Que dieu ne vous réussit pas ! O nos responsables, jusqu'au jour du jugement et de A jusqu'à Z », « L'Algérie n'est rien ! Ils l'ont dévoré, seuls leurs enfants vivent », « J'ai 41 ans et je n'ai rien fait au bled, j'étais en enfer »

11.2. La comparaison

« Je ne l'ai pas trouvé **comme** je le souhaitais, mais Alhamdoulillah je vis dans un très bon état, pendant six ans je n'ai pas pensé à revenir au Bled », « Il est très difficile de faire une situation au Bled, pas **comme** ici où vous avez de la chance pour travailler et collecter de l'argent », « Mon père est mort à l'âge de 48 ans devant moi à l'hôpital Mustapha Bacha, et ils n'ont rien pu faire pour lui, voulez-vous que mes enfants vivent **comme ça** », « Ils se croient qu'on est tous pareils, on est **mieux** milles fois **qu'eux** ! », « Tu prends le risque et tu te trouves dans l'établissement pénitentiaire pendant dix ans, pour moi il vaut **mieux** passer dix ans ici **que** dix ans en prison », « Les mauvaises choses sont **plus que** les bonnes en Algérie, au contraire ici, les mauvaises choses sont **moins que** bonnes »

11.3. La personnification

« Je n'avais rien au Bled, on en a marre d'elle, je n'ai pas pu suivre en Algérie, malgré tous on aime notre pays, nous détestons les "clous" dedans ! », « Si j'ai mes droits au Bled je ne m'aventuré jamais dans la mer, nos droits sont bafoués » « Les algériens l'ont rendu puant, normalement le président Tebboun devrait accepter l'offre de la France d'expulser les Haraga », « Le président ne peut rien faire seul, une main n'applaudit pas »

11.4. L'antithèse

« Il est très **difficile de faire une situation** au Bled, pas comme ici où vous avez de la chance pour **travailler et collecter de l'argent** », « **Les mauvaises choses** sont **plus** que les bonnes en Algérie, au contraire ici, les mauvaises choses sont moins que **bonnes** », « L'Europe que j'ai vu dans les vlogs et les vidéos et l'Europe en réalité sont complètement différents, j'ai risqué pour atteindre mes objectifs, j'ai choisi la voie du **Halal** à celle du **Haram** même si c'est difficile et Alhamdoulillah », « Vous savez quoi ! au passé les gens migrent à cause des **conditions** là-bas, maintenant ils migrent pour **faire le buzz sur TIK TOK** et prendre des photos à la Tour Eiffel »

12. Les actes de langages

Locutoire	Illocutoire	Perlocutoire
« Je pense que au Bled c'est mieux, d'après ma propre expérience, je préfère que tous les Haraga rentrent au pays, à condition que la situation s'améliore »	L'interlocuteur favorise de retourner à son pays	L'interlocuteur incite les Haraga pour revenir en Algérie aux dépens de la France en évoquant sa propre expérience
« Je conseille tous les jeunes de quitter l'Algérie, il n'y a que la prison là-bas »	L'interlocuteur signale qu'il faut quitter l'Algérie	L'interlocuteur fait appel aux jeunes algériens pour quitter l'Algérie
« Rien ne va dans ce pays, à part Belaili et l'équipe nationale ! »	L'énonciateur exprime son mécontentement envers son pays en excluant l'équipe nationale et Belaili	L'interlocuteur vise à glorifier l'image de Belaili et l'équipe nationale

