

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université de Saida Dr. MOULAY Tahar
Faculté des lettres, des 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

Option : Sciences du langage

Intitulé

**Analyse discursive du discours des tags et des graffitis :
Cas d'étude la ville de Saida**

Présenté et réalisé par

OMRI Mohamed Allaa Eddine

sous la direction :

Dr. BOUHADJAR souad

Devant le jury composé de :

Mlle. MEKHLLOUF Lilya

Mme. BOUHADJAR souad

Mme. HADBI Anissa

Présidente du jury

Directrice de recherche

Examinatrice

Université de Saida

Université de Saida

Université de Saida

Année universitaire 2021-2022

Remerciements

Tout d'abord, je remercie Dieu qui m'a donné le courage et la volonté d'accomplir ce travail.

Je souhaite à remercier sincèrement ma directrice de recherche Dr,BOUHADJAR SOUAD d'avoir éclairé ce travail par ses conseils et ses précieux commentaires et sa disponibilité.

J'exprime également ma gratitude à tous les membres du jury, pour avoir accepté de lire et d'évaluer ce travail.

Enfin, je remercie toutes les personnes qui m'ont aidé, qu'ils soient amis ou en famille.

Dédicace

*C'est avec une très grande émotion et un immense plaisir que je dédie ce
modeste travail à :*

*Mes parents, tous deux ont su m'inculquer l'amour du travail, le respect et tant
d'autres valeurs importantes*

A tous mes amis et à ceux qui me connaissent.

Tables des Matières

Remerciements

Dédicace

Introduction générale.....06

Chapitre I : Présentation théorique et définition des notions de base

1.1. Le discours.....	10
1.1.1. Le rapport du discours à l'énoncé.....	10
1.1.2 Les caractéristiques du discours.....	12
1.2. L'énonciation.....	12
1.2.1. La situation d'énonciation.....	12
1.2.2 La subjectivité dans le langage.....	13
1.2.3 Les déictiques.....	13
1.2.4 La modalisation ou les marques lexicales de la subjectivité.....	15
1.2.5 Les stratégies discursives.....	16
1.2.5.1 Les types des stratégies discursives.....	18
1.3 Le plurilinguisme en Algérie.....	19
1.4 L'approche énonciative en analyse du discours.....	20
1.5 Les graffitis.....	21
1.5.1 L'étymologie.....	21
1.5.2 La définition de graffiti.....	21
1.5.3 L'histoire ancienne des graffitis.....	22
1.5.4 L'histoire contemporaine des graffitis.....	23
1.5.5 Les caractéristiques des graffitis.....	24

1.5.6 Les styles des graffitis.....	25
-------------------------------------	----

Chapitre II : Analyse énonciative des graffitis

2.1. Présentation du corpus.....	29
2.2. Identification et classification des déictiques	31
2.3. Identification des modalités d'énonciation.....	33
2.4. Identification des stratégies discursives.....	35
2.5. Analyse critique du corpus.....	36
2.5.1. Les déictiques.....	36
2.5.2. Les modalités d'énonciation.....	37
2.5.3. Les stratégies discursives.....	38
Synthèse.....	40
Conclusion générale.....	42
Bibliographie	
Annexes	
Résumés.....	52

Introduction générale

Les villes algériennes à l'instar les autres villes dans le monde vivent l'émergence d'un phénomène social, qui est le graffiti qui prend une dimension représentative de la société, Le graffiti existe depuis longtemps pour désigner tout dessin ou texte ou bien toute inscription ancienne ou contemporaine gravée dans l'espace urbain sur des supports : mur, table, arbre, trottoir, ...et utilisé comme signe d'expression et de communication, autrement dit c'est la voix de masse. De plus en plus le graffiti prend une grande place dans notre vie quotidienne, il est devenu une nouvelle forme d'expression et de communication à savoir des jeunes de Saida pour transmettre un message (une idée, sentiments d'amour ou de refus ... ou bien un avis) aux autres.

Dans la moitié du 20ème siècle les graffitis commencent à être reconnus comme un art urbain en Algérie. Plusieurs chercheurs : des linguistes, des psychologues, des sociologues et les sociolinguistes sont intéressés par l'étude des graffitis comme moyen d'expression et de communication.

Nous avons choisi ce sujet tout simplement parce que les graffitis constituent un phénomène qui se manifeste clairement dans les rues de notre ville. Encore il s'agit d'un thème d'actualité qui fait partie des préoccupations modernes des sciences du langage. Par ailleurs, la rareté des études investies dans ce champ en Algérie a contribué pleinement à notre motivation pour ce sujet. De ce fait, la naissance de ce phénomène nous incite à formuler plusieurs questionnements :

- Comment le discours sur la société est-il véhiculé à partir des graffitis ?
- Quelles sont les modalités de l'énonciation utilisées dans le discours des graffiteurs ?
- A travers quelles stratégies discursives l'énonciateur tente de capter l'attention l'énonciataire ?

Pour répondre à ces questions, nous suggérons les hypothèses suivantes :

- Différentes modalités d'énonciation se trouveraient dans les discours des graffiteurs
- La stratégie de captation serait dominante dans la transmission des messages des graffitis

- L'utilisation du plurilinguisme dans l'élaboration des différents énoncés de notre corpus.

Notre travail sera divisé en deux chapitres ; dans le premier chapitre, intitulé la présentation théorique et définition des concepts de base. Nous avons parlé du discours et son rapport à l'énoncé ensuite nous avons cité les caractéristiques du discours, l'énonciation, la situation d'énonciation et la subjectivité dans le langage. Nous avons aussi cité les différentes stratégies discursives, nous exposerons les graffitis comme pratique urbain dont nous relèverons l'étymologie de graffiti, ses types et ses style. Le deuxième chapitre consiste à analyser le corpus collecté. Nous allons analyser et interpréter des graffitis recueillis selon une approche énonciative pour arriver aux résultats qui permettent de confirmer ou d'infirmier notre hypothèse proposée.

Chapitre I : Présentation théorique et définition des notions de base

1. Définition des concepts

1.1. Le discours

Selon la définition du dictionnaire de linguistique (Jean Dubois) p150, « Le discours est le langage mis en action, la langue assumée par le sujet parlant (synonyme: parole). Le discours est une unité égale ou supérieure à la phrase ; il est constitué par une suite formant un message ayant un commencement est une clôture, (synonyme : Énoncé). »

Le discours est défini aussi par rapport à une position sociale ou idéologique, il est très lié la conversation comme un type particulier d'énonciation.

Dans l'article de Louis Guespin les bases théoriques de l'analyse du discours : « l'énoncé, c'est la suite des phrases émises entre deux blancs sémantique, deux arrêts de la communication ; le discours, c'est l'énoncé considéré du point de vue du mécanisme discursif qui la conditionne. »

Selon cette définition la signification de la phrase dépend du contenu linguistique proprement dit, alors que l'interprétation d'un énoncé dépend du contexte énonciatif dans lequel il a été produit.

1.1.1. Le rapport du discours à l'énoncé

Dans l'oeuvre de Benveniste (1966 p242), le discours est défini comme « toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur et chez le premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière. »

Nous comprenons donc que Benveniste définit le discours comme un moment d'énonciation supposant un locuteur et un auditeur durant lequel le premier cherche à influencer le second d'une manière ou d'une autre.

Cette définition de Benveniste a un lien avec celle que Jean-Michel ADAM (1989) qui avance que: *"(...) 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)".*

Selon Maingueneau (1976.p16) « *le discours n'est pas un objet concret qui offre à l'intuition mais le résultat d'une construction (...), le résultat de l'articulation d'une pluralité plus ou moins grande de structuration transphrastiques en fonction des conditions de production* ».

Donc, le discours n'est pas un objet que l'on peut décrire tel que l'on imagine. Son interprétation résulte d'un ensemble d'informations que l'on obtient en nous référant au contexte situationnel et en prenant en compte les conditions de sa construction.

Pour le linguiste Zellig, H le discours considéré « un tout spécifique constituant en une séquence de formes linguistiques disposées en phrase successives ». (George Elise Sarfati, "les Eléments d'analyse du discours" Armand Colin, Paris, 2007, P12).

Cela dit, que le discours est un contenu linguistique se constituant d'une suite de phrases comme un tout spécifique.

Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau, dictionnaire d'analyse du discours, 2002,p185 ; ajoutent également que la notion du "discours" entre dans une série d'oppositions classiques en particulier avec la phrase, la langue, le texte et l'énoncé :

- **Discours vs phrase** : la phrase constituée une unité linguistique, le discours constitué d'une succession de phrases.
- **Discours vs langue** : la langue est un système de valeurs virtuelles s'opposant au discours, qui est l'usage de la langue dans un contexte particulier qui filtre ces valeurs et peut en susciter de nouvelle.
- **Discours vs texte** : le discours est conçu comme l'inclusion d'un texte dans son contexte (conditions de production et réception) (Adam 1999 :39).
- **Discours vs énoncé** : Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau, dans son dictionnaire de l'analyse de discours ; 186 « l'énoncé est une unité linguistique et le discours c'est la trace d'un acte de communication socio-historiquement déterminée ».

1.1.2 Les caractéristiques du discours

Charaudeau et Maingueneau montre que Le discours diffère de la phrase en mobilisant des structures d'un autre ordre. L'étude de ce dernier ne relève donc pas de la syntaxe, mais se concentre sur les conditions de production des énoncés. Le discours est orienté : non seulement parce qu'il est construit en fonction d'une visée, mais parce qu'il est une forme d'action sur autrui. Il prend en charge ce qui implique un sujet à l'égard de qui le locuteur doit adopter une certaine attitude. Il est aussi interactif car il traite de la conversation comme une manifestation de l'interactivité où tout échange suppose, implicitement ou explicitement, un destinataire. Le discours est régi par divers ordre de normes, il n'a de sens que par rapport à un autre, ce sont les relations inter discursives qui caractérisent chaque discours.

1.2. L'énonciation

L'énonciation est l'acte individuel de production, dans un contexte déterminé, ayant pour résultat un énoncé ; les deux termes s'opposent comme la fabrication s'oppose de l'objet fabriqué. L'énonciation est l'acte individuel d'utilisation de la langue, alors que l'énoncé est le résultat de cet acte. Elle peut être définie, avec Émile Benveniste (1974),p80 comme « *la mise en fonctionnement de la langue au moyen d'un acte individuel d'utilisation* », un acte pris en charge par un énonciateur donné, dans un cadre spatio-temporel donné, et destiné à un co-énonciateur (ou énonciataire) donné.

Selon Catherine Kerbrat-Orecchioni l'énonciation c'est « *La recherche des procédés linguistique (shifters, modalisateurs, termes, évaluatifs...etc.) par lesquels le locuteur imprime sa marque à l'énoncé, s'inscrit dans le langage (implicitement ou explicitement et se situe par rapport à lui. »*

1.2.1. La situation d'énonciation

La situation d'énonciation est l'environnement physique ou social dans lequel se trouvent les interlocuteurs. Ce sont les conditions dans lesquelles l'énoncé a été produit. Elle regroupe, en effet, un ensemble d'informations relatives au locuteur, à l'interlocuteur au moment et au lieu de l'énonciation.

Dominique M, lui donne la définition suivante *«Tout énoncé, avant d'être ce fragment de langue naturelle que le linguiste s'efforce d'analyser, est le produit d'un événement unique, son énonciation, qui suppose un énonciateur, un destinataire, un moment et un lieu particulier. Cet ensemble d'éléments définit la situation d'énonciation.»*.

Selon Lucy et Theirry, 2001, p157 *«c'est uniquement dans la relation du texte au contexte que le récepteur peut interpréter le sens.»*

1.2.2 La subjectivité dans le langage

Benveniste 1966 p260 voit dans cette notion *«l'unité psychique qui transcende la totalité des expressions qu'elle assemble et qui assure la permanence de la conscience.»*

La subjectivité, 269 est donc *«la capacité du locuteur à se poser comme sujet.»*. C'est grâce au langage que le locuteur d'une langue échange et communique avec autrui, et c'est en échangeant qu'il partage ses idées et qu'il laisse sa marque. p263, subjectivité et langage sont intimement liés. Le langage, dit-il est *«la possibilité de la subjectivité qui en constitue une propriété fondamentale.»*, Kerbrat, O, 1999, est aussi de cet avis, qui croit *«qu'aucun lieu langagiers n'échappe à l'emprise de la subjectivité.»*

La même idée se trouve chez Paul, R, 1969, p261. pour qui (1969 :261). La subjectivité met l'accent essentiellement sur la présence de l'homme dans la langue par l'étude des différentes unités linguistiques qui sont des «indices spécifiques» à travers lesquels le locuteur énonce sa position (par rapport au monde et par rapport à l'autre)

1.2.3 Les déictiques

selon Charaudeau et Maingueneau, 2002, p212 Le mot déictique désigne un type de référence où le référent est identifié à travers l'énonciation. Celui d'embrayeur, qui est la traduction française de «shifters» qui correspond beaucoup plus aux classes d'unités qui manifestent la «réflexivité fondamentale de l'activité linguistique.»

Les déictiques sont des indices personnels et spatio-temporels qui marquent le moment d'énonciation, ils sont également appelés "embrayeurs". Ce sont des unités linguistiques inséparables du lieu, du temps et du sujet de l'énonciation (je, ici, maintenant). Ils ont une valeur référentielle qui varie selon chaque situation d'énonciation. Ce sont des indices qui marquent la présence du locuteur, le temps et le lieu de l'énonciation.

Autrement dit, leur sens n'est repéré que lorsqu'ils sont inscrits dans un contexte. Selon Jakobson : «la signification générale des embrayeurs ne peut être définie en dehors d'une référence au message ». Ainsi, les marques d'embrayage peuvent être classées comme suit :

❖ **Les indices personnels**

- a) 1ère personne :(je, me, moi, nous...)
- b) 2ème personne :(tu, te, toi, vous, ton...)

Nous ne pouvons pas savoir à qui ils réfèrent sans savoir qui est locuteur et à qui il s'adresse.

❖ **Les indices spatio-temporels**

Ce sont des mots invariables qui servent à déterminer le temps et l'espace d'énonciation.

a)Les déictiques spatiaux

Il existe plusieurs types de déictiques spatiaux :

Les présentatifs : voici, voilà...

Les démonstratifs : ce, cette, cela, ces...

Les éléments adverbiaux : près de, loin de, devant, derrière ...

Ces indices visent à repérer les localisations spatiales.

b) Les déictiques temporels

Selon Dominique M, 1999, à l'énonciation en linguistique française Les déictiques, en tant qu'embrayeurs, relève de la temporalité spécifique de la langue et non d'une quelconque chronologie extralinguistique.ils se présentent sous deux formes : d'une part des éléments adverbiaux ou des syntagmes prépositionnels (demain, dans dix mois ...), d'autres parts des informations intégrées aux affixes des conjugaisons du présent, du passé et du futur.

1.2.4 La modalisation ou les marques lexicales de la subjectivité

Nous distinguons les modalités d'énonciation et d'énoncés :

A. **Les modalités d'énonciation** : renvoient à l'acte d'énonciation en marquant l'attitude énonciative du locuteur dans sa relation à son interlocuteur. L'assertion, l'interrogation et l'injonction sont trois modalités d'énonciation de base par lesquelles le locuteur adopte une attitude par rapport à l'interlocuteur, qui n'est pas que l'expression d'une subjectivité, mais qui établit aussi une relation interpersonnelle.

- **L'assertion** : implique un jugement sur la valeur de vérité du contenu de l'énoncé, c'est-à-dire que l'énonciateur apporte un jugement sur le contenu qu'il présente, ce dernier peut être accepté par le destinataire en considérant l'information vraie, ou bien il peut aussi ne pas être d'accord et juger l'information comme étant fausse, l'assertion se manifeste par l'intermédiaire de la phrase déclarative, elle peut être affirmative ou négative
- **L'interrogation** : La modalité interrogative comporte un questionnement, une demande et une sollicitation; dans le but d'obtenir des réponses et des informations nouvelles méconnues par le locuteur.
- **L'injonction** : La modalité injonctive consiste à donner un ordre, une demande afin que le destinataire fasse ou ne fasse pas quelque chose. De ce fait, cette dernière peut être positive (demande, ordre) ou négative (défense).

B. **Les modalités d'énoncé** : renvoient à l'énoncé en marquant l'attitude du locuteur par rapport à ce qu'il dit. Elles recouvrent un domaine plus vaste que les modalités d'énonciation. Différentes catégorisations de ce phénomène ont été proposées, depuis l'Antiquité. Sans entrer dans le détail de ces catégorisations, nous pouvons retenir trois grandes catégories de modalités d'énoncés. Plus une dernière ajoutée par Kerbrat-Orechioni.

