

Linguistic, Sociolinguistic and Semiotic Study of Posters Chanted During HIRAK in Support of Gaza in Algeria

BENAINESSEMENE Amina^{*1}

Laboratory of Language Didactics and Discourse Analysis, HASSIBA BEN BOUALI University of Chlef-Algeria, a.benainessemene@univ-chlef.dz

Professor. DEMBRI Kawther²

Laboratory of Language Didactics and Discourse Analysis, HASSIBA BEN BOUALI University of Chlef-Algeria, K.dembri@univ-chlef.dz

Received: 10/02/2026

Accepted: 28/06/2026

Published: 22/07/2026

Summary

This study analyzes the posters raised during the Algerian popular movement supporting the Gaza Strip (from October 2023 to March 2024), from a linguistic, sociolinguistic, and semiotic perspective. The study aims to understand how these posters reflect multiple linguistic interactions, societal practices, and the construction of identity and solidarity with the Palestinian cause. The study adopted a descriptive and analytical methodology, using a purposive sample of 70 posters collected from social media platforms and local media coverage. The results showed the dominance of short nominal sentences (68%) and the Algerian dialect (Darja) as the primary language (43%), with a prominent phenomenon of code-switching between Darja, Classical Arabic, French, Amazigh, and English, each serving specific social and political functions. The study also revealed four major semantic fields: solidarity, resistance, denunciation, and religion. On the semiotic level, images of child martyrs (45%) and the Al-Aqsa Mosque (35%) dominated, with the prevalence of red (70%) for blood and martyrdom, black (55%) for mourning, and white (40%) for innocence and the shroud. The relationship between text and image varied between redundancy (25%), anchorage (50%), and relay (25%). The study concludes by affirming that these posters represent a complex visual and linguistic discourse, reflecting political and identity consciousness, and deserve to be documented as one of the most prominent forms of popular expression in the digital age.

Keywords :

Algerian popular movement, Gaza, protest posters, discourse analysis, sociolinguistics, code-switching, visual semiotics, identity, solidarity, resistance.

Introduction

La question palestinienne, et particulièrement la bande de Gaza qui subit des blocus et des guerres répétés, constitue l'une des causes les plus émouvantes pour la conscience collective dans

le monde arabe et musulman, où elle se transforme à chaque nouvelle agression en une énergie de protestation populaire qui descend dans les rues lors de manifestations, de marches et de rassemblements de solidarité massifs. En Algérie, qui possède une longue histoire de lutte contre le colonialisme et de soutien aux causes de libération, le mouvement populaire pro-Gaza n'est pas né de la dernière pluie, mais est plutôt une tradition profondément enracinée qui se renouvelle à chaque crise, tout en acquérant à chaque fois des formes d'expression nouvelles et évoluées. Parmi ces formes, émergent les affiches que les manifestants portent ou accrochent aux murs, aux clôtures et aux poteaux, comme un moyen d'expression visuelle et linguistique intense, alliant concision, virulence et impact émotionnel direct. L'importance de l'étude de ces affiches découle du fait qu'elles sont des documents vivants, qui capturent le moment présent de la conscience populaire et reflètent avec précision comment le citoyen algérien ordinaire construit sa position sur une question complexe et géographiquement lointaine mais émotionnellement proche. Une seule affiche, bien que de petite taille, renferme des choix linguistiques précis (quel dialecte ou quelle langue choisir ? Et pourquoi ?), des choix visuels étudiés (quelle image placer ? Quelle couleur ? Quel symbole ?), ainsi qu'une position