« Je suis une enseignante à l'université depuis 2 ans, ça ne me plait pas la France, j'ai née en Algérie, j'ai grossie en Algérie, j'ai fait mes études en Algérie, Vive Dzair ! je m'adresse au gouvernement, vous devez améliorer juste le niveau de vie, j'ai essayé de rentrer chez moi et je n'ai pas pu »	L'interlocuteur exprime son attachement à l'Algérie et se remémore sa nostalgie du patriotisme	L'interlocuteur vise à faire passer un message au gouvernement pour qu'elle puisse retourner en Algérie
« Je m'adresse aux jeunes du Bled, venus ! je n'incite pas au Harga, mais si vous trouver un moyen viens ici ! »	L'énonciateur passe un message aux jeunes algériens pour quitter le pays et	L'interlocuteur incite au Harga
« J'ai 45 ans en France, je voulais rentrer chez moi et retournez vers mon pays, j'ai honte de dire je suis algérienne à cause des Haraga, ils vivent de vol et de vandalisme et ils disent que la France est raciste, elle n'est pas raciste la France »	L'interlocuteur critique les Haraga en les accusant de vol et de vandalisme	L'énonciateur vise à glorifie la France en blâmant les Haraga

13.Analyse iconique

Dans ce cadre, nous nous sommes penchés sur une autre forme de discours dans la réception médiatique qui tente au-delà des mots de transmettre un message. Il s'agit du discours iconique que nous aborderons dans ce deuxième chapitre à travers une analyse sémiotique de l'image qui prend en compte l'étude de quatre figures iconiques qui seront présentés ici et en annexe.

Dans cette partie du travail nous allons procéder à une analyse sémiotique de l'image afin d'analyser nos quatre figures iconiques.

Champ d'application

13.1. Analyse figure 1 (vidéo 1)



Description de figure

Il s'agit d'un extrait d'un vidéo publié sur la chaine YouTube « **Houssem Wahrani** » le 6 janvier 2022.

Celle-ci contient des vidéos fait par ce Youtubeur qui s'intéresse au sujet du Haraga en France, ils seront publiés notamment sur la page Facebook de la même chaine.

Cette vidéo est regardée par 688931 téléspectateurs et a enregistré 2343 commentaires, sous celle-ci en barre d'information on retrouve une brève

représentation du vidéo qui s'intitule « Urgent ! Les Haragas veulent revenir à leur pays mais à condition... vous devez regarder la vidéo pour connaître la raison »

Elle dure 23 minutes et 35 secondes durant lesquelles l'animateur pose la question suivante « Si votre pays vous a donné ton droit, est ce tu vas traverser la mère pour venir ici ? »

La vidéo comporte deux parties relatives. La première est une courte vidéo, élément déclencheur de cette polémique inclus un petit aperçu sur les différentes personnes interrogées et un montage préliminaire afin de mettre en vue d'œil la prise à partie et pour rappeler l'événement. La deuxième est un extrait qui comprend tous les témoignages sur l'événement diffusé.

Organisation iconique

La taille d'image : 2160P (4K)

Couleurs : RGB (la perception d'image se fait selon le système tripartite basé sur les trois couleurs rouge, vert et bleu).

Format : vidéo MP4 (16 :9)

Les éléments représentés : la figure représente deux personnes (interviewé et interviewer), le support se déroule dans une place publique qui représente une destination habituelle où se rencontrent les Haragas.

Etude de contexte

Il s'agit d'un support audiovisuel qui s'inscrit dans un contexte sociologique traitant le phénomène du Haraga algériens en France, l'interview se déroule dans une place publique Appelée Clignancourt à Paris où il y a une forte présence des Haragas, le Youtuber s'enquiert de leur point de vue sur la réalité de ce phénomène et la réalité qu'ils ont rencontrée une fois arrivés en France.

Analyse et interprétation

- Chaque image à une désignation privilégiée de ses éléments qui sont en nombre infini. La simple reconnaissance des motifs, leur référence à un monde réel, sont des interprétations relatives à la culture et à l'histoire du sujet

spectateur³⁰, nous allons essayer de décrypter les sens et les représentations véhiculées dans chaque figure.

En ce qui concerne la forme, on constate d'abord l'absence de la relation entre l'image et le texte, le réalisateur vise à promouvoir son compte Instagram à partir l'image, il utilise ainsi des titres qui capture l'attention de téléspectateurs à partir les Emojis « 😊😐 » afin d'atteindre le plus maximum de vues. A l'intérieur de la figure on constate que l'interviewer se distingue par rapport l'interviewé sur plusieurs niveaux ; le style vestimentaire, le micro, les gestes et le positionnement.

