Argumentation et Analyse du Discours

14 | 2015
Le(s) discours de l'action collective

De l'appel à mobilisation à ses mécanismes sociodiscursifs : le cas des slogans écrits du printemps érable

The Socio-Discursive Components of Mobilization: the Case of Written Slogans from Quebec's Maple Spring

Geneviève Bernard Barbeau

Electronic version
URL: http://journals.openedition.org/aad/1969
DOI: 10.4000/aad.1969
ISSN: 1565-8961

Publisher
Université de Tel-Aviv

Electronic reference
Geneviève Bernard Barbeau, « De l'appel à mobilisation à ses mécanismes sociodiscursifs : le cas des slogans écrits du printemps érable », *Argumentation et Analyse du Discours* [Online], 14 | 2015, Online since 09 April 2015, connection on 23 September 2019. URL : http://journals.openedition.org/aad/1969 ; DOI : 10.4000/aad.1969

This text was automatically generated on 23 September 2019.

Argumentation & analyse du discours est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

De l'appel à mobilisation à ses mécanismes sociodiscursifs : le cas des slogans écrits du printemps érable

The Socio-Discursive Components of Mobilization: the Case of Written Slogans from Quebec's Maple Spring

Geneviève Bernard Barbeau

1 Les revendications sociales et politiques, lieux témoins de l'affrontement entre les groupes, peuvent se transformer en véritables mouvements sociaux lorsqu'elles occupent une place importante dans l'espace public, qu'elles polarisent les opinions – participant à l'émergence de tensions au sein de la société en général, et non seulement entre les instances initialement concernées – et qu'elles donnent lieu à des actions collectives d'ampleur (Fillieule, Agrikoliansky & Sommier 2010). Ces mouvements sociaux se traduisent de différentes façons, notamment par des grèves, des manifestations et des discours revendicateurs, lesquels prennent souvent la forme de slogans, tant scandés qu'écrits. C'est à ce dernier aspect, le slogan revendicateur écrit, que cet article est consacré, et ce, à partir d'une étude de cas : la grève étudiante québécoise de 2012. L'objectif est de mieux cerner le fonctionnement de l'écriture revendicatrice et d'envisager le slogan comme acte sociodiscursif générateur de discours de positionnement qui appelle à l'action et qui participe à la mise en évidence de tensions sociales.

1. Un bref aperçu du printemps érable[1]

2 L'année 2012 a été marquante au Québec en ce qu'elle a vu naître la grève étudiante la plus importante de l'histoire de la province. Cette grève a pour origine la décision du gouvernement de l'époque, formé par le Parti libéral du Québec avec à sa tête le

premier ministre Jean Charest, de procéder à une hausse des frais de scolarité universitaires. Annoncée en mars 2011, cette hausse de 1625 $ sur cinq ans à partir de l'automne 2012 – une augmentation de 75 % par rapport aux frais existants, pour une facture s'élevant à 3793 $ par année en 2017 – provoque la colère du milieu étudiant québécois. Dès lors, la Fédération étudiante collégiale[2] du Québec (FECQ), la Fédération étudiante universitaire du Québec (FEUQ) et l'Association pour une solidarité syndicale étudiante (ASSÉ), qui deviendra la Coalition large de l'ASSÉ (CLASSE)[3], prennent la tête de la mobilisation. C'est toutefois le 13 février 2012 que le mouvement gagne véritablement en ampleur après un vote de grève générale illimitée dans certaines associations étudiantes de l'Université Laval et de l'Université du Québec à Montréal, ensuite imitées dans plusieurs autres institutions d'enseignement collégial et universitaire. Au plus fort de la contestation, plus de 300 000 étudiants québécois sur les quelque 400 000 étudiants que compte la province sont en grève (Collectif 2012 : 11). Mais si les protestations ont comme origine le milieu étudiant, elles s'étendent rapidement à une tranche plus large de la population[4], contribuant à l'importance du mouvement, dès lors qualifié de « printemps érable » en référence au printemps arabe de 2011 et en clin d'œil au célèbre sirop d'érable québécois (Boushel & Sheftel 2012 : 60). Toutefois, bien que les sympathisants à la cause étudiante soient nombreux, les opposants le sont également, estimant que la hausse est nécessaire, que les frais de scolarité au Québec sont les plus bas en Amérique du Nord et que les étudiants doivent « faire leur juste part »[5] sur le plan économique.

3 D'importantes manifestations ont lieu – parmi les plus imposantes de l'histoire du Québec avec des foules estimées à quelques reprises à plus de 200 000 personnes –, et on assiste à de nouvelles formes d'expression de la grogne populaire : manifestations nocturnes quotidiennes à Montréal (« Une manif par soir jusqu'à la victoire » y est scandé), manifestations dites nationales (toujours le 22e jour du mois, les plus importantes ayant eu lieu en mars, avril et mai), ma*nu*festations (où les manifestants se dévêtissent et se couvrent le corps de carrés rouges, symbole de la lutte étudiante[6]), concerts de casseroles, etc. Des débordements ont lieu de part et d'autre, et plusieurs manifestations sont marquées par un affrontement violent entre policiers et manifestants et par des arrestations massives. Le 18 mai, le gouvernement met en place la loi 12, communément appelée loi spéciale, qui encadre et restreint le droit de manifester, ce qui accroît la colère des manifestants et envenime le climat social déjà fort troublé.

4 Parallèlement, après des mois de refus, le gouvernement accepte à la fin du mois d'avril de négocier avec les présidents et porte-paroles des associations étudiantes, mais les négociations n'aboutissent pas, chaque camp accusant l'autre d'être intraitable et de refuser le compromis. L'échec des négociations est hautement médiatisé et divise la population. Devant l'impasse, le gouvernement annonce en août que des élections auront lieu le 4 septembre, élections que perd le Parti libéral et que remporte, bien qu'en position minoritaire, le Parti québécois. La nouvelle première ministre, Pauline Marois, annonce rapidement l'annulation de la hausse des frais de scolarité et l'abrogation de la loi 12, ce qui met fin au vaste mouvement de grève[7].

