

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Chadli Bendjedid - El Tarf -
Faculté des Lettres et des Langues
Département de Français



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -
كلية الآداب واللغات
قسم اللغة الفرنسية

MÉMOIRE DE FIN D'ÉTUDE DE MASTER 2

Présenté en vue de l'obtention d'un Diplôme de Master Académique

« *Sciences du langage* »

THÈME

Étude sémiotique et discursive de l'affiche
de prévention. Cas de la covid-19

Présenté Par : *Chikh Abdelghani*

Soutenu le : 21 / 09 / 2021

Devant le jury composé de :

Présidente : Mlle Alouani D Université Chadli Ben Djedid El-Tarf

Examinatrice : Dr. Taguida Abla Université Chadli Ben Djedid El-Tarf

Rapporteur : Mlle. Chenouf Zouleikha Université Chadli Ben Djedid El-Tarf

Année universitaire 2020-2021

« Dédicace »

Je dédie ce modeste travail :

À, la mémoire de l'âme de mes parents, la miséricorde soit sur eux

À tous, mon frère et sœurs

À ma chère et tendre épouse

« **Remerciements** »

Au terme de ce modeste travail, je tiens tout d'abord à remercier « Allah » le tout puissant qui m'a donné le courage et la patience pour mener ce travail jusqu'à la fin.

*Je remercie intensément la directrice de la recherche Mlle **Chenouf Zouleikha**, pour ses conseils, ses encouragements et son exigence intellectuelle et scientifique tout au long de ce travail.*

Mes vifs remerciements vont également à tout le corps enseignant du département de français.

Enfin, qu'il me soit permis d'exprimer ma gratitude aux membres du jury qui m'ont fait le grand honneur d'évaluer cette recherche.

« Résumé »

Partant de notre intitulé d'étude : « étude sémiotique et discursive de l'affiche de prévention. Cas de la covid 19 », nous envisageons d'analyser, dans une perspective sémiotique, un échantillon de corpus constitué d'affiches de prévention de la covid 19. Cette étude menée vient en réponse à une question centrale que nous nous posons, celle de savoir le degré d'universalité exprimé dans ces images.

À travers un travail de décortilage puis de réassemblage des sens véhiculés par ce message visuel, nous essayons de mettre en lumière notre réflexion portée sur le sujet. Pour se faire notre approche du thème s'articule comme suit :

Nous attirons, tout d'abord, l'attention sur les différentes composantes de l'image et cela pour montrer son hétérogénéité.

Nous commençons notre analyse par une mise en place des images, ensuite nous analysons les messages plastiques et iconiques véhiculés par l'image, pour arriver à la fin à s'intéresser au code linguistique.

Notre travail s'appuie plus sur l'analyse du code plastique et iconique que sur le code linguistique, ce qui ne veut pas dire que le texte au sein des affiches est à négliger or nous envisageons de l'appréhender selon une perspective discursive.

Ce mariage entre sémiotique de l'image et analyse du discours nous permet d'aboutir à une lecture globalisante et significative des sens sous-jacent des images (affiches).

Mots -clés : sémiotique, discursivité, image, affiche, prévention, sensibilisation, la covid19

Abstract

Based on our study title: "Semiotic and Discursive Study of the Prevention Poster. Case of covid 19 ", we plan to analyze, in a semiotic perceptual, a sample of corpus made up of posters for the prevention of covid 19. know the degree of universality expressed in these images.

Through a work of dissecting and then reassembling the senses conveyed by this visual message, we try to highlight our reflection on the subject. To do this, our approach to the theme is articulated as follows:

First of all, we draw attention to the different components of the image and this to show its heterogeneity.

We begin our analysis by placing the images in place, then we analyze the plastic and iconic messages conveyed by the image, to end up being interested in the linguistic code.

Our work is based more on the analysis of the plastic and iconic code than on the linguistic code, which does not mean that the text within the posters is to be neglected, but we plan to understand it from a discursive perspective.