³⁰ Joly, M. (2009). Analyse à l'analyse de l'image. Dans M. Joly, *Analyse à l'analyse de l'image* (éd. Armand comin, p. 56).

13.2. Analyse figure 2 (vidéo2)



Description de figure

Il s'agit d'un extrait d'un vidéo publié sur la chaine YouTube « **Houssem Wahrani** » le 14 avril 2022.

Cette vidéo est regardée par 240 986 téléspectateurs et a enregistré 852 commentaires et 8K (j'aime) 👍, apparue sous le titre de « Urgent ! Y a t-il encore un espoir pour les immigrés de réussir en France ? écoutez la vérité »

Elle dure 18 minutes et 27 secondes durant lesquelles l'animateur qui est le propriétaire de la chaine pose la question ci-dessous « Avez-vous encore de l'espoir en France ? »

Comme nous avons mentionné plus haut, le Youtubeur suit un système d'un simple montage d'ouverture qui comprend un résumé des intervenants tout au long de la

vidéo. La deuxième partie consiste un extrait comprend tous les personnes interrogées.

Organisation iconique

La taille d'image : 2160P (4K), la vidéo est disponible avec plusieurs qualités (720, 480, 1080)

Couleurs : RGB

Format : vidéo MP4 (16 :9)

Les éléments représentés : la figure représente cinq personnes (animateur et interviewés), la polémique est abordée autour du phénomène de Haraga où l'animateur a accueilli un groupe des jeunes Haragas pour les interroger, l'interview se déroule dans une place publique à paris.

Etude de contexte

L'image s'inscrit dans un contexte sociologique qui traite le positionnement social du Haragas à l'intérieur de la société française, la polémique d'opinions abordé autour de ce phénomène mise en évidence par la variation des réponses données par les interviewés, le Youtubeur a déclenché ce débat parce qu'il a vécu cette expérience en visant également à guider les futures Haragas et à leur donné un aperçu sur la situation des immigrants en France.

Analyse et interprétation

On constate l'utilisation d'un « Thumbnail » ou l'image extérieure qui attire les téléspectateurs en premier lieu, cette figure est bourré des stimuli visuels tant qu'il y a des titres, des couleurs comme le rouge, ce genre de technique tel « Clickbait » est utilisé pour promouvoir la vidéo pour des fins commerciales.



13.3. Analyse figure3 (vidéo3)



Description de figure

Il s'agit d'un extrait d'un vidéo publié sur la chaine YouTube « **Houssem Wahrani** » le **22 octobre 2022** présenté par le Youtuber Houssem.

Cette vidéo est regardée par 771495 téléspectateurs et a enregistré 2909 commentaires et 18K (j'aime) 👍, apparue sous le titre de « Urgent ! Les Haragas font ressortir ce qu'il y a dans leur cœur, la vérité est triste 😞 »

La durée du vidéo est 25 minutes et 15 secondes, dont le Youtuber demande aux interviewés d'exprimer librement sur ses expériences.

La vidéo comprend trois parties, la première dans laquelle le présentateur commence par une simple introduction et un résumé, la seconde tourne autour du sujet en

interrogent les Haragas, en dernier lieu il exprime son opinion sur le sujet en fonction de son expérience.

Organisation iconique

La taille d'image : 2160P (4K), la vidéo est disponible avec plusieurs qualités (720, 480, 1080)

Couleurs : RGB

Format : vidéo MP4 (16 :9)

Les éléments représentés : la figure représente deux personnes (animateur et interviewé, la situation tourne au pré d'un magasin où l'animateur interroge le jeune immigré inconnu sur la situation des Haragas à barbes.

Etude de contexte

La figure s'inscrit toujours dans un contexte social en vue des sujets qui tournent autour du phénomène de haraga, la situation des immigrés et de nombreux sujets qui s'intéressent à cette catégorie.