- **Modalité épistémiques** : Modalités par lesquelles le locuteur exprime son degré de certitude sur ce qu'il affirme (Verbes d'opinion de croyance, Des adverbes modalisateurs et des locutions verbales)
- **Les modalités déontiques** : font appel à la notion d'obligation, mais elles impliquent aussi les valeurs modales comme l'interdiction, la permission, le facultatif. En fonction du contexte (auxiliaires modaux devoir et pouvoir)

➤ **Modalités affectives et appréciatives** Ce sont les modalités affectives et appréciatives qui expriment une évaluation, ou un jugement, elles se manifestent par l'emploi des termes (noms, verbes, adverbes, adjectifs).

a) **La modalité affective** : La subjectivité affective s'inscrit dans la parole par l'emploi des termes concernant les sentiments, les affects, les émotions, les passions...Par exemple les adjectifs affectifs comptent parmi les unités linguistiques subjectives et la modalité fonctionne comme un concept qui permet d'introduire la subjectivité du locuteur par ses émotions et ses sentiments.

b) **Modalité évaluative non-axiologique** : selon Kerbrat, O,1999 p96 « cette classe comprend tout les adjectifs qui, sans énoncer de jugement de valeur, ni d'engagement affectif du locuteur (du moins au regard de leur strict définition lexical : en contexte, ils peuvent bien entendu se colorer affectivement ou axiologiquement), impliquent une évaluation qualitative ou quantitative de l'objet dénoté par le substantif qu'ils déterminent, et dont l'utilisation se fonde à ce titre sur une double norme .»

c) **Modalité évaluative axiologique** : La relation entre la langue et l'appréciation du locuteur n'est pas toujours facile à préciser et à formuler. Car les appréciations et les dépréciations sont des phénomènes complexes liés aux états psychiques, aux jugements de valeur, aux croyances, aux intuitions, aux intentions. Le locuteur émet un jugement de valeur qui garde les traces de ses évaluations.

1.2.5 Les stratégies discursives

Selon Charaudeau et Domonique, «*La stratégie est une technique opérationnelle fait par l'éditeur pour un but et des fins visées, la stratégie est la science ou l'art de l'action humaine finalisée volontaire et difficile* ». D'après ces deux linguistes, il s'agit d'une technique ayant des fins et des objectifs déterminés où l'action humaine joue un rôle primordial et déterminant.

Selon Charaudeau et Maingueneau p42 : «*Sont Le fait d'un sujet. (Individuel ou collectif) qui est conduit nombre d'opérations langagière parler de stratégie n'a de sens*

que par rapport à un cadre de contraintes qu'il s'agisse de règle de normes ou de conventions(...) il faut un but, une situation d'incertitude et de calcul».

Donc, le sujet est individuel ou collectif et choisit de façon consciente ou non, de prendre part à un certain nombre d'opérations langagières selon des normes ou de conventions, nous ne pouvons pas parler de stratégie qui n'a de sens que par rapport à ces contraintes.

Parmi les stratégies existantes en analyse de discours, nous citons en premier lieu la stratégie discursive qui Réfère au choix possible du locuteur en situation de communication c'est que l'acte du langage n'est soumis à aucune fatalité qui préfigurerait sa structuration. Il n'ya pas de prêt à porter langagier, chaque énonciation est unique. (Www. Analyse du discours. Com, les stratégies discursives).

Le locuteur se fait un objectif qu'il veut atteindre en adoptant un certain nombre de stratégies permettant de le réaliser. Il choisit donc la stratégie adéquate et rigoureuse selon la situation de communication et le contexte dans lequel se déroule le discours

Autrement dit, en analyse du discours, la notion de stratégie signifie la possibilité d'avoir les choix par le locuteur en situation de communication.

L'acte de langage n'est pas soumis à des règles précises et le locuteur peut s'exprimer librement. Quand on parle de discours, chaque énonciation est unique

Il est vrai que tous les énoncés doivent être bien construits et obéissant à des règles grammaticales pour que l'acte de langage ait un sens. Cependant, ces règles sont loin d'avoir un impact sur les choix possibles pendant le processus discursif.

Cela dit que chaque choix langagier est stratégique car il est particulier dans chaque contexte de communication. Selon Chareaudeau l'espace de choix du téléspectateur est un espace où se déploient trois types des stratégies. Stratégie légitimation. Stratégie de crédibilité et stratégie de captation. (WWW. Analyse du discours. com ; stratégie discursives).

1.2.5.1 Les types des stratégies discursives

a) La stratégie de légitimation

L'une des trois stratégies de discours est la stratégie de légitimation qui vise principalement à déterminer la position d'autorité qui permet au sujet parlant de prendre (la parole droit à parole). En analyse de discours la question des stratégies de légitimation connaît le niveau pratique et le niveau professionnel, il s'agit de savoir comment le discours trouve sa légitimité aux yeux de ceux qui l'emploie. Au sein de la planification linguistique le discours occupe une place, dont l'éditeur fait des opérations de calcul et pour choisir les mots qui correspondent à son discours avant de le mettre. Selon Charaudeau et Maingueneau, ([www. Analyse du discours.Com](http://www.Analyse.du.discours.Com)). La légitimation est l'un des trois espaces des stratégies de discours. les stratégies de légitimations vient à déterminer la position d'autorité peut être le résultat d'un processus qui passe par deux type de construction.

b) La stratégie de crédibilité

Parmi les stratégie de discours on compte celle de crédibilité qui donne au sujet parlant une position de véracité qui attribue au discours un caractère crédible et le rendre vraisemblable aux yeux des téléspectateurs ,la crédibilité est une stratégie usée par le journaliste afin de rendre son discours crédible pour cela ,le journaliste fait recours à trois position:" une position qui l'amènera à effacer dans son mode d'argumentation ,toute trace de jugement et d'évaluation personnelle que se soit pour expliciter les causes d' un fait ou pour démontrer une thèse.

c) La stratégie de captation

Est celle qui vise à séduire ou à persuader le téléspectateur. Elle est parmi les stratégies discursives utilisée par le sujet parlant afin d'attirer l'attention et le regard du téléspectateur vers la télévision et l'inciter de le voir. Les stratégies de captation donnent lien à des configurations discursives particulières selon les situations de communications, le journaliste doit toucher la sensibilité du téléspectateur par le choix des mots

1.3 Le plurilinguisme en Algérie

Selon dictionnaire de didactique 2003, p94 de français le plurilinguisme est un phénomène par lequel se distingue une société où coexistent et se pratiquent des variétés

langagières, c'est aussi : « la capacité de l'individu au sein de cette même communauté à les employer à bon escient. »

Par ailleurs, la langue est un facteur de socialisation dont l'objectif est le réseautage, c'est-à-dire que selon CHACHOU, 2019 « *la langue est ce par quoi et ce en quoi se réalise la socialisation de l'individu, la structuration de son être social* »

Le plurilinguisme, en Algérie, s'organise autour de trois sphères langagières selon Khaoula Taleb-Ibrahimi 2019 :

1.3.1 La sphère arabophone

Elle inclut :

- ✓ **L'arabe classique ou institutionnel**, bien qu'il soit la langue officielle et nationale du pays, il n'est nullement utilisé par les Algériens dans leurs échanges communicationnels du quotidien, « son usage se limite aux échanges officiels » tel que l'éducation, la politique et la justice. Cette langue est aussi sacralisée vu qu'elle est « la langue du coran. »
- ✓ **L'arabe dialectal** ou arabe Algérien est une langue véhiculaire en Algérie, c'est aussi la langue maternelle de ce qui se rapprocherait de 80% des Algériens.

1.3.2 La sphère berbérophone

Elle inclut de nombreuses variétés de Tamazight (tachelhit, tumzabit, tachouit, taqbaylit, tahaggart, tazenatit, tachenouit, tagrengren) selon Gabriel CAMPS⁴⁹. La langue tamazight bien qu'elle soit reconnue comme langue nationale depuis 2002 et officielle depuis 2016 à côté de l'arabe classique, elle demeure une langue pratiquée uniquement dans quelques écoles à titre expérimental. La pratique des langues berbères est essentiellement orale et régionale. ABID-Houcine, S, 2007 ajoute que : « un bilinguisme berbère-arabe algérien est nécessaire pour pouvoir satisfaire aux besoins de la communication quotidienne »

1.3.3 La sphère des langues étrangères

- ✓ **Le Français** : malgré l'arabisation, le français demeure omniprésent dans l'environnement linguistique algérien. Il est la première langue étrangère

enseignée dès la 3^e année du cycle primaire. C'est aussi une langue de communication, et d'enseignement des matières scientifiques et technologiques dans le cycle universitaire. Par ailleurs, le français est la langue de travail dans certains secteurs comme les banques, l'énergie, la santé...