This marriage between image semiotics and discourse analysis allows us to achieve a comprehensive and meaningful reading of the underlying meanings of images (posters).

Keywords: semiotics, discursiveness, image, poster, prevention, awareness, covid19

الملخص

انطلاقاً من عنوان دراستنا "دراسة سيميائية لملصق الوقاية، حالة كوفيد 19" نقترح في إطار رؤية سيميائية تحليل عينة من مجموعة ملصقات خاصة بالوقاية من فيروس كوفيد 19. هذه الدراسة تأتي كإجابة على سؤال محوري مطروح لبحثنا ألا وهو معرفة درجة العالمية المعبر عنها من خلال هذه الصور.

من خلال عمل تحليل ثم إعادة تركيب المعاني التي تحملها هذه الرسالة المرئية، نحاول أن نوضح و نبرز نظرة تفكيرنا حول الموضوع. للقيام بذلك، قمنا بتنظيم نهجنا في الموضوع على النحو التالي:

في البداية نقوم بلفت الانتباه أولاً إلى مختلف مكونات الصورة وهذا لإظهار عدم تجانسها.

ثم نبدأ تحليلنا بوضع الصور في إطارها ونقوم بتحليل الرسائل البلاستيكية الأيقونية، لنصل في النهاية إلى تحليل الرموز اللغوية.

يرتكز عملنا على تحليل الرمز البلاستيكي والأيقوني أكثر منه الرمز اللغوي، هذا لا يعني إهمال النص الموجود داخل الملصقات؛ الذي سنحاول فهمه من منظور استطرادي.

يتيح لنا هذا التزاوج بين سيميائية الصورة وتحليل الخطاب تحقيق قراءة شاملة وذات مغزى للمعاني الأساسية للصور (ملصقات).

الكلمات المفتاحية: السيميائية، الخطاب، الصورة، الملصق، الوقاية، الوعي، كوفيد 19

Table des matières

Introduction générale	01
❖ Chapitre I : « image et théorie sémiotique : Eléments de définition»	
Introduction :	06
I. Sémiotique et rhétorique	06
1. La sémiotique une discipline en devenir	06
1.1. Bref historique de la sémiotique.....	07
1.2. Sémiotique et / ou sémiologie	08
1.3. Sémiotique et linguistique.....	09
1.4. Sémiotique de la communication.....	10
1.5. Sémiotique de la signification.....	10
1.6. Les niveaux d'étude de la sémiotique.....	11
2. Le signe et sa typologie	11
2.1. Définition	11
2.2. Les types de signe.....	13
2.3. La trichotomie Peircienne.....	14
II .L'image :	
1. qu'est-ce que l'image ?.....	14
1.1. La genèse de l'image.....	15
1.1.1. Essai de définition et historique de l'image.....	15
2. Les types d'image	18
a. L'image séquentielle.....	18
b. L'image non séquentielle ou fixe :.....	18
- La peinture	

- Le dessin	
- La photographie	
- L'affiche	
3. L'image et ses fonctions	20
4. Entre image et texte (imago-texte).....	20
III. La sémiotique de l'image fixe.....	21
1. Les signes dans l'image	21
1.1. Les signes linguistiques.....	22
1.2. Les signes visuels.....	23
1.3. Les signes iconiques.....	23
1.4. Les signes plastiques.....	24
2. L'image dénotée vs L'image connotée	24
3. De l'image au texte, qu'elle relation ?.....	25
4. Les variables graphémiques de l'image.....	25
IV -vers une sémiotique de l'affiche.....	25
1. Qu'est-ce que l'affiche ?.....	25
2. Affiche et affichage.....	26
Conclusion.....	26

❖ **Chapitre II : « à la découverte d'un corpus»**

Introduction.....	28
I-Description et motivations du choix du corpus	28
II-Encrage méthodologique	29
1. La communication par l'image	29
1.1. Les sensations	30