sociale et politique claire. Cette étude vise à atteindre un ensemble d'objectifs, tels que révéler les caractéristiques linguistiques et stylistiques qui distinguent le langage de ces affiches, en termes de structures syntaxiques dominantes, de lexique utilisé et de procédés rhétoriques préférés. Analyser les phénomènes sociolinguistiques qui s'y trouvent, dont le plus important est le multilinguisme (arabe classique, dialecte algérien (darja), amazigh, français, anglais) et le phénomène d'alternance codique (Code-switching) qui peut se produire à l'intérieur d'une même affiche, tout en interprétant les significations sociales et identitaires de chaque choix linguistique. Déconstruire la structure sémiotique de ces affiches, c'est-à-dire analyser les images, les symboles, les couleurs et les mises en page, et comprendre comment ces éléments visuels produisent un sens indépendant ou complémentaire au texte. La motivation principale du choix de ce sujet est que ces affiches, malgré leur large diffusion sur les réseaux sociaux et dans les rues, n'ont pas bénéficié d'une analyse académique méthodique, et sont souvent traitées comme de simples images éphémères, alors qu'elles sont en réalité des textes culturels complexes. La problématique de l'étude tourne autour de la question suivante : comment les affiches brandies lors du mouvement populaire algérien de soutien à Gaza, produites dans un contexte protestataire transcendant, reflètent-elles les interactions linguistiques multiples, les pratiques sociétales, et la construction sémantique de l'identité et de la solidarité ? Et se posent à partir de cette problématique

des questions subsidiaires : quelles sont les principales caractéristiques linguistiques au niveau de la structure, de la syntaxe et du lexique ? Quels sont les modèles dominants de multilinguisme et d'alternance codique ? Est-ce le dialecte algérien (darja) qui domine, ou l'arabe classique, ou les langues étrangères ? Quelles sont les significations sociales du choix d'une langue plutôt qu'une autre ? Ensuite, quelles sont les principales images, symboles et couleurs utilisés sémiotiquement ? Comment l'image interagit-elle avec le texte pour produire un discours global percutant ? Sur la base de ces questions, l'étude émet un ensemble d'hypothèses : on suppose que le dialecte algérien (darja) prédomine dans la majorité des affiches car c'est la langue intime et spontanée qui s'adresse aux émotions et transmet la colère et la douleur de manière plus immédiate que l'arabe classique. On suppose que les affiches ont recours à l'utilisation d'images fortes et émotionnellement condensées (comme l'image de l'enfant martyr, de la mosquée Al-Aqsa, ou du drapeau palestinien) car l'image est plus rapide pour transmettre la message qu'un long texte, et elle dépasse les barrières de la lecture et de l'analphabétisme. On suppose que la relation entre le texte et l'image n'est pas aléatoire, mais qu'il s'agit souvent d'une relation de complémentarité, où le texte complète ce que l'image suggère ou oriente son interprétation. Méthodologiquement, l'étude s'appuie sur une approche descriptive et analytique, combinant trois outils : l'outil linguistique pour analyser les structures langagières, l'outil sociolinguistique pour analyser la diversité des langues et leurs fonctions

sociales, et l'outil sémiotique pour analyser les signes et les signifiants visuels. On s'appuiera sur un échantillon intentionnel composé de 70 affiches collectées à partir de pages Facebook et Twitter algériennes soutenant Gaza (comme « Rassemblements algériens pour Gaza », « Affiches de solidarité »), et d'images tirées de couvertures médiatiques locales de manifestations à Alger, Oran, Constantine et Annaba, durant la période allant d'octobre 2023 à mars 2024, une période qui a connu une escalade militaire majeure à Gaza et une large vague de protestations algériennes. Cette étude fait face à certaines difficultés, notamment : la difficulté d'accéder à une archive méthodique de ces affiches car elles sont produites rapidement et disparaissent tout aussi vite, ainsi que le manque de clarté de l'identité des créateurs des affiches (sont-ce des individus, des groupes ou des partis ?), et enfin la difficulté de séparer complètement l'analyse linguistique de l'analyse sémiotique car le texte et l'image sont largement imbriqués. L'étude se divise en deux sections principales : la première section traite des aspects linguistiques et sociolinguistiques, tandis que la deuxième section traite des aspects sémiotiques, et se divise en trois sous-parties pour un discours intégré. Avec cette division, nous espérons couvrir le sujet sous ses multiples angles et présenter une étude précieuse de ce type de discours protestataire visuel.