En outre, des images celles de la femme qui a bouleversé les réseaux sociaux en décrivant les Haragas comme voleurs et vandales ont également été diffusées.

Analyse et interprétation

En ce qui concerne l'apparence extérieure, on constate la présence de titres « Thumbnail » attractifs qui visent à attirer le plus grand nombre de téléspectateurs, notamment l'utilisation d'emojis et des couleurs. En somme, la présente figure représente un nombre infini de signes iconiques et plastiques.

13.4. Analyse figure 4 (vidéo4)



Description de figure

La figure représente un extrait de la chaîne YouTube « **Houssem Wahrani** » le **22 avril 2022** présenté par le Youtuber Houssem.

Cette vidéo est regardée par 335266 téléspectateurs et a enregistré 1079 commentaires et 10K (j'aime) 👍, la vidéo s'intitule « Urgent ! Les Haragas de Marseille font ressortir ce qu'il y a dans leur cœur ! Ils vous disent ce que vous devez savoir, regardez la vidéo »

La durée du vidéo est 16 minutes et 55 secondes. Elle comprend trois parties, la première dans laquelle le présentateur commence par une simple introduction et un

résumé, la seconde tourne autour du sujet en interrogeant les Haragas, en dernier lieu il exprime son opinion sur le sujet en fonction de son expérience.

Organisation iconique

La taille d'image : 2160P (4K), la vidéo est disponible avec plusieurs qualités (720, 480, 1080)

Couleurs : RGB

Format : vidéo MP4 (16 :9)

Les éléments représentés : la figure représente quatre personnes (animateur et 3 interviewés), la situation tourne au pré d'un quartier populaire

Etude de contexte

La figure s'inscrit toujours dans un contexte social en vue des sujets qui tournent autour du phénomène de haraga, la situation des immigrés et de nombreux sujets qui s'intéressent à cette catégorie.

En outre, des images celles de la femme qui a bouleversé les réseaux sociaux en décrivant les Haragas comme voleurs et vandales ont également été diffusées.

La description verbale est introduit par les signes linguistiques présents au niveau de figure dont la distinction du message linguistique comme composante de l'image par l'évocation du nom propre. « Housseem Wahrani »

Analyse et interprétation

On constate l'absence de la relation entre image et texte, le Youtuber a introduit son nom ainsi que son logo qui représentent son identité visuelle qui le distingue par rapport à d'autres, l'interview se déroule au sein d'un quartier populaire à Marseille où se trouve une grande population des Haragas algériens.

On remarque des graffitis sur les murs, l'interviewé s'adresse à l'animateur en utilisant des gestes (langage corporel) essayant de présenter son témoignage sur le phénomène de Haraga.

14. Conclusion

Dans cette partie d'analyse de notre corpus, nous avons tenté de repérer les différentes caractéristiques véhiculées dans le discours de Haraga à partir l'ensembles d'analyses que nous avons fait à savoir l'analyse stylistique là où nous avons intéressé d'abord aux registres de langue et aux figures de styles, Les indices référentiels, Les indices énonciatifs (les déictiques, les modalisateurs, les verbes employés) et l'analyse des figures iconiques

En somme, faisons une analyse comparative de nos figures iconiques nous remarquons la présence des débats qui requièrent plus de deux participants au moins, les figures sont des extraits visuels qui s'inscrit dans un contexte sociologique, les figures sont diffusées à partir le réseau social YouTube contient une barre d'informations sous la vidéo.

Les visées communicatives présent dans notre corpus sont :

- Visée informative.
- Visée persuasive.
- Visée argumentative.

Conclusion générale

Notre travail de recherche était centré sur le phénomène du discours de Haraga dans un cadre d'interaction verbale en ligne plus précisément sur le réseau social YouTube.

L'objet de ce travail vise à fournir un éclairage sur les signes qui permettent de distinguer ce type discours sur la chaîne YouTube « Housseem Wahrani ».