« Le français remplit toujours une fonction privilégiée dans l'enseignement supérieur et technique où les cours sont essentiellement dispensés en langue française ; seules les filières des sciences humaines et sociales sont enseignées en langue arabe. » ABID-Houcine, S, 2007

- ✓ **L'anglais :** Bien qu'il n'est enseigné qu'à partir de la 1^{ère} année du cycle moyen, cet idiome connaît de plus en plus d'ampleur au point que certains partis politiques anti- français à cause de l'héritage de la colonisation française, proposent de remplacer le français par l'anglais. Selon le témoignage du directeur du British council, DALTRY Martin qui a déclaré que : « quelque 3000 enseignants d'Anglais du palier moyen et 300 inspecteurs de langue Anglaise ont été formés par le British council depuis 2006 », ABID-HOUCINE Samira justifie ce penchement vers l'anglais par la simplicité de la langue et sa perception comme un atout dans l'évolution professionnelle, aussi,« l'anglais représente la langue privilégiée de la publication.»

1.4 L'approche énonciative en analyse du discours

La compréhension du fonctionnement du langage exige la prise en compte de tous les phénomènes liés aux conditions de production du discours lorsqu'on aborde le sens des unités linguistiques, il est inévitable de les relier à des facteurs extralinguistiques, c'est-à-dire à leur référence comme à leur prise en charge par une énonciation. L'étude de ces unités linguistique se fait en tenant compte de la théorie de l'énonciation La relation "obligée" des unités en question aux conditions de leur production suppose la prise en compte de la théorie de l'énonciation qui d'une autre manière articule la linguistique sur l'extralinguistique : c'est-à-dire le discours à ses conditions de production.

1.5 Les graffitis

1.5.1 L'étymologie

Ce mot était emprunté de l'italien (graffito) en 1866. Le mot a été utilisé par l'abbé Garruci dans son manuel (graffiti de Pompéi), c'était la première apparition de cette appellation avec tous ces modèles (fresque, gravure, dessin). Le dictionnaire de l'académie française (en ligne), montre l'origine italienne de ce mot et son évolution sémantique: "GRAFFITI" n.m XIXe siècle. Emprunte de l'italien graffiti, pluriel de graffito. "inscription tracé sur un monument antique ", dérivé de grafio ,du latin graphium,"Stylet".1 Inscription ou figure tracée au stylet ,au pinceau sur les murs et les monuments antiques .les graffiti de Pompéi .2 Inscription ,dessin que des passants anonymes tracent sur les murs ,dans les lieux publics .Un mur maculé de graffiti .Un graffiti obscène, injurieux.

1.5.2 La définition de graffiti

On appelle graffiti toutes inscriptions, textes, images ou dessins réalisés généralement par les jeunes des sociétés, pour exprimer leurs idées, leurs sentiments et leurs opinions sur les façades des quartiers, des bâtiments, des stades ou des écoles.

- William Mak Lean ajoute qu' « *il est généralement admis d'appeler graffiti tout dessin et toute inscription non officiels se trouve sur un surface architectural ou autre, dont la fonction principale se distingue de quelle supports employés pour le dessin ou l'écriture. Le plus souvent ce sont des surfaces et planes.* »

Pour Maki les graffitis sont des dessins et des inscriptions, qui sont gravé sur les lieux publics et sur les façades des architectures ils ne sont pas autorisé par la loi.

- Karim Ouaras quant à lui donne une autre définition aux graffitis ; les considérant comme « *une pratique langagière et comme stratégie discursive dans l'espace urbain* ».
- Pour les graffiteurs il désigne « *la voix de la masse une façon de transgresser les règles ou de crier haut et fort un mécontentement général* »

Donc les graffiteurs utilisent les graffitis comme un moyen d'expression, d'affirmation, d'interpolation, et de remise en cause leur situation.

D'après ces définitions on peut dire qu'aujourd'hui le terme « graffiti » a dépassé toutes les frontières d'être une simple inscription ou dessin sur les murs, pour désigner une pratique urbaine très complexe, il occupe une vaste place dans la vie quotidienne des jeunes qui l'utilise comme un moyen d'expression pour faire passer un message et un moyen d'affirmation, et de remettre en cause leur situation. Aussi on peut dire qu'il s'agit d'une forme d'art qui mérite d'être exposée.

1.5.3 L'histoire ancienne des graffitis

Le graffiti existe depuis l'Antiquité et est le plus souvent des messages politiques et sociaux, des annonces, ou des messages personnels. On les trouve sur des façades, murs, églises, meubles en bois, bureaux d'écolier, tours, etc... Il existe dès l'existence de l'homme sur la terre, l'homme a voulu à travers cette façon ou méthode de prouver sa présence il a laissé des traces lors de son passage de sa vie quotidienne sur les parois, des grottes par l'intermédiaire d'os ou de pierres leurs graffitis représentent des animaux, des cavillations humaines. Ces représentations se trouvaient en Egypte, dans la pyramide, mais le graffiti n'est apparu que dans l'antiquité « Si depuis l'Antiquité, s'exprimer sur les murs fait partie intégrante de la culture populaire (Lemoine, 2012:22) le graffiti tel qu'on le conçoit aujourd'hui trouve ses racines à Philadelphie dès la fin des années 1960 »

1.5.4 L'histoire contemporaine des graffitis

A partir des années 60 et 70 le mouvement des graffitis a connu une grande évolution depuis les Etats-Unis, puis en Europe et le reste du monde.

➤ Aux Etats-Unis

Les graffitis sont nés aux Etats-Unis pendant la seconde guerre mondiale exactement en 1940 dans les quartiers populaires des grandes villes américaines précisément New York. New York en 1960 était en pleine confrontation mondiale notamment sur le plan politique telle que la guerre de Vietnam, les agitations des

universités etc. Dans ce contexte où le discours politique domine pour lequel on veut changer la société précisément les classes

sociales, un nouveau mouvement a vu le jour « tag » où les personnes issues de milieux populaires qui gravent uniquement leur nom ou surnom (taki, choc...) sur les murs et les métros « ce phénomène représente aux Etats-Unis la rébellion des minorités qui revendiquent leur droit à la dignité et leur droit à la différence »

A partir de 1980 le mouvement artistique du graffiti a connu un véritable éclatement à cause d'une crise sociale, la violence, l'immigration massive et le mouvement de hip hop des jeunes. Jean Samuel et Loïc expliquent les raisons de la prolifération de graffiti et son affiliation à la culture Hip hop « *...les graffitis doivent son appartenance à la culture hip-hop à une opération d'unification doctrinale destinée explicitement à trouver une alternative à la violence des gangs. Pour les pratiquants des différentes disciplines du hip-hop, qui sont des jeunes des « minorités ethniques » des Etats-Unis, noirs, et latinos notamment »*

➤ **En Europe**

Dès les années 1960 la France a connu les graffitis comme phénomène urbain à cette période Brassai publie son livre « les graffitis ». Cet art commence son épanouissement dès la manifestation de 8 mai 1986, divers slogans ont écrit sur les murs de Paris et ailleurs, des messages contre le pouvoir à l'aide des affiches des mots d'ordre. En Allemagne divers graffitis voient le jour à partir de la construction du mur de Berlin en 1961, les allemands écrivent des messages contre les juifs, et ces derniers écrivent des slogans contre le régime nazi donc le mur de Berlin devient un vrai support d'expression, il est célèbre pour être une référence d'étudier les graffitis.

➤ **En Algérie**

L'histoire des graffitis en Algérie a des origines lointaines, on a trouvé les inscriptions dans le désert algérien (parois du Hoggar et du Tassili). Mais cette pratique langagière n'a pas suffisamment intéressé la recherche locale comme l'indique Karim OUARAS :

C'est à la recherche locale de s'y intéresser, et non l'inverse. Les objets scientifiques ne s'offrent pas, ils se construisent. La présence intense des graffitis dans l'espace public, leur expressivité, leur plasticité et leurs discursivités sont censées être d'un intérêt particulier pour les sciences sociales et humaines dans la mesure où ils renvoient à un agglomérat de pratiques dont le traitement devient une urgence scientifique. Si cette pratique a fait couler beaucoup d'encre ailleurs, elle demeure incomprise chez nous. Elle a longtemps été considérée, et l'est encore hélas, comme une souillure ou un simple gribouillage, donc indigne d'intérêt.

Dans notre période les jeunes utilisent Les graffitis pour transmettre des messages sentimentales, de souffrance à cause de leur situation précisément le chômage et rêvent à une meilleure vie.