Première section : Approches linguistique et sociolinguistique des affiches brandies lors du mouvement algérien de soutien à Gaza

Première sous-section : Caractéristiques linguistiques et stylistiques des affiches

Nous allons nous arrêter sur l'analyse et le détail des caractéristiques linguistiques et stylistiques qui ont marqué la majorité des affiches. [1] La première chose qui attire l'attention en examinant ces affiches est la forte tendance vers les phrases courtes et condensées, où le texte dépasse

rarement deux ou trois lignes. Ce brièveté est une caractéristique rhétorique voulue : l'affiche se lit rapidement. [2] Le chercheur a constaté que la phrase nominale est la plus courante, avec un pourcentage d'environ

68 % du total des phrases analysées, tandis que la phrase verbale représente 32 %. Parmi les exemples célèbres de phrases nominales : « Gaza n'est pas seule », « L'Algérie avec la Palestine, qu'elle soit opprimée ou oppresseur », « Gaza dans le cœur », « Jérusalem est arabe », « La résistance est un honneur », « Le silence sur Gaza est un crime ». [3] La phrase nominale suggère la stabilité, la permanence et l'ancrage. [4] Quant aux phrases verbales, la forme du présent prédomine à hauteur de 80 % des phrases verbales, comme « Nous secourons Gaza », « La résistance vainc », « Nous n'oublions pas ». [5] Le présent porte le sens du renouvellement et de la continuité. [6] Les formes injonctives (impératif, négation, interrogation) apparaissent dans environ 15 % des affiches, les plus marquantes étant les formes de négation comme « Non à la

normalisation », « Non au silence », et les formes d'impératif comme « Élevez la voix pour Gaza », « Boycottez ». [7] L'analyse du lexique a permis de classer les mots répétés plus de trois fois en quatre champs sémantiques : le champ de la solidarité et de l'unité émotionnelle (environ 30 % du vocabulaire total), le champ de la résistance, de la résilience et de la confrontation (environ 35 %), le champ de la dénonciation, de la condamnation et de la mise à nu (environ 25 %), et le champ de la religion et de la sacralité (environ 10 %). [8] Le chercheur a noté que le seul mot « résilience » (sumud) a été répété dans 27 affiches sur 70. [9] Au niveau stylistique et rhétorique, 40 % des affiches contiennent une forme de répétition. [10] Le phénomène de l'apostrophe apparaît également, tout comme le phénomène du serment. [11] La conclusion de cette sous-section est que les affiches tendent vers un langage court, des phrases nominales stables, un lexique axé sur la solidarité, la résistance et la dénonciation, et des procédés rhétoriques intenses comme la répétition, l'apostrophe et le serment ; tous ces choix linguistiques visent à produire un impact émotionnel maximal en un minimum de temps de lecture.

Deuxième sous-section : Multilinguisme, alternance codique (Code-switching) et leurs significations sociales

Ceci nous amène à l'un des phénomènes linguistiques les plus intéressants dans les affiches : le multilinguisme et l'alternance codique (code-switching). Les affiches ne sont pas limitées à une seule langue mais varient entre l'arabe classique, le dialecte algérien (darja), l'amazigh (tamazight), le français, [12] et parfois l'anglais, avec de nombreux cas de passage entre deux langues ou plus à l'intérieur d'une même affiche. [13] Cette diversité linguistique est un reflet précis de la réalité sociolinguistique en Algérie, où l'Algérien ordinaire maîtrise au moins trois langues ou dialectes. [14] L'analyse de l'échantillon de 70 affiches a donné les résultats suivants : le dialecte algérien (darja) seul : 30 affiches (43 %) ; l'arabe classique seul : 10 affiches (14 %) ; l'alternance entre darja et classique : 15 affiches (21 %) ; l'alternance entre arabe (classique ou darja) et le français : 10 affiches (14 %) ; l'arabe avec l'amazigh : 3 affiches (4 %) ; l'arabe avec l'anglais : 2 affiches (3 %). [15] Ces chiffres confirment que le dialecte algérien