2. Le slogan revendicateur écrit

5 Comme tout mouvement social, le printemps érable a entraîné un grand nombre de discours dans la sphère publique, tant à l'oral - discours des leaders étudiants, entretiens médiatiques avec les principaux acteurs du mouvement, prises de parole lors des assemblées étudiantes, etc. - qu'à l'écrit - tracts et manifestes, pancartes brandies par les manifestants, publication de lettres d'opinion dans la presse, utilisation des médias sociaux pour appuyer ou dénoncer les revendications étudiantes, etc. (Collette 2013). Parmi cette importante production discursive, les slogans des manifestants ont fait couler beaucoup d'encre : dits tour à tour inventifs et vulgaires, violents et originaux, ils ont fait l'objet de nombreuses discussions – à titre d'exemple, le quotidien *Le Devoir* et le magazine *L'Actualité* leur ont tous deux consacré un dossier spécial.

6 Selon Reboul (1975 : 42), dont les travaux sur le sujet sont d'ailleurs fondateurs, le slogan est une « formule concise et frappante, facilement repérable, polémique et le plus souvent anonyme, destinée à faire agir les masses ». C'est donc autant pour des motifs formels que fonctionnels qu'un énoncé se voit attribuer l'appellation « slogan » *:* il doit être concis, accrocheur et marquer l'esprit tout en ayant une forte dimension persuasive afin d'amener autrui à agir. Ce pouvoir persuasif repose en partie sur le recours au pathos ; le slogan doit toucher pour mobiliser (sur le rôle des émotions dans l'argumentation, voir notamment Rinn 2008 et Plantin 2011). Le slogan constitue une simplification, un résumé d'idées, de situations ou d'idéologies complexes afin que l'accent soit mis sur un aspect particulier de celles-ci et que l'attention soit attirée sur ce point (Denton 1980). En somme, il s'agit d'un acte discursif qui vise à faire agir (mot d'ordre, exhortation, injonction, protestation, dénonciation, etc.) et qui, parmi les « phrases sans texte » (Maingueneau 2012), est caractérisé par une forme particulière et par son appel aux émotions.

7 Parmi les différents types de slogans existants – pensons au slogan publicitaire et au slogan politique lors de campagnes électorales, tous deux abondamment étudiés (voir entre autres Grunig 1990 et Micheli & Pahud 2012) –, je m'intéresse ici au slogan revendicateur écrit et brandi sur des pancartes lors de manifestations. Il s'agit d'un acte d'écriture (Fraenkel 2007) qui appartient au genre plus large qu'est le discours manifestant (Grinshpun 2013), lequel relève à son tour de la rhétorique de la revendication et des mouvements sociaux (sur ce dernier aspect, voir les récents travaux de Juliette Rennes 2011 et d'Eithan Orkibi 2013). Ce type de slogan vise, d'une part, à faire état d'une émotion « contre » et à appeler à la mobilisation[8] et, d'autre part, à faire pression sur son opposant, le tout de manière à marquer les esprits.

8 Parmi les études portant sur le slogan ou, plus largement, sur les écrits revendicateurs, plusieurs ont comme but premier de documenter une période ou un événement historiques précis – mai 68, par exemple –, et non de mettre l'accent sur les caractéristiques sociodiscursives de la parole manifestante à partir de corpus circonscrits (parmi les rares travaux s'inscrivant dans cette dernière perspective, notons ceux de Béatrice Fracchiolla et Claudine Moïse 2009 et de Yana Grinshpun 2013). Cela est d'autant plus marqué en contexte québécois, où la question a encore moins été abordée. En outre, si les slogans du printemps érable ont fait l'objet de discussions dans la presse générale et, sur le plan scientifique, si certaines de leurs caractéristiques linguistiques ont été analysées (sur le recours au registre familier du français québécois

dans ces écrits, voir Vincent 2014), ils n'ont pas encore été envisagés en tant qu'objets sociodiscursifs révélateurs de la rhétorique du mouvement étudiant québécois.

9 Je précise enfin que je donne à « slogan » un sens général s'apparentant à celui que Grinshpun (2013 : 3) confère à « énoncé manifestant », soit « l'ensemble des énoncés verbaux scandés par les manifestants ou inscrits sur les banderoles ou les affichettes », bien que ce ne soit que le dernier type d'énoncé qui m'intéresse ici. L'auteure, ajoutant que le slogan est un sous-ensemble de ces énoncés manifestants, opère une distinction entre les énoncés inscrits sur des affiches portées individuellement et les slogans dits prototypiques – scandés collectivement ou rédigés sur des banderoles – qui obéissent à des schémas préétablis de type « X en colère », « non à Y », etc. Comme celui de Grinshpun, mon corpus est constitué à la fois de slogans prototypiques écrits et d'énoncés portés individuellement. Or, contrairement à l'auteure, j'assimile ces deux types de pratiques discursives au slogan puisque souvent, dans mon corpus à tout le moins, la frontière entre les deux est très mince : beaucoup d'affiches portées individuellement reprennent des énoncés par ailleurs scandés collectivement (« À qui la rue ? À nous la rue ! », « On avance, on avance, on recule pas ») ou présentant la forme canonique du slogan scripturaire (« Non à la hausse »). Ainsi, dans les données analysées, la distinction entre ces différentes formes n'est pas toujours opératoire, et c'est pourquoi je parle de slogans écrits de façon générale pour les désigner.

3. Problématique, corpus et méthode d'analyse

10 Considérant que les slogans auxquels je m'intéresse sont une forme d'écriture populaire[9] à la fois cohésive – au sein du groupe revendicateur en ce qu'il est présenté comme homogène parce que partageant un but commun – et conflictuelle – par rapport au groupe dominant, voire au sein même du groupe revendicateur qui, en réalité, est constitué d'une multitude de sous-groupes aux intérêts parfois divergents –, qu'ils participent à un argumentaire plus large et qu'ils font état de tensions sociales vives, il est opportun de les considérer comme un objet d'étude à part entière dans l'analyse de la parole protestataire. L'intérêt est alors d'analyser une forme discursive brève, relativement spontanée et porteuse d'émotions comme révélatrice d'un phénomène plus global – l'affrontement social –, tout en tenant compte d'éléments co(n)textuels qui participent à sa force de frappe.