1.1.1. La taille	30
1.1.2. La luminosité	30
1.1.3. La proxémie	30
1.1.4. La composition	30
1.1.5. -La dynamique.....	31
1.1.6. La coloration	31
1.1.7. La texture	31
1.2. Les émotions	31
1.2.1. La surprise	31
1.2.2. La joie	31
1.2.3. La peur	31
1.2.4. Le dégoût	31
1.2.5. La tristesse	31
1.2.6. La colère	31
1.3. Les types d'informations dans l'image	31
1.3.1. Les informations explicites (manifestes)	32
1.3.2. Les informations implicites (conventionnelles)	32
1.3.3. Les informations codées	32
1.4. Les résonances	32
2. L'analyse de l'image : fonctions, méthodes et objectifs.....	33
2-1 les fonctions :.....	33
2 -2- les méthodes d'analyse de l'image :.....	34
III -Positionnement rhétorique et méthodologique	35
1. Le plan plastique	36
1.1. La forme	36
1-2. La couleur	37
2. Le plan iconique	40

3. Le plan linguistique	40
4. La composition	41
4-1-Le cadre	41
4-2-Le cadrage	41
- la grille d'analyse	42
V- Obstacles et contrainte rencontrées	42
Conclusion.....	44
❖ Chapitre III: «Analyse et interprétation des résultats »	
Introduction	46
.I-Mise en place du corpus	47
II-Etude du signe de la sécurité	49
1. Les signes plastiques	49
1.1. Composition.....	49
1.1.1. Le cadre	49
1.1.2. Le format et la taille	54
1.1.3. Le cadrage	55
1.2. Les formes.....	59
1.3. Les couleurs.....	60
2- Le plan iconique	64
3- le plan linguistique	65
Conclusion	73
Conclusion générale	75
Références bibliographiques.....	80
Annexe.....	83

Introduction générale

Introduction générale :

La fin de 2019 et l'avènement de 2020 marquent une nouvelle ère. Le monde bascule dans l'obscurité, et l'humanité vit une péripétie à cause de l'apparition en décembre de l'année 2019 d'une nouvelle maladie pulmonaire très grave et mortelle, dont le responsable est un virus coronaire appelé par la suite COVID19 qui correspond à Corona Virus Décembre 2019.

Le monde assiste alors à une crise sanitaire sans équivoque, l'humanité est menacée, des économies de grands pays tombent, les hôpitaux sont saturés du fait de la propagation fulgurante de la maladie, et pour la première fois de l'histoire les gens sont appelés au confinement.

Cet état menaçant appelle tous les pays à concourir à la recherche d'une solution à ce problème et l'éventualité de trouver une réponse médicamenteuse susceptible de combattre cette maladie et de freiner sa propagation vertigineuse qui fait d'elle l'ennemi numéro un à abattre, car elle a pris une grande ampleur qui fait d'elle à présent une pandémie touchant les pays du monde entier.

Partout dans le monde, les gouvernements appellent à la vigilance et à la prise en garde vis à vis de cet ennemi invisible jusqu'à présent méconnu.

Alors d'immenses campagnes de sensibilisation sont engagées par tous les moyens possibles à travers tous les médias en partant de la télévision en passant la presse écrite jusqu'aux affiches de sensibilisation auxquelles s'intéresse notre présent travail de recherche.

Dans la perspective de rédiger un mémoire de fin d'études en sciences du langage intitulé « Etude sémiotique et discursive de l'affiche de prévention, cas de la covid19 ».

Nous inscrivons notre étude dans le domaine de la sémiotique et plus précisément en sémiotique de l'image fixe étant donné que le corpus sur lequel nous travaillons est composé spécifiquement d'affiches de prévention de la covid19. Au terme de prévention nous préférons utiliser celui de sensibilisation qui semble approprié à ce type de travail envisagé qui se veut le plus rigoureux et univoque possible.