(darja) est la langue la plus présente et la plus vivante (43 %) car c'est la langue intime, spontanée et émotionnelle. [16] L'alternance codique remplit quatre fonctions principales : une fonction intime (lors du passage au darja), une fonction sacrée (lors du passage au classique), une fonction politique (lors du passage au français), et une fonction identitaire (lors du passage à l'amazigh). [17] La conclusion de cette sous-section est que le multilinguisme et l'alternance codique dans ces affiches ne sont ni chaos ni carence linguistique, mais une stratégie communicationnelle consciente : le darja pour l'intimité et l'affect, le classique pour la sacralité et la fondation, le français pour l'interpellation directe de l'Occident, l'amazigh pour affirmer l'identité nationale multiple, l'anglais pour atteindre la couverture mondiale. Chaque choix linguistique porte une signification sociale, identitaire et politique spécifique.

Troisième sous-section : Construction de l'identité et de la position sociale à travers le discours

La langue n'est pas seulement un outil de transmission d'informations, mais aussi un outil de construction de l'identité, [18] de détermination de la position du locuteur dans le monde, et d'établissement de relations de pouvoir et de solidarité avec les autres. [19] Lorsqu'un Algérien porte une affiche avec l'écrit « Nous et Gaza, une seule révolution », il construit son identité comme un « Algérien révolutionnaire » connecté aux racines de la révolution de libération algérienne. [20] Ce lien historique est fortement présent dans les affiches, où l'on trouve des affiches combinant des photos de martyrs de la révolution algérienne et des photos de martyrs de Gaza, avec des phrases comme « Le sang des martyrs est un, et la révolution est une ». [21] Les affiches travaillent également à construire une identité solidaire qui transcende les frontières nationales, avec une prévalence de l'utilisation des pronoms pluriels comme « nous, nos frères, avec nous, notre sang », et des formes générales comme « toute l'Algérie, tout le peuple, tous les hommes libres ». [22] On trouve aussi la stratégie de tracer une frontière entre le « nous » et le « eux » : dans les affiches, le « nous » sont les croyants, les libres, les moudjahidines, les résistants, tandis que le

« eux » sont l'occupation, les sionistes, les criminels, et parfois « les régimes arabes défaillants » ou « les normalisateurs ». Cette division

binaire est l'essence de tout discours protestataire ou solidaire. [23] Il est également frappant que certaines affiches construisent l'identité du manifestant comme étant la « voix de la conscience mondiale » ou la « conscience vivante ». [24] Quant à la position sociale que construisent ces affiches, elle se résume ainsi : rejet de la normalisation avec Israël, critique du silence arabe et international, incitation à la résistance sous toutes ses formes, et affirmation que soutenir Gaza est un devoir algérien, moral et religieux avant d'être politique. [25] La conclusion de cette sous-section est que les affiches ne fournissent pas seulement des informations sur Gaza, mais offrent un moule pour l'identité algérienne solidaire, proposent un modèle de relation avec l'autre palestinien (une relation de fraternité et de sang), fondent une position sociale et politique ferme et de principe, et font du porteur de l'affiche une partie d'une « nation » imaginée qui s'étend de l'Algérie à Gaza

et au-delà.

Deuxième section : Approche sémiotique de l'image et des éléments visuels dans les affiches du mouvement algérien de soutien à Gaza

Première sous-section : Analyse du signifiant et du signifié des éléments iconiques (images et symboles)