1.5.5 Les caractéristiques des graffiti

Les graffiti se caractérisent par trois critères principaux :

- a) Le caractère générique : «il englobe toutes les réalisations sur les murs quelle que soit leur nature (écriture, dessin, symbole) ; il s'applique aussi bien aux gribouillis aux tags et aux productions très élaborées comme les fresques .Il concerne tous les signes (graphique, iconique, plastiques)»
- b) Des écrits urbains non officiels :«(informels, non conventionnels, c'est-à-dire absence de norme) par rapport aux écrits officiels standards obéissant à des normes comme le code de la route.)»
- c) Des supports particuliers : «le graffiti se réalise sur des supports non autorisés et de privilégie les surfaces murales verticales qu'elles soient publics ou privées et port donc atteinte à la propriété d'autrui.»

1.5.6 Les styles des graffitis

a) Block Buster

Le style “blockbuster” apparaît au début des années 80. Il a été créé par les graffiteurs LADE et COMET 1. C’est un style de graffiti qu’on reconnaît à la forme carrée des lettres et à son volume plus imposant. Pour réaliser ce type de graffiti, on utilise principalement deux couleurs et la pièce est réalisée à l’aide de rouleaux à peinture. Cette forme de graffiti a été créée dans le but de couvrir rapidement de grandes surfaces de wagons de trains. Elle est aussi utilisée pour masquer les travaux d’autres graffiteurs.



Figure 1

b) Wild Style

Le wildstyle est un style de graffiti dans lequel les lettres sont entremêlées, fusionnées et extravagantes. Leurs extrémités sont dynamiques et peuvent se transformer en flèches ou pointes. Les lettres sont tellement travaillées et déformées qu’il est difficile de déchiffrer un Wild style pour les non-initiés. Dans ce style de graffiti, se caractérise aussi par un travail complexe de la couleur. C’est un style complexe à réaliser qui demande beaucoup de techniques.

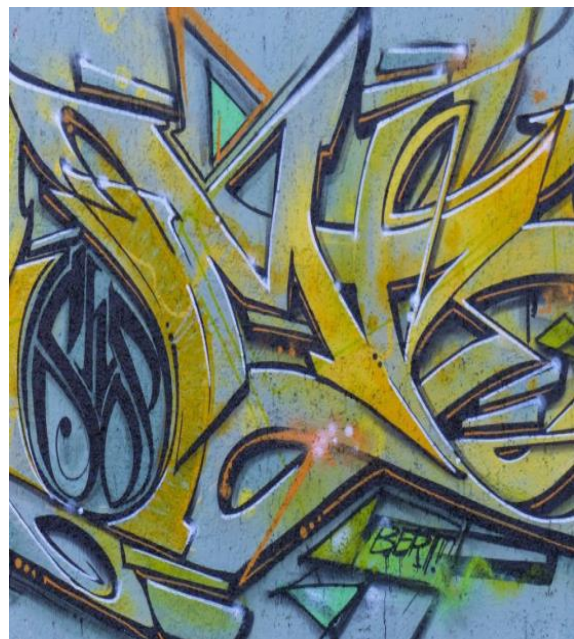


Figure 2

c) Le Style 3D

A pour but de donner au lettrage un effet d'optique, parfois au détriment de la lisibilité des lettres. L'effet est obtenu par le biais de la couleur, de la perspective, du changement d'angle de vue. Un style en trois dimensions de lettres, utilisé pour un effet supplémentaire sur les lettres de base, parfois appliqué à Wildstyle pour un niveau supplémentaire de complexité.



Figure 3

d) Le tag

Le tag est une sorte de signature, une marque permettant de reconnaître l'artiste. Le graffiteur travaille énormément son tag qui sa marque de fabrique jusqu'à parfois utiliser des techniques comme la calligraphie. Depuis quelque années certains graffiteurs s'approprient de nouveaux supports comme les stickers, les affiches ou les pochoirs.



Figure 4

e) Pochoir

Ce style est de plus en plus répandu dans les pratiques des artistes d'aujourd'hui. Il consiste à préparer un patron troué de formes nettes par lesquelles on va pouvoir venir appliquer de la peinture ou passer le spray d'une bombe aérosol. Les artistes peuvent réaliser de petits pochoirs avec différents trous représentant l'intégralité de leur œuvre. Ou alors, ils peuvent choisir de créer différentes plaques trouées dont l'ensemble, mis dans un ordre bien particulier, représente leur fresque. Le pochoir permet parfois dans ce cas de garder les bonnes proportions, réaliser un motif à la chaîne, mettre les ombres au bon endroit ou tout simplement gagner du temps sur la réalisation même de l'œuvre.



Figure 5

Chapitre II : Analyse énonciative des tags et des graffitis

2.1. Présentation du corpus

Notre corpus est un ensemble de 10 images qui représentent les graffitis. Pour la collecte de notre corpus on a procédé à la technique de prise de photographies dans différents endroits de la ville de Saida et plus précisément dans trois zones principales qui sont : la cité nommée la marine , la muraille de la direction de l'éducation de la wilaya de Saida (l'académie) et l'université Dr.Moulay Tahar (faculté des sciences) . Il faut aussi mentionner les difficultés que nous avons rencontrées pendant la recherche des graffitis autrement dit le coté de la prise des photos, parmi les difficultés : les graffiti sont situés dans des endroits isolés même aussi ils ne sont pas claires ou facile à lire (mauvaise écriture, écriture illisible) nous avons pu récolter le plus pertinent et le plus intéressant des graffitis pour notre recherche. Notre objectif ici est d'analyser le corpus récolté. Il s'agit d'une analyse énonciative.

Dans plusieurs endroits de la ville de Saida , on trouve la présence de différents types de graffitis qui ne passent pas inaperçue. Cela veut dire que les graffiteurs veulent passer un message. Le corpus collecté nous a permis de dégager les thèmes de ces messages. Les thèmes abordés sont multiples : social, l'amour, identité ; sportif, scientifique, historique etc. Nous signalons ces thèmes au cours de notre analyse.

Dans le tableau ci-dessous nous allons présenter les douze graffitis de la ville de Saida avec leurs sources et leurs thématiques.

Ordre	Tags et graffitis	Source	Thématique
Tag n°1 :	Mcsaida	Cité la marine	Sportive
Tag n°2 :	Trop bon Trop con	Cité la marine	Morale
Tag n°3 :	Respect احترم!!!	Cité la marine	Ethique
Tag n°4 :	1.2.3 Viva l'algerie	Cité la marine	Sportive
Tag n°5 :	Non au bricolage	Cité la marine	Sociale
Tag n°6 :	Canabis لا للمخدرات	Cité la marine	Sociale
Tag n°7 :	L'yrica L'exta لا للأقراص	Cité la marine	Sociale
Tag n°8 :	Ricard لا للخمور	Cité la marine	Sociale
Tag n°9 :	CNEP.... ? Saida dégage	Cité la marine	Sociale
Tag n°10 :	$E=MC^2$	Université Dr.Moulay Tahar (Faculté des sciences)	Scientifique
Graffiti n°1 :	Saida L'OGBANE	Sur la muraille de la direction de l'éducation de la wilaya de Saida	Historique
Graffiti n°2 :	MCS	Sur la muraille de la direction de l'éducation de la wilaya de Saida	Sportive

Tableau01 : les tags et les graffitis du corpus

2.2. Identification et classification des déictiques des tags et des graffitis de la wilaya de Saida

Les énoncés	Les déictiques de personnes	Les déictiques De temps	Les déictiques Spatiaux
Tag n°1 : Mcsaida USMBA MCO		imprécis	Cité la marine (sur un mur'une maison)
Tag n°2 : Trop bon Trop con		imprécis	Cité la marine (Sur le mur d'un poste de transformation d'électricité)
Tag n°3 : Respect احترام!!!		imprécis	Cité la marine (Sur le mur d'un immobilier)
Tag n°4 : 1.2.3 Viva l'algerie		imprécis	Cité la marine (Sur le mur d'un poste de transformation d'électricité)
Tag n°5 : Non au bricolage		imprécis	Cité la marine (Sur une enseigne)
Tag n°6 : Canabis لا للمخدرات		imprécis	Cité la marine (Sur une enseigne)

Tag n°7 : L'yrica L'exta لا للأقراص		imprécis	Cité la marine (Sur une enseigne)
Tag n°8 : Ricard لا للخمر		imprécis	Cité la marine (Sur une enseigne)
Tag n°9 : CNEP.... ? Saida dégage		imprécis	Cité la marine (Sur une enseigne)
Tag n°10 : E=MC		imprécis	Université Dr. Moulay Tahar (Sur le mur de la faculté des sciences)
Graffiti n°1 : Saida L'OGBANE		imprécis	Sur la muraille de la direction de l'éducation de la wilaya de Saida (l'académie)
Graffiti n°2 : MCS		imprécis	Sur la muraille de la direction de l'éducation de la wilaya de Saida (l'académie)

Tableau 02 : les déictiques des tags et graffitis de la wilaya de Saida

Nous remarquons dans le tableau ci-dessus que dans notre corpus collectés à partir des différents endroits de la wilaya de Saida l'absence totale des indices de personnes, concernant les indices de temps tous les tags et les graffitis sont affichés depuis leurs créations jusqu'à cette heure-ci et pour ce qui est indice spatial nous avons différents espaces et supports de diffusion de ces tags et graffitis.