La première chose à rappeler ici c'est que notre choix du thème et du corpus ne vient pas du hasard, mais il nous est dicté par nombreuses motivations personnelles et scientifiques que nous allons indiquer ci-dessous :

-Motivations personnelles :

- un sentiment antérieur enfoui que nous portons à la sémiotique en tant que discipline.
- un intérêt émergent de découvrir ce monde attrayant qui est le monde du sens et de la signification
- le regard que nous portons à ce champ d'études qui nous semble vierge et fertile à explorer.
- la polysémie de l'image qui représente un labyrinthe qu'on voudrait visiter.

- Motivations scientifiques :

- s'approprier à travers la recherche un esprit analytique et critique qui éveillera nos sens et aiguëra notre réflexion logique.
- apporter sa contribution même infime dans le domaine de la recherche scientifique.
- participer à émouvoir cette discipline peu connue jusqu'à présent qui est la sémiotique.
- montrer l'impact de l'image et la place qu'elle occupe dans le processus de la Communication.
- thème d'actualité, se préoccupant d'un danger qui persiste toujours.
- la richesse du corpus d'études qui offre un large champ d'investigation.



Dans tout l'arsenal utilisé dans les campagnes de sensibilisation de la covid19, nous avons choisi de nous intéresser à l'affiche pour son caractère populaire et sa large diffusion auprès du public.

Pour réaliser et finaliser notre étude, nous nous basons sur l'analyse d'un échantillon de corpus qu'on estime aussi pertinent que diversifié qui représente au mieux notre réflexion porté sur le sujet traité. Ce corpus étudié se compose de treize affiches de sensibilisation conçu dans différents pays comme l'Algérie, la France, la Belgique le Canada et le Cameroun ;

Dans la perspective d'une analyse sémiotique et discursive, nous appliquerons à ce corpus la méthode d'analyse qualitative qui nous permettra de faire ressortir le potentiel communicationnel de ses messages visuels et mixtes (affiches). Pour nous situer méthodologiquement, notre recherche fera dialoguer les deux modèles théoriques : celui de Martine JOLY en sémiotique de l'image fixe et celui d'E. Benveniste en analyse du discours. Nous essayons tout au long de notre travail de décortiquer les messages sous-jacents à l'image.

Problématique et hypothèses de recherche :

L'image n'est pas la réalité, elle joue le rôle de médiateur du réel en s'inspirant de cette réalité. Elle est aussi polysémique véhiculant un tas d'informations.

La force et l'universalité de l'image prend sa valeur dans la représentation, les objets sont authentifiés en comparaison avec nos connaissances prés-requêtes des phénomènes .Cela nous mène à nous s'interroger sur cette notion « d'universalité ».

Malgré l'imprégnation socioculturelle de l'image, quel est le degré d'universalité repérable dans l'utilisation de l'affiche de prévention de la covid19 dans un processus de communication ?

A cette question centrale s'ajoute une question secondaire qui est :

En rapport à la polysémie, à quel niveau de la signification l'image est-elle a considéré ?

En réponses à ces questions nous émettons l'hypothèse que :

« Par un travail de la simplification et de la standardisation des représentations, les émetteurs de ces affiches chercheraient à canaliser l'interprétions du récepteur sur le sens premier du message (sens dénoté).

Ce travail de standardisation des representations dans l'image, chercherait à déminer la charge sémantique du message qui se veut universel ».

Pour mener à bien notre étude, nous articulons notre travail en trois chapitres :

Le premier chapitre intitulé « *Image et théorie sémiotique : Eléments de définition* » traite des notions et des concepts de base de l'image et de la sémiotique.

Quant au deuxième chapitre, il développe l'ancrage et la prise de position méthodologique.

Pour aboutir au troisième chapitre qui lui, représente la mise en pratique de l'analyse et l'interprétation des résultats obtenus.

CHAPITRE : I

***« Image et théorie sémiotique :
Éléments de définition »***

Introduction :

Pour entamer et réaliser un travail de recherche dans n'importe quelle discipline que ce soit, un passage par la théorie et la littérature s'y référant s'impose, de telle façon à pouvoir exprimer le cheminement du raisonnement de notre réflexion portée sur le sujet d'étude. Puiser dans cette littérature sans doute vaste et abondante, nous permet de s'outiller méthodologiquement pour pouvoir aborder l'analyse voulue.