Tout au long de ce travail de recherche, nous avons essayé de répondre à la principale question posée en introduction ainsi qu'à des interrogations qui ont nourri notre travail dans le but de confirmer ou d'infirmer des hypothèses que nous avons proposées à notre problématique :

Quelles sont les caractéristiques de discours du Haraga au sein des vidéos sur la chaîne YouTube « Housseem Wahrani » ? Et nous avons mis au point ce travail de recherche dans le but d'analyser un certain nombre de vidéos qui s'élèvent à 4 portent le discours du Haraga algériens.

Notre travail est divisé méthodologiquement en deux chapitres : Le premier chapitre nommé la partie théorique dont on a parlé des notions théoriques en adéquation avec notre corpus, le second se limite à l'analyse du corpus nommé la partie analytique.

Pour bien cerner notre sujet de recherche nous avons fait recours aux différents travaux des chercheurs comme Emile Benveniste et de Jean-Michel Adam pour l'analyse de notre corpus constituant les vidéos du Haraga

A partir l'analyse énonciative nous avons repérer les éléments de la situation de la production des différents commentaires à savoir : l'énonciateur, l'énonciataire, le temps et le lieu sans oublier les marqueurs de subjectivité : les pronoms personnels, les différents déictiques (indiquant le temps et l'espace), les adjectifs et les adverbes. L'analyse énonciative nous a permis également de repérer les énoncés qui sont ancrés dans la situation d'énonciation.

Par ailleurs, nous avons pu déterminer également les différents thématiques abordés lors de la production des énoncés et nous avons arrivé au postulat que la situation sociale et économique constituent les sujets les plus fréquents au sein des énoncés.

Ensuite, dans l'analyse stylistique, on a commencé à savoir les registres de langue qui consistent : le registre courant permettant à l'émetteur d'exprimer ses propos tout

en assurant sa liberté d'expression. En outre, nous menons vers une analyse syntaxique qui consiste les formes stylistiques les plus utilisées par les locuteurs.

Il s'agit de l'utilisation du registre familier qui se caractérise par la présence de la langue la plus utilisée dans les vidéos qui constituons notre corpus qui est l'arabe algérien ou ce qu'on appelle (Darija). En deuxième lieu on a la répétition, qui consiste de mettre l'accent et d'insister sur des différents points de vue ou les personnes sur lesquelles les locuteurs parlent. L'ironie à son tour sert aux locuteurs d'évoquer une vérité choquante en la disant d'une autre façon en vue de rire et de se moquer.

D'autre part, on a les figures de styles identifiées comme la métaphore, la comparaison, la personnification et l'antithèse. Puis on a repéré les différents actes du langage à savoir l'acte locutoire : l'acte de prononcer / écrire sans formants des mots. L'acte illocutoire (performatif) et L'acte perlocutoire

L'analyse sémiotique de l'image effectuée sur le corpus iconique des figures, nous a permis d'une part de comprendre le pouvoir et la puissance de l'image et d'autre part l'impact du discours du Haraga sur l'opinion publique en suivant un système de production spécifique qui consiste de jouer avec les mots, introduire diverses stratégies de communication, adapter le discours renforce le processus de manipulation et de persuasion. L'analyse de notre corpus iconique nous a permis de souligner le poids de l'image comme outil d'expression et d'interprétation des différents signes iconiques des affiches dans la revendication ou dénonciation d'un événement particulier.

On a fait sortir les caractéristiques du discours de Haraga grâce à une analyse de 4 vidéos sélectionnées sur la chaîne YouTube « Housseem Wahrani » qui sont à savoir : les différents sujets parlés, les marqueurs de subjectivité, des actants des énoncés, les différents registres de langue, les procédés de syntaxes et de styles, les différents actes du langage les différentes représentations des figures iconiques analysés.

Le résultat de notre analyse nous a permis de souligner les caractéristiques suivant :

- ✓ Ce discours est souvent marqué par la présence des marques de subjectivité avec l'utilisation des différents modalisateurs dont la majorité des énoncés sont caractérisés par la présence de pronoms personnel « je ».