11 Les slogans du printemps érable sont sans contredit une forme d'appel au positionnement, à la mobilisation et à l'action afin de lutter contre la hausse des frais de scolarité. Mais qui appelle-t-on à l'action exactement ? Que lui demande-t-on ? De quelle façon construit-on cet appel ? Quels sont les phénomènes mis en œuvre dans l'élaboration de ce discours manifestant ? Répondre à ces questions permettra de mieux cerner le fonctionnement de l'écriture revendicatrice et d'envisager le slogan comme acte sociodiscursif générateur de discours de positionnement qui appelle à l'action et qui participe à la mise en évidence de tensions sociales.

12 À cette fin, j'ai constitué un corpus de 200 slogans, tous rédigés en français et inscrits sur des pancartes photographiées lors des manifestations des 22 mars, avril et mai 2012, au plus fort de la crise. Une multitude de banques de photos des manifestations étudiantes existent en ligne (journaux, pages *Facebook* et *Tumblr* consacrées au printemps érable, etc.), et c'est à partir de celles-ci que le corpus – restreint par rapport

à la quantité innombrable de slogans ayant circulé pendant la grève, mais néanmoins suffisamment étendu pour en observer les régularités – a été constitué.

13 C'est en m'inscrivant dans une conception large de l'argumentation (Amossy 2012), où sont considérés autant les dimensions dites traditionnelles du discours persuasif que sa dimension émotive, les procédés qui le composent et le contexte dans lequel il est produit, que j'ai procédé à l'analyse du corpus. Cette approche multidimensionnelle découle des avancées des dernières décennies en analyse de discours, qui ont montré l'importance d'envisager ce dernier comme un tout complexe. Sous l'influence, entre autres, des ethnométhodologues américains (notamment Sacks et son principe d'atomisation des actions[10]) puis de l'école genevoise et de son approche modulaire (Roulet *et al.* 2001), on en arrive à considérer qu'une des façons les plus efficaces d'avoir accès à l'organisation des discours est de décomposer ces derniers en différentes couches d'analyse autonomes, qui sont ensuite superposées pour en montrer la complexité. L'adoption d'une telle méthode d'analyse permet « d'éviter les confusions entre les différentes dimensions de l'organisation de l'interaction verbale, d'affiner la description, en évitant de réduire une forme ou une structure à une des dimensions qu'elle manifeste » (Roulet 1995 : 113). Il est alors possible d'envisager le discours comme un tout cohérent et organisé, ce qui donne « une image d'ensemble des discours nettement plus précise que ne le ferait une description unidimensionnelle » (Turbide, Vincent & Laforest, 2008 : 94).

4. Analyse

4.1. L'appel à l'action collective : quelle action et par qui ?

14 Si le slogan vise à faire agir, on peut se demander qui est appelé à l'action : les manifestants cherchent-ils à mobiliser leurs troupes en les incitant à joindre le mouvement et à poursuivre la lutte amorcée ou tentent-ils plutôt d'amener le gouvernement à annuler la hausse des frais de scolarité annoncée ? Autrement dit, qui veut-on persuader d'agir, son propre groupe (ou ce qui est perçu comme son groupe potentiel) ou son opposant ? Sans surprise, les deux cas de figure sont présents et les slogans de type « Étudiants, engagez-vous » sont aussi nombreux que « Charest, dégage », où le groupe ou l'individu appelé est clairement identifiable : les étudiants, dans le premier cas, et le premier ministre, dans le second. Le motif de l'injonction est également explicite : un appel à la mobilisation (s'engager) et un appel à la démission (dégager). On peut donc parler des slogans du printemps érable à la fois comme outils d'« auto- » et d'« hétéro- » appel à l'action, où l'auto-appel constitue une forme de demande de mobilisation et de rassemblement de ses pairs à une même cause, et l'hétéro-appel vise la modification du comportement de l'opposant.

15 Il serait toutefois simpliste de présenter la crise étudiante comme opposant strictement le gouvernement, d'un côté, et les étudiants, de l'autre. Loin d'être homogènes, les parties qui s'affrontent constituent plutôt de larges groupes composés de sous-groupes pouvant être catégorisés distinctement. Par exemple, si les slogans mettant en scène Jean Charest ou, plus largement, des membres du gouvernement (particulièrement Line Beauchamp et Raymond Bachand, respectivement ministres de l'Éducation et des Finances) sont nombreux, plusieurs autres servent à interpeller ou, du moins, à faire référence – explicitement ou implicitement – à, différentes personnalités qui se sont

prononcées contre la lutte étudiante, principalement des chroniqueurs et journalistes, les recteurs dirigeant les universités québécoises et les porte-parole du Mouvement des étudiants socialement responsables du Québec. Le conflit prend alors une dimension plus personnalisée, et c'est un individu particulier qui devient l'objet de paroles revendicatrices.

16 Par ailleurs, le groupe manifestant est constitué de sous-groupes aux revendications parfois sinon opposées, du moins en partie divergentes, ce qui complexifie davantage le débat. Dans le grand camp des pro-étudiants, par exemple, certains slogans laissent entrevoir une opposition à la hausse telle qu'annoncée (« Nous ne reculerons pas. 1625 $ de hausse, ça ne passe pas ! »), alors que d'autres témoignent d'une prise de position en faveur non pas de l'annulation de la hausse, mais bien de la gratuité scolaire (« On se gèle le derrière pour la gratuité scolaire » – pancarte brandie par un étudiant dévêtu – ou « Le Vieux[11] en grève jusqu'à la gratuité »). Ces slogans font état d'une importante division au sein du mouvement étudiant, qui est partagé entre ceux qui refusent la hausse de 1625 $ sur cinq ans mais qui ne sont pas contre toute forme d'augmentation des frais de scolarité (certains sont en faveur d'une indexation de ces frais au coût de la vie, par exemple), ceux qui souhaitent le gel des frais et ceux qui prônent la gratuité scolaire. Cet élément est particulièrement facteur de divisions au sein de la communauté étudiante, et on constate que la lutte est loin de reposer uniquement sur une dénonciation unanime de la hausse des frais de scolarité annoncée.