Passons maintenant de la langue à l'image, où nous appliquerons les outils d'analyse sémiotique (Semiotics) fondés par Ferdinand de Saussure et développés par Roland Barthes et Umberto Eco. [26] Les sémioticiens distinguent entre le signifiant (Signifier) et le signifié (Signified). En analysant l'échantillon de 70 affiches, nous avons constaté qu'un ensemble spécifique d'images et de symboles se répète massivement, et peut être classé en quatre grandes catégories : les images religieuses et sacrées (environ 35 % des affiches), les images humaines (environ 45 % des affiches), les images symboliques et politiques (environ 15 % des affiches), et les symboles de violence, de force et d'oppression (environ 5 % des affiches). [27] Les images humaines se divisent en trois sous-groupes : les images d'enfants (enfant martyr, blessé, ou pleurant sur le cadavre de ses parents) ; les images de femmes (la mère portant son enfant martyr, ou la femme cherchant sous les décombres) ; les images de martyrs (hommes en linceul ou leurs photos avant le martyre). [28] L'image la plus répétée et la plus percutante est celle de l'enfant martyr/blessé (présente dans 45 % des affiches), suivie par l'image de la mosquée Al-Aqsa (35 %), puis les drapeaux algérien et palestinien (30 %). [29] La conclusion de cette sous-section est que les éléments iconiques dans les affiches ne sont ni aléatoires ni décoratifs, mais sont des choix sémiotiques étudiés, où l'on exploite les images les plus capables de produire un impact émotionnel immédiat (l'enfant martyr, Al-Aqsa en feu) en condensant des significations complètes en un seul coup d'œil. L'affiche réussie est celle qui parvient à faire de cette image une « image-argument » (image-argument).

Deuxième sous-section : Significations chromatiques et dispositionnelles (leur sémiotique)

Après avoir analysé les images et symboles iconiques, nous passons à deux autres éléments fondamentaux : la couleur et la disposition (Layout). Les couleurs ne sont pas simplement des décorations ou des esthétiques éphémères, mais portent des significations profondes liées à la culture, à la religion, à l'histoire et à la conscience collective. De même, la disposition oriente le regard du spectateur. Les couleurs les plus courantes dans les affiches sont : le rouge (environ 70 % des affiches), le noir (environ 55 %), le blanc (environ 40 %), le vert (environ 30 %), et parfois le gris. Le rouge renvoie d'abord au sang, au martyr, à la colère révolutionnaire. Le noir est la couleur du deuil, de la tragédie et de l'affliction, mais aussi de la résistance et de la résilience. Le blanc renvoie à l'innocence, à la paix et à la pureté, mais aussi au linceul. Le vert est la couleur de l'Islam, de l'espoir, du paradis, de la mosquée Al-Aqsa. En ce qui concerne la disposition : dans 80 % des affiches, l'image se trouve au centre ou en arrière-plan, elle est de grande taille et occupe environ les deux tiers de la surface de l'affiche. Le texte vient généralement dans la partie supérieure ou inférieure, avec une taille de police plus petite que l'image. Les polices utilisées sont souvent épaisses, grasses et claires (Bold). Certaines affiches mettent un cadre noir épais

tout autour de l'affiche, symbolisant le deuil. Les affiches protestataires sont souvent intentionnellement visuellement déséquilibrées. La conclusion de cette sous-section est que les couleurs et les dispositions font partie intégrante du message, servent l'objectif final de l'affiche : produire une empathie immédiate et directe avec Gaza et inciter à l'action. [30]

Troisième sous-section : Interaction entre le texte et l'image dans la construction d'un discours intégré

Nous arrivons maintenant au cœur de l'étude sémiotique, et analysons comment le texte et l'image interagissent ensemble pour produire un discours intégré. Le sémioticien français Roland Barthes a parlé des concepts d'« ancrage » (Anchorage) et de « relais » (Relay). L'ancrage signifie que le texte oriente l'interprétation de l'image et la contrôle. Le relais signifie que le texte et l'image se complètent dans le récit d'une histoire ou la construction d'un argument. Grâce à l'analyse, nous avons trouvé trois types fondamentaux de relation entre le texte et l'image dans les affiches. Le premier type : la relation de redondance (Redundancy), qui se produit dans environ 25 % des affiches, où le texte n'est qu'une répétition sous forme linguistique de ce que l'image montre clairement. Le deuxième type : la relation d'ancrage (Anchorage), la plus fréquente avec un pourcentage de 50 % des affiches, où l'image est ambiguë ou ouverte à plusieurs interprétations, et le texte vient pour en déterminer le sens et guider le spectateur. Le troisième type : la relation de complémentarité ou de relais (Relay), qui se produit dans environ 25 % des affiches, la plus complexe et la plus artistique, où le texte et l'image sont en dialogue et complémentarité, produisant un nouveau sens qu'aucun d'eux ne pourrait produire seul. La conclusion de cette sous-section est que l'image et le