- ✓ Liberté de parole avec l'utilisation d'un certains codes spéciaux incompréhensibles et parfois sarcastiques.
- ✓ L'alternance codique qui est l'usage lors d'une discussion de deux ou plusieurs codes langagières (langues) différents, le dialecte algérien (le Darija ou langue vernaculaire) et le français sont les langues les plus dominantes dans notre corpus.
- ✓ Interruptions de la parole, conflits entre les différents locuteurs, nombreuses interventions négatives portant des mots vulgaires et aussi des discours complètement dans la langue nationale qui est le dialecte algérien.
- ✓ L'utilisation des figures de styles qui sont : la métaphore, la comparaison, la périphrase et la personnification. Ces figures de styles permettent non pas seulement de rendre les propos persuasifs et plus manifestes mais elles permettent également d'influencer le récepteur du message.

Nous n'avons pas eu de difficultés dans notre étude sauf le problème de traduction en ligne par contre la chose la plus importante était la disponibilité des informations sur notre thématique, on a pu avoir accès facilement aux informations adéquat et qui peuvent constituer notre corpus.

Finalement, on peut infirmer nos hypothèses de recherche :

- Les différents sujets évoqués sont : la situation politique, sociale et économique tous identifiable par des termes ou mots dans les énoncés. Ce discours est caractérisé dans les énoncés produits par l'emploi des noms, adjectifs, phrases scatologique et langage familier.
- Les figures de styles utilisés par les locuteurs sont : la métaphore, la comparaison, la personnification et l'antithèse.

L'impact de tout discours du Haraga manifesté par des vidéos, des podcasts réalisés par des Youtubeurs sur la toile devenue actuellement un outil de communication viral et un espace où se manifeste une certaine liberté d'expression. Il serait pertinent dans ce cadre de considérer dans de prochaines recherches la réception du discours polémique sur les réseaux sociaux et étudier les stratégies communicationnelles des discours émis par les youtubeurs ou concepteurs de vidéos dont l'influence opère de manière offensive sur l'opinion publique aujourd'hui.

Bibliographie

Ouvrages

- Adam, J. M. (1987). *Types des séquences textuelles élémentaires*. Metz.
- rue Labrouste, 75015 .
- Austin J, L. (1970). *Quand dire, c'est faire* (éd. Du Seuil). Paris.
- Benveniste, E. (1970). *L'appareil formel de l'énonciation, langages*.
- Fuchs, P. e. (1975). *Mises au point et perspective de l'analyse automatique de discours*.
- Joly, M. (2009). Analyse à l'analyse de l'image. Dans M. Joly, *Analyse à l'analyse de l'image* (éd. Armand comin, p. 56).
- Mainguenau D, C. F. (1995). *L'analyse de discours constituants*.
- Maingueneau, D. (1998). *Analyser les textes de communication* (éd. Dunod).
- Martine Joly « Introduction à l'analyse de l'image » Ed Armand Colin, Page 11
- Sarfati. (1997). *élément d'analyse de discours*. (Nathan, Éd.)
- SEARLE], R. (1972). *Les Actes de langage*. (1. Hermann rad. fr. de Speech Acts, Éd., & Hermann, Trad.) Paris.

Articles

- *Elwatan*. (s.d.). Récupéré sur <https://www.elwatan.com/a-la-une/le-phenomene-de-la-harga-de-plus-en-plus-alarmant-le-grand-nauffrage-05-12-2018>

Mémoires

- La Polémique Médiatique dans le Discours Analyse de Discours Linguistique et Iconique, cité par MUSTAPHA Hind dans un cadre de mémoire en 2019
- L'analyse du discours de la haine en ligne, cité par MAÏGA Aly dans un cadre de mémoire en 2020