17 En outre, des slogans à saveur souverainiste (« On veut pas une hausse, on veut un pays ») ou écologiste (« Hausse des frais, gaz de schiste[12] : Charest, décrisse » – la seconde partie de l'énoncé signifiant « Charest, dégage ») sont aussi présents et témoignent cette fois non pas d'une division typique du mouvement étudiant, mais bien propre à la population québécoise en général, particulièrement en ce qui a trait au débat sur la souveraineté du Québec. Si les discussions entourant cette question sont généralement houleuses et souvent empreintes de dénigrement (Bernard Barbeau 2014), ce n'est pas le cas ici. Les pancartes y faisant référence en viennent à se noyer parmi les autres, largement majoritaires, qui concernent la grève étudiante de plus près. Il est néanmoins intéressant de constater que les manifestations, lieux par excellence de la construction d'un discours revendicateur, constituent un prétexte à la mise en avant d'une multitude de demandes, des plus au moins liées à la cause initiale, qui peuvent être vues comme une volonté d'élargissement du débat et d'alliance entre diverses causes.

18 Cette multiplicité de revendications au sein du même groupe peut se manifester de façon relativement harmonieuse, comme c'est le cas dans les exemples précédents, où aucun des slogans ne constitue une attaque envers les fédéralistes ou les non-environnementalistes ni ne suscite à son tour de slogans anti-souverainistes ou anti-environnementalistes. Or, ce n'est pas toujours le cas et certains slogans témoignent d'une colère ou d'une rancœur, plus ou moins exacerbée, à l'endroit des co-manifestants. On en voit un exemple ici, où un groupe féministe porte une banderole sur laquelle il est inscrit « L'État ignore nos cris, la FECQ-FEUQ se les approprie, étudiantes contre la hausse sexiste ! », faisant écho à ce qui a été jugé par plusieurs comme la récupération d'une manifestation du 8 mars, Journée internationale des femmes, par certains tenants de la cause étudiante. Plus encore, des slogans misogynes et sexistes auraient été entendus lors de cette même manifestation. La dénonciation est alors claire : le groupe portant la banderole, bien que présent lors d'une manifestation

pro-étudiante et adhérant à la cause, s'en prend à certains de ses co-manifestants et, plus largement, à deux des principales associations étudiantes à la tête de la mobilisation. Il est intéressant de noter que l'on se trouve ici devant un reproche, davantage associé à l'hétéro-appel à l'action, et non devant une forme d'auto-appel à la mobilisation, bien que ce reproche soit émis au sein même du groupe des manifestants. Se pose alors la question du degré de cohésion du groupe : s'il est facile d'imaginer qu'un ensemble d'individus partageant une même cause est en tous points indivisible, on constate que c'est loin d'être le cas et que, bien qu'unis par la cause étudiante, les manifestants font parfois montre, à des degrés divers, de dissension. On pourrait alors parler de division – voire de conflit dans le cas du dernier slogan – dans la solidarité.

4.2. Les modes de réalisation de l'appel à l'action

4.2.1. Des appels explicites et implicites

19 De par son appellation même, l'appel à l'action relève des actes directifs, c'est-à-dire des actes de langage qui, pour reprendre les mots de John Searle (1982 : 53), « constituent des tentatives (de degré varié : ce sont donc plus exactement les déterminants d'un déterminable qui comprend le fait de tenter) de la part du locuteur de faire faire quelque chose par l'auditeur ». L'identification de verbes au mode impératif est la façon la plus facile de repérer ces actes, et il n'est pas étonnant que bon nombre de slogans revêtent cette forme explicite de demande d'action, que ce soit envers son propre groupe ou envers son opposant (« Étudiants, engagez-vous » et « Charest, dégage », pour reprendre les exemples précédemment cités, ou encore « Sabotez la loi 78[13], désobéissez !!! » et « Charest stop », écrit en lettres blanches sur une pancarte octogonale rouge, sur le modèle du panneau de signalisation « arrêt/ stop »[14]).

20 Bien que revêtant la forme classique de l'appel à l'action, ces demandes ne sont pas toujours exécutoires, c'est-à-dire que leur contenu propositionnel ne peut pas (ou ne doit pas) réellement être accompli par la personne ou le groupe interpellé. Ainsi, « L'éducation coûte cher ? Essayez donc l'ignorance » n'est certainement pas un véritable appel à négliger l'éducation, mais bien une demande de sensibilisation à la question dans le but, ultimement, de mettre l'accent sur les conséquences négatives qu'aurait une hausse des frais de scolarité sur l'accessibilité aux études supérieures. Dans une autre perspective (et dans un autre registre), cet acte directif adressé au ministre des Finances n'est assurément pas une réelle demande d'action : « Bachand, tes hausses de tarif, fous-toi les dans le cul »... Ici, c'est moins le contenu propositionnel de l'acte qui prime que, plus largement, l'expression d'une émotion « contre », et c'est cette émotion qui constitue le véritable appel à agir : faire pression sur le gouvernement, ministre des Finances y compris, pour que la hausse des frais de scolarité soit annulée.