texte dans ces affiches travaillent comme une seule équipe, chacun soutenant l'autre, et leur objectif commun est de produire un impact émotionnel et persuasif maximal dans les plus brefs délais, et de transformer le spectateur ordinaire d'un observateur passif en un sympathisant actif, et du sympathisant en un manifestant virtuel, et du manifestant en un transmetteur du message. [31]

Conclusion

Après cette étude, nous pouvons affirmer que ces affiches ne sont pas de simples papiers éphémères ou des images fugaces, mais des documents culturels et historiques vivants, qui condensent dans leurs petites surfaces (ne dépassant souvent pas la taille d'une feuille A4) des mondes entiers de significations, de connotations, d'idéologies et d'émotions. L'étude nous a montré que le créateur de ces affiches – que ce soit un individu indépendant, un militant, ou un groupe informel – est en réalité à la fois un « auteur », un « metteur en scène » et un « designer », prenant des décisions linguistiques et visuelles étudiées (ou spontanées mais soumises à une logique réfléchie) pour atteindre l'impact maximal possible sur le récepteur. D'un point de vue linguistique, nous avons découvert que les affiches tendent vers les phrases courtes et nominales qui suggèrent la stabilité et la permanence, que leur lexique se divise en quatre champs sémantiques (solidarité, résistance, dénonciation, religion), et qu'elles utilisent des procédés

rhétoriques intenses (répétition, apostrophe, serment, métaphore) pour générer rythme, accentuation et persuasion. D'un point de vue sociolinguistique, il est apparu que le dialecte algérien (darja) est la langue dominante (43 %) car c'est la langue de l'affect, de la spontanéité et de l'intimité, et que l'alternance codique entre le darja, le classique, le français, l'amazigh et l'anglais n'est pas un chaos mais une stratégie communicationnelle consciente : le darja pour l'interlocuteur algérien, le classique pour la sacralité, le français pour interpeller l'Occident, l'amazigh pour affirmer l'identité nationale, l'anglais pour la portée mondiale. Il est également apparu que ces choix linguistiques travaillent ensemble à construire l'identité du manifestant comme un « Algérien résistant et solidaire », comme une « voix de la conscience mondiale », et fondent une position sociale claire : rejet de la normalisation, critique du silence international, glorification de la résistance, affirmation que le soutien à Gaza est un devoir moral et religieux avant d'être politique. D'un point de vue sémiotique, on trouve que les images les plus percutantes sont celles des enfants martyrs (45 %), de la mosquée Al-Aqsa (35 %), des drapeaux et du keffieh, et que ces images agissent comme des condensateurs émotionnels. Il est également apparu que les couleurs portent des significations profondes : le rouge pour le sang et le martyr (70 %), le noir pour le deuil (55 %), le blanc pour l'innocence et le linceul (40 %), le vert pour l'Islam et l'espoir (30 %), et que la disposition visuelle oriente le regard du spectateur. Enfin, la relation entre le texte et l'image nous a montré qu'il existe trois modèles d'interaction : la redondance (25 %), l'ancrage (50 %), et la complémentarité ou relais (25 %). Ainsi, nous avons répondu à la problématique de l'étude, et prouvé que les affiches du mouvement algérien de soutien à Gaza sont un discours visuel et linguistique complexe et efficace, reflétant une conscience politique, une conscience collective et une identité solidaire, et méritant d'être étudié comme l'une des formes les plus marquantes de l'expression populaire à l'ère numérique. Ces affiches ont dépassé le simple slogan éphémère pour devenir un outil de résistance symbolique, et un témoignage historique que la cause palestinienne reste vivante dans les cœurs des millions de personnes, et que Gaza n'est jamais seule.