2.3. Identification des modalités d'énonciation des tags et des graffitis de la wilaya de Saida

Les énoncés	L'assertion	L'interrogation	L'injonction
Tag n°1 : Mcsaida USMBA MCO	Mcsaida USMBA MCO		
Tag n°2 : Trop bon Trop con	Trop bon Trop con		
Tag n°3 : Respect احترم!!!	Respect احترم!!!		Respect احترم!!!
Tag n°4 : 1.2.3 Viva l'algerie	1.2.3 Viva l'algerie		
Tag n°5 : Non au bricolage	Non au bricolage		Non au bricolage
Tag n°6 : Canabis لا للمخدرات	Canabis لا للمخدرات		Canabis لا للمخدرات
Tag n°7 : L'yrica L'exta لا للأقراص	L'yrica L'exta لا للأقراص		L'yrica L'exta لا للأقراص
Tag n°8 : Ricard لا للخمر	Ricard لا للخمر		Ricard لا للخمر
Tag n°9 : CNEP.... ? Saida dégage	CNEP.... ? Saida dégage	CNEP.... ? Saida dégage	CNEP.... ? Saida dégage
Tag n°10 : E=MC	E=MC		
Graffiti n°1 : Saida L'OGBANE	Saida L'OGBANE		
Graffiti n°2 : MCS	MCS		

Tableau 03 : les modalités des tags et des graffitis de la wilaya de Saida

Dans le tableau ci-dessus nous avons constaté que tous les tags et les graffitis sont assertifs, l'interrogation réside seulement dans le tag n°09 et concernant l'injonction se manifeste dans les tags n°3, n°5, n°6, n°7, n°8 et n°9.

2.4. Identification des stratégies discursives des tags et graffitis de la wilaya de Saida

Les énoncés	La stratégie de légitimation	Stratégie de captation	Stratégie de crédibilité
Tag n°1 : Mcsaida USMBA MCO		Mcsaida USMBA MCO	
Tag n°2 : Trop bon Trop con		Trop bon Trop con	
Tag n°3 : Respect الاحترم!!!	Respect الاحترم!!!	Respect الاحترم!!!	
Tag n°4 : 1.2.3 Viva l'algerie		1.2.3 Viva l'algerie	
Tag n°5 : Non au bricolage	Non au bricolage	Non au bricolage	
Tag n°6 : Canabis لا للمخدرات	Canabis لا للمخدرات	Canabis لا للمخدرات	
Tag n°7 : L'yrica L'exta لا للأقراص	L'yrica L'exta لا للأقراص	L'yrica L'exta لا للأقراص	
Tag n°8 : Ricard لا للخمر	Ricard لا للخمر	Ricard لا للخمر	
Tag n°9 : CNEP.... ? Saida dégage	CNEP.... ? Saida dégage	CNEP.... ? Saida dégage	
Tag n°10 : E=MC	E=MC	E=MC	
Graffiti n°1 : Saida L'OGBANE		Saida L'OGBANE	
Graffiti n°2 :		MCS	

MCS			
-----	--	--	--

Tableau 04 : les stratégies discursives des tags et graffitis de la wilaya de Saida

Dans le tableau ci-dessus la stratégie de légitimation est présente dans les tags n°3, n°5, n°6, n°7, n°8, n°9 et n°10, une présence totale de la stratégie de captation dans tous les tags et les graffitis contrairement aux deux premières stratégies nous avons remarqué une absence totale de la stratégie de crédibilité.

2.5. Analyse critique du corpus

2.5.1. Les déictiques

2.5.1.1. Les indices de personnes

A partir du tableau n°2 nous n'avons trouvé aucun indice de personne car dans tous notre corpus les énonciateurs s'effacent et se retirent de leurs discours en gommant les marques les plus manifestes de leurs présences (les embrayeurs).

2.5.1.2. Les indices spatio-temporels :

Dans notre corpus nous avons trouvé qu'il y a le même indice de temps pour tous les tags et les graffitis, ils sont tous affichés dans un cadre temporel imprécis c'est-à-dire depuis leur créations jusqu'à maintenant car l'élaboration du message du graffiteur n'est pas conditionné par le temps mais par d'autres facteurs : l'état psychique de l'annonceur et les évènements (nationaux, sportifs, politique, sanitaire). Concernant les indices spatiaux nous avons trouvé que les tags n°1,2,3,4,5,6,7,8 et 9 sont affichés dans le même endroit nommé « La Marine », pour le tag n°10 est affiché sur le mur de l'université Dr .Moulay Tahar (faculté des sciences) et pour les deux derniers graffitis sont exposés sur la muraille de la direction de l'éducation de la wilaya de Saida ; tous les endroits cités sont des espaces publiques, les graffiteurs les ont choisi parce qu'ils sont les lieux les plus fréquentés par les citoyens de la wilaya. La marine c'est le cœur battant de la ville un endroit connu par les activités commerciales, la muraille de la direction de l'éducation de la wilaya de Saida est située en plein centre-ville dans un boulevard débordant de circulation et pour l'université un espace d'interactions, d'échanges et de réflexions.

2.5.2. Les modalités d'énonciation

2.5.2.1. La modalité de l'assertion

A partir du troisième tableau qui représente les différentes modalités d'énonciation nous avons trouvé que l'assertion se manifeste dans tous le corpus de notre recherche, dans le tag n°1 « Mcsaida (Mouloudia club saida) MCO (Mouloudia club Oran) USMBA (Union sportive madinet sidi bel abbes) » et le graffiti n°2 « MCS (Mouloudia club Saida) » qui sont des abréviations de quelques clubs de différentes villes du pays et qui participent dans la ligue professionnelle algérienne, les annonceurs incitent la communauté sportive de la ville de Saida à soutenir leurs club (MCS) et les deux clubs des villes voisines Oran et Sidi bel Abbes et ils invitent le public sportif supporter leurs joueurs lors des différentes compétitions régionales et nationales. Pour les tags n°3 (Respect احترم !!!), n°6 (Canabis للمخدرات), n°7 (L'yrica L'exta للأقراص), n°8 (Ricard لا للخمر), nous remarquons que les graffiteurs de ces tags ont employé deux différentes langues (la langue arabe classique et la langue française) comme une marque de plurilinguisme pour simplifier leur discours afin d'atteindre la conscience des citoyens , dans le tag n°3 le graffiteur évoque le respect comme valeur humaine dans le comportement des gens. Dans les tags n°6,7,8 l'énonciateur essaye de mettre en garde les citoyens vis-à-vis les risques des différents fléaux sociaux qui se sont propagés dans la société et qui ont de graves conséquences sur la santé et sur la stabilité de la vie. Dans le tag n°2 (Trop bon Trop con) expression figée dont on pousse l'énonciataire à bien gérer sa gentillesse vis-à-vis d'autrui parce que cette dernière lorsqu'elle est abusée on finit par être pris pour un idiot. Dans le tag n°9 (CNEP... ? Saida Dégage) l'abréviation CNEP renvoie à la Caisse nationale d'épargne et de prévoyance, ce tag reflète le refus de cette banque l'annonceur veut montrer que cette dernière n'a aucune utilité pour l'intérêt des citoyens de la ville. Dans le graffiti n°1 (Saida L'OGBANE) ici le graffiteur fait recours à l'histoire en citant les deux noms de la ville , (SAIDA) est le nom actuel et officiel de la ville donnée par EL AMIR ABDELKADER pendant la période colonialiste et (L'OGBANE) c'est l'ancienne nomination de la ville tirée de sa localisation géographique qui est au milieu des hauts plateaux l'endroit idéal pour la survie des aigles .