21 À l'opposé, que faire des actes directifs indirects, ici des slogans qui ne contiennent aucune forme impérative et qui, sur le plan strictement formel, ne s'apparentent pas à des appels à l'action, mais qui, sur le plan fonctionnel, en remplissent les critères ? Certains, en mettant en avant la grandeur du mouvement, servent à motiver autrui à s'y joindre et, pour ceux qui en font déjà partie, à poursuivre la lutte : « Ce n'est pas une grève étudiante, c'est une société qui s'éveille », « La lutte est avenir » et « La grève est étudiante, la lutte est populaire », par exemple. Le recours à l'émotion est ici très net :

en présentant le groupe manifestant comme l'initiateur d'un vent de changement, les auteurs de ces slogans souhaitent créer un sentiment d'importance autour du mouvement, de sorte que ce dernier prenne de l'ampleur et atteigne l'objectif de faire reculer le gouvernement. Sensiblement dans la même veine, plusieurs slogans s'appuient sur l'idée de pouvoir du peuple, très fortement marquée sur le plan de la mobilisation, afin d'illustrer la force du mouvement et le potentiel qu'il revêt dans la possibilité d'un changement au Québec. « Quand l'injustice devient la loi, la résistance devient un devoir » est assurément un appel à la lutte. De même, « Notre pouvoir est pas dans l'isoloir » vise à persuader de la pertinence et de la nécessité de la lutte populaire dans la rue en précisant que c'est là que réside la force réelle du groupe. Ici aussi, l'appel aux sentiments et à l'impression de faire partie de quelque chose d'important est au cœur du pouvoir persuasif du slogan. Si ces derniers slogans relèvent tous de l'auto-appel à l'action, ce n'est pas uniquement cette catégorie qui contient de tels écrits. « L'éducation est un droit, non un luxe » et « Je veux qu'on m'enseigne pas qu'on me saigne », par exemple, ne revêtent pas la forme d'actes directifs, mais leur dimension persuasive existe néanmoins et vise ici l'opposant : en montrant l'importance de l'éducation au plan social et l'impact de la hausse sur l'endettement étudiant, les manifestants demandent au gouvernement, bien que de façon implicite, de revenir sur sa décision.

22 Par ailleurs, nombre de slogans sont constitués, en tout ou en partie, d'actes de condamnation d'autrui qui servent à disqualifier un individu ou un groupe sur le plan de ses caractéristiques mêmes - condamnation de l'être - ou sur celui de ses actions - condamnation du faire (Laforest & Moïse 2013). Parmi les multiples exemples relevés, on peut noter, pour la condamnation de l'être, « Charest, charrue », insulte qui s'apparente à « pute », ou encore « Charest : juste porc », qui joue en outre sur l'expression « juste part ». En ce qui a trait à la condamnation du faire, « Charest... À force de tourner à droite... Tu finis par tourner en rond » constitue un reproche envers les décisions prises par le premier ministre. Or, comme le souligne Diane Vincent (2013 : 40), que la condamnation porte sur l'être ou sur le faire, « il n'en demeure pas moins que, par extension, c'est souvent la légitimité d'autrui, de son statut, de ses actions ou de ses croyances qui est contestée ». Ainsi, par sa nature même, la condamnation adressée à un tiers, bien qu'elle ne constitue pas une injonction explicite, a généralement deux visées : faire agir ou faire haïr (Vincent & Bernard Barbeau 2012). Autrement dit, en usant de qualifications péjoratives, les manifestants font état d'une émotion « contre » et souhaitent ainsi persuader la population d'entretenir des sentiments négatifs envers les opposants à la cause étudiante, d'une part, et, de l'autre, de l'amener à joindre le mouvement (mobilisation) ou encore, pour ce qui est du gouvernement, de revenir sur sa décision.

23 En somme, nul besoin que les slogans revêtent la forme traditionnelle d'une demande, d'un ordre ou d'une injonction pour appeler à l'action. Dans un tel contexte de mobilisation sociale, le groupe manifestant souhaite que des changements aient lieu et cette volonté de changement s'exprime autant par des actes directifs que par des actes assertifs et expressifs, où les individus font état de leurs croyances, de leurs valeurs et de leurs émotions envers une situation donnée.

4.2.2. Des slogans bien de leur temps

24 Un des éléments ayant contribué à rendre les slogans du printemps érable marquants dans l'imaginaire collectif est sans conteste la stylistique particulière à laquelle certains individus ont eu recours. Plusieurs slogans constituent des exercices sur la forme, tels des rimes ou des jeux de mots. En référence à la démission de Line Beauchamp quelques jours avant la manifestation du 22 mai, on peut lire « Charest, décrisse, fais donc comme ta ministre », où la dernière syllabe de « décrisse » et de « ministre » serait prononcée sensiblement de la même façon à l'oral. On peut également lire « Kant est tanné des choix du gouvernement » sur une pancarte à l'effigie du philosophe, où « Kant est tanné » remplace « Quand t'es tanné », que l'on pourrait rapprocher de « Quand t'en as marre ». D'autres slogans font appel aux émotions, et ce, de différentes façons.

25 Le recours à certains traits caractéristiques des registres populaire et familier[15], notamment les sacres – jurons typiques du français québécois –, contribue à mettre de l'avant une identité proprement québécoise, conférant à la mobilisation une dimension identitaire forte (Vincent 2014). En outre, il s'agit d'une façon d'exacerber sa colère et de conférer à son discours une dimension émotive tout en véhiculant un message clair. Par exemple, « Loi spéciale : décision d'ignare, d'illettré, de criss d'épais » (« de putain d'idiot ») constitue une gradation, où la qualification péjorative « criss d'épais » est beaucoup plus connotée et a une charge négative plus grande qu'« ignare » et « illettré » (sur l'intensification des qualifications péjoratives, voir Laforest et Vincent 2004). De même, « La loi spéciale, j'm'en câlisse » possède une dimension émotive plus marquée que, par exemple, « La loi spéciale, j'm'en fous ».