Sitographie

- <https://www.alloprof.qc.ca/fr/eleves/bv/francais/le-present-de-l-indicatif-f1189> consulté le 15 06 2022
- Wikipedia. (2022, février 26). Récupéré sur Wikipedia: https://fr.wikipedia.org/wiki/Immigration_ill%C3%A9gale consulté le 04 12 2022.
- Adam, J.-M. (1993). *Le texte et ses composants*. Semen. Consulté le 04 12, 2022, sur <http://semen.revues.org/4341>.
- Bestandji, N. (2021, Novembre). *Aleph. Langues, médias et sociétés* . Récupéré sur <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/226/8/3/168556> conulté le 8 -5 -2022
- Haija, A. (2004). *université lyon 2*. Consulté le 05 19, 2022, sur université lyon 2: http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2004.abulhaija_s&part=85783#:~:text=Adam%20d%C3%A9finit%20le%20discours%20comme,type%20de%20discours%20dans%20une
- [Réseau National de Ressources Pédagogiques \(ac-versailles.fr\)](http://ac-versailles.fr) consulté le 14-6-2022

Annexes

Annexe 1

Vidéo	Liens
Vidéo 1	https://youtu.be/BRqZI4ZC4ys?list=PLQlnoh_ydiCzl71tN7R3I-OOxSQLjStDs
Vidéo 2	https://youtu.be/iVEZyZVksi4?list=PLQlnoh_ydiCzl71tN7R3I-OOxSQLjStDs
Vidéo 3	https://youtu.be/hQJTGzcfpO0?list=PLQlnoh_ydiCzl71tN7R3I-OOxSQLjStDs
Vidéo 4	https://youtu.be/mFgu7k8-vNw?list=PLQlnoh_ydiCzl71tN7R3I-OOxSQLjStDs

Annexe 2



FRANCE

خير عاجل هل ما زال هناك أمل في أن ينجح المهاجرون في فرنسا ؟؟؟ استمع للحقيقة

240 986 vues • 14 avr. 2022

8 K JE N'AIME PAS PARTAGER EXTRAIT ENREGISTRER ...

Houssem Wahrani 225 k abonnés

S'ABONNER



BARBÈS - ROCHECHOUART

خير عاجل !!! الحرافة من باريس يقولون ما في قلوبهم !!! حقيقة محزنة

771 495 vues • 22 oct. 2021

18 K JE N'AIME PAS PARTAGER EXTRAIT ENREGISTRER ...

Houssem Wahrani 225 k abonnés

S'ABONNER

annexe 3



PARIS

خير عاجل!!! الحرافة يريدون العودة إلى بلادهم ولكن بشرط عليك مشاهدة هذا الفيديو لمعرفة السبب 🤔🤔

688 931 vues • 6 janv. 2022

17 K

JE N'AIME PAS

PARTAGER

EXTRAIT

ENREGISTRER

...



Houssem Wahrani

S'ABONNER



MARSEILLE

حرافة من مرسيليا يفرعون قلوبهم أمام الكاميرا !!!! يقولون لك ما يجب أن تعرفه ؟؟؟! شاهد الفيديو

335 266 vues • 22 avr. 2022

10 K

JE N'AIME PAS

PARTAGER

EXTRAIT

ENREGISTRER

...



Houssem Wahrani

S'ABONNER

Éléments d'analyse	Analyse
1 – Description	
Nom de l'auteur de l'image	
Date de production	
Type et identification du support	
Format – Lieu d'émission	
Nombre de couleurs et prédominance	
Lignes directrices	
Titre	
Éléments représentés	
Thème général	
2 – Analyse	
Contexte historique (économique, social, politique...)	
3 – Interprétation (en fonction de la description et de l'analyse)	
Rapport entre image et/ou le texte	

Annexe 4

Annexe 5

Liste de figures

Figure 1 : Les composant du signe linguistique selon Pierce	27
Figure 2: Le taux de migration actuel en France_2020 source : France Net Migration Rate 1950-2022 MacroTrends	30
Figure 3: Les statistiques des réseaux sociaux les plus utilisés au monde _2022 ...	33
Figure 4: La gestion d'utilisateurs	33
Figure 5: Statistiques liées aux utilisateurs	34