2.5.2.2. Les modalités d'interrogation et d'injonction

A partir du troisième tableau de notre corpus nous avons trouvé que le tag n°9 (CNEP... ? Saida dégage) comporte les deux modalités l'interrogation et l'injonction, la première réside dans la première partie du tag (CNEP... ?) l'annonceur remet en question le rôle et le statut de cette banque au prêt des citoyens et dans la deuxième partie du discours (Saida dégage) il ordonne à cette société de quitter carrément la ville. Concernant les tags n°3,5,6,7,8 sont tous des injonctions ; dans le tag n°3 (respect احترم !!!) le graffiteur essaye d'imposer une valeur humaine chez les Saïdèens en utilisant l'injonction par le billet du plurilinguisme. Dans le tag n°5 (Non au bricolage) l'annonceur utilise l'interdiction pour revendiquer un acte illégal vis-à-vis l'intérêt social des habitants . Dans les tags n°6(Canabis لا للمخدرات), n°7 (L'yrica L'exta لا للأقراص), n°8(Ricard لا للخمر) l'injonction est introduite par l'interdiction en utilisant deux codes linguistique différents (l'arabe classique et le français) l'énonciateur demande aux saïdèens de ne pas consommer du « cannabis » ni de « l'extase » ni du « ricard » et il pousse en parallèle les autorités d'être plus vigilant envers ces fléaux .

2.5.3. Les stratégies discursives

2.5.3.1. La stratégie de crédibilité

A partir du quatrième tableau qui affiche les différentes stratégies discursives employées dans notre corpus, nous avons remarqué l'absence totale de la stratégie de crédibilité parce que cette dernière qui donne au sujet parlant une position de véracité qui attribue au discours un caractère crédible ; une stratégie de crédibilisation sert à orienter l'opinion publique et non la suivre, c'est pour cela que le discours des élites de la société ne doit pas se placer au même niveau que celui de la masse populaire mais doit être plus rationnel voire plus civilisé et vrai et dans notre cas d'étude tous les tags sont produit par des personnes anonymes et dont on ne sait pas leurs identités et leurs statuts sociales de telle sorte qu'on soit conduits à les juger digne de crédit donc on peut pas leurs attribués le caractère de crédibilité.

2.5.3.2. La stratégie de légitimation

Dans notre corpus nous avons trouvé l'emploi de la stratégie de légitimation dans le tag n°3 (respect احترم !!!) par l'utilisation du plurilinguisme dont l'annonceur a eu la légitimité pour dénoncé le comportement non respectueux de quelques-uns envers les autres. Dans le tag n°5 (Non au bricolage) le graffiteur tire sa légitimité de l'intérêt général de la société en faisant signe au autorité du refus de l'acte illégal (Bricolage) par la marque de la négation (Non) . Dans les tags n°6(Canabis لا للمخدرات), n°7 (L'yrice L'exta لا للأفراص), n°8(Ricard لا للخمر) l'énonciateur dévoile sa légitimation par l'utilisation de deux codes linguistiques et l'interdiction dans la langue arabe classique (لا للأفراص, لا للخمر, لا للمخدرات) pour avertir la société aux dangers qui représentent ces fléaux sociaux. Dans le tag n° 9 (CNEP... ? Saida Dégage) la légitimation dans ce discours réside par l'emploi de l'injonction dans le verbe (dégage) synonyme de contestation et de rejet de cette banque par la société plus précisément ses clients. Et concernant le tag n°10 ($E=MC^2$) équation connue comme une formule d'équivalence entre la masse et l'énergie, rendue célèbre par Albert Einstein, elle est affichée dans l'université Dr Moulay Tahar plus précisément la faculté des sciences l'énonciateur s'est inspiré du contexte scientifique pour apporter de la légitimation à son discours.

2.5.3.3. La stratégie de captation

Dans notre corpus et à partir du quatrième tableau la notion de captation est présente dans tous les énoncés celle-là qui vise à séduire et persuader le récepteur afin d'attirer son attention et son regard vers le discours émis et l'inciter à le voir et réagir. Dans le tag n°1 (Mcsaida USMBA MCO) le graffiteur a utilisé des abréviations en caractère gras avec deux couleurs (le blanc et le rouge), le blanc pour clarifier son message et apporter une zone de repos visuel, le rouge pour dynamisé le message et attiré l'attention parce que c'est une couleur puissante et captative. Dans le tag n°2 (Trop bon Trop con) l'annonceur a employé cette expression figée qui comporte deux adjectifs opposés bon / con, cette contradiction sémantique et la répétition de l'adverbe trop attire l'attention du récepteur par l'utilisation de trois couleurs le blanc pour clarifier le message , le jaune pour signaler le mauvais tour d'un acte personnel abusé et le rouge pour l'arrière-plan une couleur chaude et captative. Dans le tag n°3 (1.2.3 viva l'algérie) l'énonciateur a

utilisé le slogan le plus populaire du pays qui est un mélange de mots dans trois langues (plurilinguisme) : « One, two, three » en anglais « un, deux, trois », « viva » en espagnol « vive », et « l'Algérie » en français . Dans les tags n°6(Canabis لا للمخدرات), n°7 (L'yrica L'exta لا للأقراص) et n°8(Ricard حبسوا...حبسوا لا للخمر) l'utilisation d'un champs lexical commun (les fléaux sociaux) avec une combinaison de plusieurs langues (arabe classique , dialectale et la langues française) tout en mettant l'accent sur l'utilisation de la couleur rouge et noir sur un fond blanc pour capter plus d'attentions et emmener les gens à réagir. Dans le graffiti n°1 (Saida L'OGBANE) un énoncé écrit en 3D pleins de couleurs avec deux figures d'aigles (une encre au sein de l'énoncé et l'autre à coté de ce dernier) cette combinaison du discours avec les figures crée une certaine harmonie attirante. Dans le graffiti n°2 (MCS) abréviation sportif du club de la ville de saida (Mouloudia Club Saida) écrite en 3D avec l'emploi des couleurs qui renvoient au club (blanc , rouge et vert) associé à d'autres couleurs et figures (le ballon qui renvoie la discipline sportive qui est le football et l'étoile qui est la connotation d'une seule coupe d'algerie 1964-1965), toute cette composition des figures et de l'énoncé fait un aperçu historique sur le club assez intéressante pour séduire et capté l'attention des citoyens.

Synthèse

Les graffitis se donnent, de plus en plus, à voir dans l'espace public qui se caractérise par un anonymat absolu. Les graffiteurs s'approprient cet espace pour en faire leur tribune d'expression servant à mettre en valeur des discours sur tout ce qui les intéressent.

Les déictiques de personnes sont absents dans notre corpus aucune marque de présence de l'énonciateur n'est signalé.

Les déictiques spatio-temporels des tags et des graffitis de notre recherche se caractérisent par l'imprécision temporelle en revanche on constate trois différentes zones d'expositions de notre corpus qui sont la cité appelé la marine, la muraille de la direction de l'éducation de la ville de Saida (l'académie) et l'université Dr.Moulay Tahar (faculté des sciences)

La présence des trois modalités d'énonciation dans tous notre corpus. L'assertion est présente dans tous les énoncés , l'interrogation se manifeste seulement dans le tag n°9 et l'injonction apparait dans les tags n°3,n°5,n°6,n°7,n°8,n°9.

Concernant les stratégies discursives nous avons une dominance de la captation dans tous le corpus cette dernière qui est un élément important qui caractérise les tags et les graffitis. La légitimation est employée dans les tags n°3,n°5,n°6,n°7,n°8,n°9,n°10

On justifie l'emploi de cette stratégie par les différents thèmes des sujets abordés par l'énonciateur. L'absence totale de la crédibilité dans notre corpus aucun énoncé n'est officiel ou vient d'une source autoritaire et crédible .

Une richesse linguistique qui caractérise notre corpus par l'utilisation de plusieurs langues (plurilinguisme avéré).

Conclusion générale

Dans ce présent travail, on a essayé de faire l'analyse discursive des graffitis et des tags au niveau de la wilaya de Saida, afin de collecter un nombre suffisant de thèmes on a procédé à la technique de prise de photos à différents endroits et ce, dans le but de présenter un peu l'entourage. Les graffitis et les tags présentent un miroir de la société, qui reflète sa pensée et sa culture. Nous avons essayé à travers cette recherche de montrer les visés énonciatives des énonciateurs des différents sujets à qui s'intéressent les jeunes et qui portent sur les différents domaines comme l'histoire, le sport, l'éthique et la science. Nous avons constaté que les murs sont un support utile dans l'espace public pour les jeunes afin d'exprimer leur colère, leurs espoirs leurs déceptions, leurs aspirations sans oublier leur amour pour quelqu'un pour une chose et tout devant tout le monde, Les graffitis et les tags sont aussi un moyen de casser l'ennui, de s'évader, d'oublier les problèmes du quotidien.