26 Une autre caractéristique partagée par plusieurs slogans est leur inscription dans l'actualité. Plusieurs font référence à des événements qui se sont déroulés dans un espace temporel rapproché de celui de la grève. Dès lors, les slogans prennent une forte coloration actuelle, ce qui les rend facilement identifiables et compréhensibles, tant auprès du groupe manifestant que de l'ensemble de la population. Les références à l'actualité en général, c'est-à-dire non exclusivement liée à la grève étudiante, sont nombreuses. Sur un ton humoristique, on relève « La hausse... encore moins rentable que Gomez ! », en référence à un joueur de hockey dont la performance a été critiquée par plusieurs, ou encore « Mon recteur est riche en tabarnak ! » (« Putain que mon recteur est riche ! »), référence directe à une vidéo devenue virale sur *Youtube*, où un jeune homme visiblement ivre cherche à convaincre un videur de le laisser entrer dans un bar en alléguant que son père « est riche en tabarnak ». Ici, la référence à un événement médiatique bien précis est couplée à une dénonciation de ce qui a été jugé par plusieurs comme un mal-financement des universités, où l'argent servirait davantage les intérêts de l'administration que l'enseignement et la recherche.

27 De façon plus spécifique encore, certains slogans sont construits autour d'événements propres à la grève étudiante. Leurs auteurs s'inscrivent alors dans une dynamique de circulation des discours (Rosier 2003 ; Turbide, Vincent & Laforest 2010), où la reprise d'événements entourant la grève sert de moteur à la revendication. Par exemple, en référence à la loi 12, qui oblige les manifestants à remettre le plan de leur trajet aux forces policières, sans quoi la manifestation est décrétée illégale et les individus y prenant part courent le risque de se faire arrêter, et dans une volonté de critiquer les

politiques du gouvernement en place, un manifestant brandit une pancarte sur laquelle il est inscrit « Où s'en va le Québec ? M. Charest, je veux connaître votre itinéraire ».

28 Dans la même perspective, mais encore plus axé sur la part discursive de l'événement en question, le slogan cité ci-dessous s'inscrit également dans une dynamique de circulation des discours, où les manifestants se réapproprient les propos d'autrui. Le 20 avril 2012, le premier ministre a prononcé un discours au Salon du Plan Nord[16] pendant que des centaines d'étudiants manifestaient à l'extérieur du Palais des Congrès de Montréal, où avait lieu l'événement. Faisant référence à ces manifestants, le premier ministre, sur le ton de la boutade, a tenu les propos suivants : « Alors à ceux qui frappaient à notre porte ce matin, on pourra leur offrir un emploi... dans le Nord autant que possible ». Les propos de Charest ont été qualifiés d'arrogants par plusieurs, tant parmi les pro- que les anti-étudiants, qui lui ont reproché de laisser traîner le conflit et de s'en moquer. Dès lors apparaît dans les manifestations le slogan suivant, qui a été à la fois scandé et écrit sur des pancartes : « Charest, dehors, on va te trouver une job dans le Nord ». Il y a transformation du discours source dans la mesure où les propos de Charest ne sont pas repris tels quels, mais on y fait clairement allusion afin de les décrier, le tout en faisant pression sur autrui. De plus, ce slogan constitue une forme de menace : on va te faire perdre ton poste de premier ministre et tu vas goûter à ta propre médecine. Un tel acte de discours « projette, sous forme injonctive, un désir de domination » (Fracchiolla & Moïse 2009 : 120). Bien entendu, les manifestants savent qu'ils ne peuvent pas envoyer Charest travailler dans le nord de la province. Néanmoins, ils sont conscients qu'ils ont un rôle à jouer dans la vie démocratique du Québec et que, éventuellement, un appel au vote contre le Parti libéral peut porter ses fruits. En détournant le discours de Charest, en se positionnant contre lui et en faisant pression sur le premier ministre, les manifestants présentent leur point de vue tout en récupérant un fait d'actualité, conférant à ce slogan une originalité soulignée par plusieurs.

Conclusion

29 Loin d'être des énoncés banals, les slogans méritent d'être considérés comme des objets d'étude à part entière dans l'analyse des discours de l'appel à l'action collective et de la rhétorique des mouvements sociaux. Dans le cas du printemps érable, les slogans analysés s'avèrent révélateurs des revendications du mouvement étudiant. Par le recours à ces formes scripturales pourtant concises, les manifestants font état de ce qu'ils reprochent à autrui, de leurs demandes et de leurs émotions, et ce, sans avoir recours à de longs discours étoffés. Autrement dit, les slogans sont un outil de revendication complet et efficace, et leur brièveté ne constitue pas un obstacle à leur potentiel persuasif. De même, par l'analyse de ces pratiques discursives, il est possible de rendre compte des revendications qui ont été au cœur du printemps érable, ce qui permet de mieux comprendre le mouvement.

30 Contrairement à ce que d'aucuns pourraient être portés à croire, les individus ayant participé à la grève étudiante québécoise de 2012 ne forment pas un groupe homogène qui partage totalement les mêmes valeurs et qui revendique exactement la même chose. L'analyse des slogans retenus a permis de faire état de cette division dans la cohésion qui caractérise le mouvement étudiant et qui, peut-on le croire, est également typique de bon nombre de mouvements sociaux. En outre, l'étude de ces slogans a

révélé qu'il existe une multitude de façons de faire pression sur autrui, qu'il s'agisse de ses pairs que l'on souhaite mobiliser ou de son opposant que l'on tente de faire agir autrement. Loin d'être fondés uniquement sur un appel explicite à l'action, les slogans permettent au groupe revendicateur de faire état de ses émotions, d'employer des formes linguistiques particulièrement connotées, de faire référence à des événements rassembleurs ou d'utiliser des références communes, le tout dans un but bien précis : faire agir.