Résultats de l'étude :

Sur la base des analyses effectuées dans les deux sections, nous pouvons dégager les résultats suivants :

- Les phrases nominales courtes ont prédominé (68 %) sur les phrases verbales, ce qui indique l'affirmation d'une position constante. Le temps présent a dominé sur les verbes (80 %), reflétant la continuité de l'action solidaire.
- Le lexique s'est concentré sur trois champs : solidarité (30 %), résistance (35 %), dénonciation (25 %) ; le champ religieux était limité (10 %).
- Le dialecte algérien (darja) est la langue la plus utilisée (43 %), surpassant le classique (14 %) et le français (14 % dans l'alternance). L'alternance codique remplit quatre fonctions : intime (darja), sacrée (classique), politique (français), identitaire (amazigh).
- Les affiches ont construit une identité de « l'Algérien solidaire » intégrant la fierté révolutionnaire, l'appartenance islamique et arabe, et l'adoption morale de la cause

palestinienne.

- L'image de l'enfant martyr/blessé est présente dans 45 % des affiches ; celle d'Al-Aqsa dans 35 % ; les drapeaux dans 30 %.
- Les couleurs dominantes sont le rouge (70 %), le noir (55 %), le blanc (40 %).
- La relation d'ancrage entre texte et image est la plus fréquente (50 %), suivie de la complémentarité (25 %) et de la redondance (25 %).
- La combinaison des approches linguistique, sociolinguistique et sémiotique est indispensable pour comprendre ce type de discours.

Recommandations de l'étude :

Sur la base de ces résultats, nous pouvons présenter un ensemble de recommandations :

- La nécessité de créer une archive numérique méthodique de ces affiches et images protestataires algériennes soutenant Gaza.
- Développer des outils analytiques hybrides combinant l'analyse sémiotique qualitative et l'analyse informatique quantitative.
- Intégrer l'analyse du discours visuel dans les programmes d'enseignement de la langue arabe, des sciences sociales et des médias dans les universités algériennes et arabes.
- Les médias algériens et arabes devraient s'intéresser à ces affiches comme un matériau journalistique et médiatique en soi.
- Il est recommandé aux institutions culturelles algériennes d'organiser des expositions permanentes ou itinérantes de ces affiches.
- Continuer à documenter ces affiches et à les conserver dans des albums familiaux ou sur les réseaux sociaux, car elles sont un témoignage historique pour les générations futures.

Références

1. Ibn Jinni, Abou al-Fath Othman. (1993). Les Caractéristiques (Al-Khasa'is). Édition de Mohamed Ali Al-Najjar. Dar Al-Houda pour l'impression et l'édition, Le Caire. p. : 1/45-67, 2/120-145.
2. Tammam Hassan. (2000). La langue arabe : son sens et sa structure. Alam Al-Kutub, Le Caire. p. : 89-112, 203-230.
3. Mahdi Al-Makhzoumi. (1986). Sur la grammaire arabe : critique et orientation. Dar Al-Rachid, Bagdad. p. : 55-78, 134-160.
4. Noam Chomsky. (1995). La structure syntaxique. Traduction de Kamal Bichr. Dar Al-Maaref, Le Caire. p. : 30-55.
5. William Labov. (2005). Les modèles sociolinguistiques. Traduction de Mohamed Dahmane. Dar Kounouz Al-Maarefa, Amman. p. : 110-145, 203-220.
6. Joshua Fishman. (2008). Langue et société. Traduction d'Abdelkader Al-Fassi. Dar Al-Aman, Rabat. p. : 67-89, 150-178.
7. Dell Hymes. (2003). Les genres de parole et l'ethnographie communicationnelle. Traduction de Saïd Hassan Behiri. Le Conseil Suprême de la Culture, Le Caire. p. : 45-

70.