Nous avons analysé notre corpus qui se compose de dix tags et de deux graffitis au niveau de l'instance énonciative et discursive. L'analyse des marqueurs de personnes a montré une absence totale des embrayeurs et que tous les énonciateurs ne s'engagent pas dans leurs énoncés, Les marqueurs spatiotemporels, Le temps est imprécis dans tous les énoncés car les annonceurs ne laissent aucune trace ou signe pour définir le temps de la réalisation de leurs créations. Les lieux dont on a collecté notre corpus sont représentés par trois endroits dans la ville de Saida on a la cité appelé la marine, la muraille de la direction de l'éducation de la wilaya de Saida (l'académie) et l'université Dr.Moulay Tahar.

L'analyse critique du discours des tags et des graffitis a montré au niveau des modalités d'énonciation que l'assertion est la seule modalité présente dans tous les énoncés, en raison de la nature du tag et graffiti qui sont considéré comme un moyen de communication et d'interaction, et cela renvoie à la visée que couvre celle-là qui a la fonction communicative dont le but est de faire prendre conscience et de susciter l'intérêt général vis-à-vis les différents sujets abordés, pour l'injonction qui est présente dans pas mal d'énoncés a un objectif incitatif car elle tente de mobiliser les citoyens à

adopter certains comportements ou à réagir envers certaines situations, quant à l'interrogation n'est présente que dans un seul tag.

Plusieurs stratégies sont présentes dans les tags et les graffitis de la ville de Saida, d'abord la stratégie de la légitimation qui réside dans le choix des sujets traité par les graffiteurs, ces derniers qui choisissent parfois des sujets d'intérêt général, Il faut prendre en considération que les thèmes abordés sur les murs, ça ne vient pas d'un fantasme, ça raconte la réalité d'un vivant ; la stratégie de crédibilité ne trouve aucune place dans notre corpus car l'énonciateur est souvent anonyme et n'a pas un statut officiel pour apporter de la véracité à son discours ; Concernant la stratégie de captation on constate sa dominance dans notre corpus par la brièveté du discours autrement dit l'économie du langage et les langues varient, mais c'est surtout l'arabe et le français qui sont la base de ces inscriptions avec une tendance à la transgression des normes orthographiques et syntaxiques pour attirer l'attention du destinataire et dans le but est d'assurer la compréhension.

Les graffitis et les tags restent toujours la voix des peuples qui exprime ; un sentiment, un point de vue dont le but est de changer pour le mieux.

Bibliographie

Ouvrages

- Dominique Maingueneau, Les termes clés de l'analyse de discours, édition du seuil, 1996.
- Cathrine Kerbrat, Orecchioni, l'énonciation de la subjectivité dans le langage, Armand colin.
- Dominique Maingueneau, l'énonciation en linguistique française, 2ème édition paris, 1994 ; 1999.
- Emile Benveniste, problème de la linguistique général, tom I, France, Gallimard.
- George Elise Sarfati, "les Eléments d'analyse du discours" Armand Colin, Paris, 2007

Articles

- DENISE- PARINI, « Transposition démocratique et culture urbaine au Brésil : Le phénomène du graffiti. PDF.
- 31SCHMIDT-R,"Le graffiti a Fribourg. Perceptions et idéologies spatiales des graffeurs fribourgeois", travail de recherche, Département des sciences unité de géographie. univ-fribourg, 2015, P16.
- Journée d'étude « Les urbanité sociolinguistiques en méditerranée : de la rencontre des langues à la fabrication des discours. »le24/05/2015.Consulté le 15/07/2022.

Dictionnaires

- Jean Dubois, dictionnaire de la Linguistique, paris, 1994.
- Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau, Dictionnaire d'analyse de discours, édition du seuil, 27 rue Jacob, paris, 2002.
- Frank Neveu, Dictionnaire des sciences du langage.

Mémoires

- NEHAOUA- MOUNA, « *Les graffitis de Sétif : Approche socio-sociolinguistique* », mémoire de magistère, univ - de Sétif le 2009/2010.
- Souhaila KAROUI, « *Analyse sémiotique des peintures murales : cas des graffiti dans les espaces urbains de la ville d'El Oued* » mémoire de master , univ-de Biskra le 2019-2020

Sitographie

- WwW. analyse du discours. Com, les stratégies discursives.Consulté le 10/07/2022
- <https://www.guide-artistique.com/histoire-> .Consulté le 19/08/2022
- WwW. Graffiti.com/ paroles de gaffeurs .Consulté le19/08/2022.
- <https://www.thenattyart.com/les-5-styles-principaux-du-graffiti>.consulté le 20/08/2022.
- <https://www.universalis.fr/encyclopedie/graffiti/> consulté le 20/08/2022
- <https://www.liberte-algerie.com/culture/les-graffitis-participent-a-documenter-notre-memoire-collective-372236>

Annexes

Liste des tableaux

Tableau01 : les tags et les graffitis du corpus.

Tableau 02 : les déictiques des tags et graffitis de la wilaya de Saida.

Tableau 03 : les modalités des tags et des graffitis de la wilaya de Saida.

Tableau 04 : les stratégies discursives des tags et graffitis de la wilaya de Saida.

Liste des figures

Figure 1 : représente le style Block Buster

Figure 2 : représente le Wild Style

Figure 3 : représente le style 3D

Figure 4 : représente le tag

Figure 5 : représente le pochoir











Résumés

Résumé :

Ce travail de recherche a pour objectif de comprendre comment le discours est véhiculé à partir des graffitis de la wilaya de Saida . Il s'agit d'une étude discursive qui s'inscrit dans le domaine de l'analyse du discours.

A travers cette recherche, nous avons voulu mettre en lumière l'importance de cet art chez les jeunes de Saida qui traduit leurs pensées, leurs problèmes, leurs souffrances et leurs rêves, en utilisant différentes langues.

Le but de cette recherche est de dégager les différentes stratégies discursives et de chercher les différentes traces et marques d'énonciation dans le discours des graffitis.

Notre recherche est répartie en deux chapitres dont le premier est consacré aux concepts théoriques pertinents, convoqués pour l'analyse, le deuxième est réservé à l'analyse l'exploitation de notre corpus. Nos analyses sont basées essentiellement sur les approches énonciatives de l'analyse de discours de Benveniste et de Catherine Kerbrat Orrecchioni. Elles visent à débusquer les différentes stratégies discursives employées dans le discours des graffitis.

Les mots clés : graffitis, discours, Analyse de discours, énonciation, Saida.

ملخص

يهدف هذا البحث إلى فهم كيفية تمرير الخطاب من على الكتابات الموجودة على جدران ولاية سعيدة . هذه دراسة استطلاعية تقع في مجال تحليل الخطاب.

أردنا من خلال هذا البحث إبراز أهمية هذا الفن لدى شباب سعيدة الذي يترجم أفكاره ومشاكله ومعاناته وأحلامه بلغات مختلفة على الجدران. ينقسم بحثنا إلى فصلين، أولهما مخصص للمفاهيم النظرية ذات الصلة ، وقد تم استدعاؤها للتحليل ، والثاني مخصص لتحليل واستغلال مجموعتنا. تستند تحليلاتنا أساسا إلى المناهج التوضيحية للتحليل الكامل من قبل بنفنيست و كاثرين كبراث أوريتشيوني وهي تهدف إلى الكشف عن الاستراتيجيات الخطابية المختلفة المستخدمة في الخطاب.

الكلمات المفتاحية : الكتابة على الجدران الخطاب، تحليل الخطاب، الإشارة، الذاتية، سعيدة.

Abstract :

This research work aims to understand how the discourse is conveyed from the graffiti of the wilaya of Saida. This is a discursive study that falls within the field of discourse analysis.

Through this research, we wanted to highlight the importance of this art among the young people of Saida which translates their thoughts, their problems, their sufferings and their dreams, using different languages.

The purpose of this research is to identify the different discursive strategies and to look for the different traces and marks of enunciation in the discourse of graffiti.

Our research is divided into two chapters, the first of which is devoted to the relevant theoretical concepts, summoned for analysis, the second is reserved for the analysis and exploitation of our corpus. Our analyzes are essentially based on the enunciative approaches to discourse analysis of Benveniste and Catherine Kerbrat Orrecchioni. They aim to flush out the different discursive strategies employed in the discourse of graffiti.

Key words: graffiti, discourse, discourse analysis, enunciation, Saida.