BIBLIOGRAPHY

Amossy, Ruth. 2012. *L'argumentation dans le discours* (Paris : Armand Colin)

Bernard Barbeau, Geneviève. 2014. *Le dossier* Maclean's *et le* Québec bashing : *analyse sociodiscursive d'une affaire médiatique controversée* (Québec : Université Laval)

Bonenfant, Maude, Anthony Glinoer & Martine-Emmanuelle Lapointe. 2013. *Le printemps québécois : une anthologie* (Montréal : Éditions Écosociété)

Boushel, Patricia & Anne Sheftel. 2012. « Printemps érable », Isabel Marière & Laurence-Aurélie Théroux-Marcotte (éds), *Dictionnaire de la révolte étudiante : du carré rouge au printemps québécois* (Montréal : Tête première), 159-161

Collectif. 2012. *Je me souviendrai. 2012, mouvement social au Québec* (Antony : La boîte à bulles)

Collette, Karine. 2013. « Distances et conciliations sur le statut du discours : autour d'une analyse émergente des discours du Printemps érable », *Cahiers de recherche sociologique* 54, 71-94

Denton Jr., Robert. 1980. « The rhetorical functions of slogans : Classifications and characteristics », *Communication Quarterly* 28 : 2, 10-18

Fillieule, Olivier, Éric Agrikoliansky & Isabelle Sommier. 2010. *Penser les mouvements sociaux. Conflits sociaux et contestations dans les sociétés contemporaines* (Paris : La Découverte)

Fracchiolla, Béatrice & Claudine Moïse. 2009. « Construction de la violence verbale et circulation des discours : autour du contrat de première embauche », Juan Manuel López Muñoz, Sophie Marnette, Laurence Rosier & Diane Vincent (éds), *La circulation des discours* (Québec : Nota bene), 103-125

Fraenkel, Béatrice. 2007. « Actes d'écriture. Quand écrire c'est faire », *Langage et société* 121-122, 101-112

Grinshpun, Yana. 2013. « Discours manifestant et contestation universitaire (2009) », *Argumentation et analyse du discours* 10, [en ligne : http://aad.revues.org/1476]

Grunig, Blanche-Noëlle. 1990. *Les mots de la publicité. L'architecture du slogan* (Paris : Presses du CNRS)

Laforest, Marty & Claudine Moïse. 2013. « Entre reproche et insulte, comment définir les actes de condamnation ? », Béatrice Fracchiolla, Claudine Moïse, Christina Romain & Nathalie Auger (éds), *Violences verbales. Analyses, enjeux et perspectives* (Rennes : Presses universitaires de Rennes), 85-101

Laforest, Marty & Diane Vincent. 2004. « La qualification péjorative dans tous ses états », *Langue française* 144, 59-81

Maingueneau, Dominique. 2012. *Les phrases sans texte* (Paris : Armand Colin)

Micheli, Raphaël & Stéphanie Pahud. 2012. « Options épistémologiques et méthodologiques de l'analyse textuelle des discours : l'exemple d'un corpus de slogans politiques », *Langage et société* 140, 89-101

Orkibi, Eithan. 2013. « Critique et engagement dans la rhétorique des mouvements sociaux », *Argumentation et analyse du discours* 11 [en ligne : http://aad.revues.org/1559]

Plantin, Christian. 2011. *Les bonnes raisons des émotions* (Berne : Peter Lang)

Reboul, Olivier. 1975. *Le slogan* (Bruxelles : Complexe)

Rennes, Juliette. 2011. « Les formes de la contestation. Sociologie des mobilisations et théories de l'argumentation », *A contrario* 16, 151-173

Rinn, Michael (éd.). 2008. *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue* (Rennes : Presses universitaires de Rennes)

Rosier, Laurence. 2003. « Du discours rapporté à la circulation du discours : l'exemple des dictionnaires de "critique ironique" », *Estudios de Lengua y Literatura francesa* 14, 63-82

Roulet, Eddy. 1995. « Vers une approche modulaire de l'analyse de l'interaction verbale », Daniel Véronique & Robert Vion (éds), *Modèles de l'interaction verbale* (Aix-en-Provence : Publications de l'Université de Provence), 113-126

Roulet, Eddy, Laurent Filliettaz & Anne Grobet. 2001. *Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours* (Bern : Peter Lang)

Sacks, Harvey. 1992 [1965]. *Lectures on Conversation* (Oxford : Blackwell)

Searle, John. 1982. *Sens et expression : études de théorie des actes de langage* (Paris : Éditions de Minuit)

Turbide, Olivier, Diane Vincent & Marty Laforest. 2010. « The Circulation of Discourse : The Case of Deprecating Remarks on Trash Tadio », *Discourse Studies* 12 : 6, 785-801

Turbide, Olivier, Diane Vincent & Marty Laforest. 2008. « Les "X" à Québec : la construction discursive d'un groupe exclusif », *Recherches sociographiques* 49 : 1, 87-112

Vincent, Diane. 2013. « L'agression verbale comme mode d'acquisition d'un capital symbolique », Béatrice Fracchiolla, Claudine Moïse, Christina Romain & Nathalie Auger (éds), *Violences verbales. Analyses, enjeux et perspectives* (Rennes : Presses universitaires de Rennes), 37-53

Vincent, Diane. 2005. « Analyse du discours, analyse conversationnelle et interprétation des discours sociaux : le cas de la radio de confrontation », *Marges linguistiques* 9, 165-175

Vincent, Diane & Geneviève Bernard Barbeau. 2012. « Insulte, disqualification, persuasion et tropes communicationnels. À qui l'insulte profite-t-elle ? », *Argumentation et analyse du discours* 8 [en ligne : http://aad.revues.org/1252]

Vincent, Nadine. 2014. « Créativité et identité dans la langue de la contestation : le cas du printemps érable », Romain Colonna, (éd.), *Les locuteurs et les langues : pouvoirs, non-pouvoirs, contre-pouvoirs* (Limoges : Lambert Lucas), 331-342

NOTES

1. Pour une présentation complète et une chronologie détaillée des événements, voir Bonenfant, Glinoer & Lapointe (2013).

2. « Collège » est ici à entendre au sens québécois, où les collèges d'enseignement général et professionnel (cégeps) sont des établissements qui offrent des formations préuniversitaires (deux ans) et techniques (trois ans).

3. La CLASSE est une coalition temporaire créée afin d'ouvrir les structures de l'ASSÉ et d'y intégrer des associations étudiantes non membres, mais ayant toutes pour but la lutte contre la hausse des frais de scolarité.