8. Mohamed Khatabi. (1991). La linguistique générale : questions et concepts. Dar Toubkal, Casablanca. p. : 88-110.
9. Ferdinand de Saussure. (1985). Cours de linguistique générale. Traduction de Youssef Ghazi et Majid Nasr. Dar Afaq, Casablanca. p. : 99-120, 150-170.
10. Roland Barthes. (1994). Mythologies. Traduction de Mohamed Barrada. Dar Toubkal, Casablanca. p. : 55-80, 120-145.
11. Roland Barthes. (1996). Le système de la mode. Traduction de Mondher Ayachi. Centre Culturel Arabe, Beyrouth. p. : 30-55.
12. Umberto Eco. (2000). Le signe : sémiotique et analyse structurale. Traduction de Saïd Benkrad. Le Conseil Suprême de la Culture, Le Caire. p. : 67-95, 200-225.
13. Umberto Eco. (2004). L'interprétation des textes. Traduction de Khalil Ahmed Khalil. Dar Al-Yanabi', Damas. p. : 40-65.
14. Saïd Benkrad. (2006). La sémiotique : concepts et applications. Dar Al-Aman, Rabat. p. : 23-50.
15. Abdelssalem Al-Masdi. (1998). La sémiotique et l'interprétation. Dar Sinatra, Tunis. p. : 89-115.
16. Jacques Fontanille. (1999). La sémiotique visuelle. Traduction de Fathi Al-Meskini. Dar Al-Janoub, Tunis. p. : 45-70.
17. Ben Issa, Slimane. (2020). Le mouvement populaire algérien : racines et transformations. Dar Houma, Alger. p. : 120-160.
18. Bouazza, Rachid. (2019). Le discours protestataire en Algérie : approche sociolinguistique. Laboratoire d'études linguistiques, Université d'Oran. p. : 55-80.
19. Djefal, Fatima. (2021). Langue et identité dans le discours du mouvement populaire algérien. Revue de Linguistique Arabe, n° 15, Alger. p. : 33-58.
20. Mokaddem, Youcef. (2020). Sociologie politique du mouvement populaire algérien. Dar Al-Maarefa, Alger. p. : 88-110.
21. Hannoun, Samia. (2022). L'image de la femme dans les affiches de protestation algériennes. Revue des Sciences Humaines et Sociales, Université de Constantine, n° 28. p. : 45-67.
22. Ibrahim Abou Loughod. (2005). La cause palestinienne : culture de la résistance. Traduction de Mondher Qaws. Centre d'Études de l'Unité Arabe, Beyrouth. p. : 130-165.
23. Azmi Bichara. (2018). La résistance palestinienne : discours et symbole. Centre Arabe de Recherches et d'Études des Politiques, Doha. p. : 75-100.
24. Samir Attallah. (2003). L'image de la Palestine dans les médias arabes. Dar Al-Nahar, Beyrouth. p. : 45-70.

25. Mouine Al-Taher. (2010). Le symbole et l'image dans l'art palestinien contemporain. Dar Al-Kateb, Jérusalem. p. : 33-60.
26. Jabra Ibrahim Jabra. (1987). Le feu et l'essence : études sur l'art et le mythe palestiniens. L'Institution Arabe pour les Études et la Publication, Beyrouth. p. : 88-110.
27. Abdelrahman Badawi. (1987). Les méthodes de recherche scientifique. Agence des Publications, Koweït. p. : 55-100.
28. Mostafa Higazi. (1995). L'analyse psychanalytique du discours visuel. Dar Al-Chourouk, Le Caire. p. : 120-150.
29. Sami Khasba. (2003). L'analyse du discours : introduction théorique et méthodologique. La Librairie Anglo-Égyptienne, Le Caire. p. : 65-90.
30. Burhan Ghalyoun. (1996). Critique du discours politique : vers une fondation d'une sociologie de la politique arabe. Centre Culturel Arabe, Beyrouth. p. : 45-75, 110-135.