4. À titre d'exemple, on voit apparaître, principalement dans les médias sociaux, une multitude de groupes nommés « X [professeurs, parents, médecins, etc.] contre la hausse ».

5. L'expression « juste part » est d'ailleurs centrale dans le débat, les uns l'employant afin de condamner les revendications étudiantes et les autres l'utilisant de façon ironique afin de s'en moquer et de critiquer la marchandisation de l'éducation et la judiciarisation du conflit. Précisons à ce sujet que les étudiants qui s'opposent à la grève réclament le droit de suivre leurs cours, arguant qu'ils paient pour leur éducation, et que certains s'adressent même aux tribunaux pour y parvenir.

6. Depuis la grève étudiante de 2005, également causée par l'annonce d'une hausse des frais de scolarité par le gouvernement libéral, le carré rouge est un signe de soutien aux revendications étudiantes. On l'associe au slogan « Carrément dans le rouge », en référence à l'endettement étudiant. Le morceau de feutre de cette couleur, épinglé sur les vêtements et accessoires des individus qui appuient les étudiants, est devenu le symbole par excellence de la grève de 2012 et le rouge est la couleur dominante lors des manifestations. Par métonymie, on parle des carrés rouges pour désigner les individus qui le portent (ou qui sont favorables au mouvement étudiant), par opposition aux carrés verts, ceux qui appuient la hausse des frais de scolarité, organisés autour du Mouvement des étudiants socialement responsables du Québec (MESRQ).

7. Toutefois, après la tenue d'un Sommet sur l'enseignement supérieur en février 2013, le gouvernement péquiste annonce qu'une indexation de 3% des frais de scolarité aura lieu. Le 6 avril 2014, à la suite de nouvelles élections, le Parti libéral reprend le pouvoir, Philippe Couillard à sa tête, et une nouvelle hausse est depuis envisagée.

8. Denton (1980 : 15) parle d'activation, c'est-à-dire la création d'un enthousiasme si grand pour une cause que des gestes concrets sont posés en sa faveur, et de renforcement du sentiment d'identification à un groupe et de solidarité avec celui-ci et la cause partagée.

9. « Populaire » est à entendre ici au sens de « issu du peuple », et non comme synonyme de registre populaire au plan sociolinguistique. On pourrait aussi parler d'écriture citoyenne, par opposition à l'écriture institutionnelle.

10. « Ce que je vais faire maintenant, c'est prendre des petits morceaux d'une chose et les isoler parce que les petits morceaux peuvent être identifiés et fonctionner indépendamment du plus grand morceau dont ils font partie. Et ils peuvent fonctionner dans une variété de grands morceaux, et non seulement dans celui dans lequel on les a observés. Je ne fais pas cela uniquement pour simplifier. [...] L'image que j'ai est une machinerie dans laquelle on aurait quelques gadgets de base que l'on pourrait placer ici et là dans différentes machines. [...] Alors, ces plus petits composants doivent être identifiés en premier parce qu'ils sont peut-être des composants de plusieurs autres tâches que celles où on les retrouve » (Sacks 1992 [1965] : 159 ; traduction de Vincent 2005 : 165).

11. Cégep du Vieux-Montréal, qui, parmi les établissements d'enseignement collégial, a connu la grève la plus longue. Ce cégep est réputé avoir une base étudiante très militante et engagée.

12. La volonté d'exploitation des gaz de schiste dans le sol québécois a été au cœur de la politique de développement du gouvernement Charest et a fait l'objet de nombreuses

controverses, notamment en raison du danger potentiel que représente ce type d'exploitation pour l'environnement.

13. Projet de loi 78, devenu la loi 12 dont il a été question plus haut.

14. Au Québec, le panneau de signalisation routière « stop » est généralement en français (« arrêt ») ou bilingue (« arrêt/stop »). « Charest stop » est donc une injonction jouant sur la sonorité de la version bilingue du panneau en question.

15. Notons que ces formes côtoient les références « savantes » (ou littéraires) dont il a été question plus haut, ce qui est révélateur du large spectre de ressources utilisées.

16. Le Plan Nord est un programme de développement économique des régions nordiques du Québec qui a été vivement critiqué dans la population.

ABSTRACTS

Slogans, both chanted and written, are one of the most frequent and standard forms of social protest discourse. Based on data from Quebec's 2012 student strike, this paper focuses on the roles of slogans in collective action. Starting from a broad definition of argumentation, the aim is to examine the ways through which do written slogans contribute to the collective call for action. Which, among the mobilized groups, both activists and their opponents, is addressed by the slogans? Which groups are constituted as target audiences? What are the discursive components used in the construction of slogans? Focusing on instrumental functions of slogans in protest, this paper defines the slogan as a series of socio-disursive acts of a 'call for action', which contribute to the formation of activist groups and to the public expression of social tensions.

Les mouvements sociaux se traduisent de différentes façons, notamment par des grèves, des manifestations et des discours revendicateurs, lesquels prennent souvent la forme de slogans, tant scandés qu'écrits. C'est à ce dernier aspect que cet article est consacré, et ce, à partir d'un corpus constitué de slogans écrits sur des pancartes de manifestation lors de la grève étudiante québécoise de 2012. Partant d'une conception large de l'argumentation, je m'intéresse aux modalités de l'appel à l'action réalisé au moyen de slogans scripturaires : qui est appelé à l'action, le groupe revendicateur ou son opposant ? Par quels procédés discursifs cet appel est-il réalisé ? Cernant le fonctionnement de l'écriture populaire revendicatrice, cet article envisage le slogan comme acte sociodiscursif générateur de discours de positionnement qui participe à la constitution des groups militants et à la mise en évidence de tensions sociales.

INDEX

Mots-clés: grève étudiante, Québec, rhétorique des mouvements sociaux, slogan, tensions sociales

Keywords: Quebec, rhetoric of social movements, slogans, social tensions, student strike

AUTHOR

GENEVIÈVE BERNARD BARBEAU

Université du Québec à Trois-Rivières