En sciences humaines et plus précisément en sciences des langages s'offre à nous une littérature des plus abondantes et des plus diversifiées, parmi laquelle nous allons sélectionner celle qui nous semble la plus représentative du raisonnement et de la réflexion que nous pourrions sur le sujet d'étude traité, et qui répond le plus aux objectifs visés par l'élaboration de notre recherche. Le cas échéant l'analyse sémiotique de l'affiche de prévention contre la covid19.

I- Sémiotique et rhétorique :

Notre travail s'inscrit dans le domaine de l'étude sémiotique de l'affiche de prévention et sensibilisation contre la covid 19, nous avons estimé important dans cette partie théorique de notre modeste travail de balayer d'une façon brève le champ disciplinaire de la sémiotique.

1-La sémiotique une discipline en devenir :

Comme le titre l'indique la sémiotique ou sémiologie se présente à nous aujourd'hui, comme discipline nouvelle, un champ fertile à exploiter. Elle reste encore un domaine à explorer, une discipline à définir où il est difficile de délimiter ses frontières, son objet d'étude propre et sa méthodologie respective. À ce sujet Anne Hénault dans l'avant-propos de son ouvrage « Questions de Sémiotique General »(2002) explique :

«Le lecteur est, en effet, en droit d'espérer une réponse à la question : comment tout cela a-t-il commencé ? » à propos de ce savoir qui continue à sembler hermétique et étrangement nouveau même si les années 1965-2000 ont vu paraître ,un peu partout dans le monde , un grand nombre de publications « sémiotique » ».

Pour Hénault, la sémiotique est un savoir ou une discipline encore en construction à qui on ne peut apporter une définition approuvée par tous les sémioticiens ou spécialistes en sémiotique. Pour elle la sémiotique se présente comme l'étude du rapport d'expression.

«*Nous prenons le risque d'affirmer que la sémiotique est avant tout l'étude du rapport d'expression* » Hénault. Anne, Question de sémiotique. Ed. Presse Universitaire de France, 1^{re} édition 2002, Avant-propos, p01

Dans la même directive Umberto Eco dans son ouvrage « la structure absente, introduction à la recherche sémiotique » cherche à cerner les limites et les lois régissant la sémiotique qui selon lui n'est pas une discipline spécifique possédant une méthode et un objet d'étude précis. Elle représente plus un champ de recherche. « *Pour cela, nous devons regarder les champs sémiotique tel qu'il se présente aujourd'hui, dans tout son désordre [...]* » Eco Umberto, la structure absente introduction à la recherche sémiotique, Ed. Mercure de France, 1988 introduction p 12.

Eco aboutit à la fin de l'introduction cité ci-dessus présenté la sémiotique comme l'étude des processus culturels comme processus communicatifs.

« *en conclusion : la sémiotique étudie tous les processus culturels en tant que processus de communication ; elle tend à montrer comment sous les processus culturels existent des systèmes ; la dialectique système - processus conduit à affirmer la dialectique code-message* ». Ibid. p30-31.

Pour Martine Joly, la sémiotique représente une nouvelle discipline qui n'a pas encore acquis sa légitimité au sein des sciences humaines sous l'effet des modes, de l'engouement au rejet. Cela n'a pas empêché la sémiotique comme réflexion nouvelle et dynamique, de progresser et d'évoluer au courant des années.

1-1-Bref historique de la sémiotique :

Le terme sémiotique ou sémiologie tirent leurs origines du mot grec *séméion* qui veut dire « signe ». L'utilisation du mot sémiotique remonte à l'antiquité grecque, désignant une discipline médicale qui s'occupe d'interpréter les signes et d'analyser les symptômes des

déférentes maladies. D'Aristote, aux Saint Augustin sans oublier les précurseurs comme Saint Paul, Origène ou T. D'Aquin l'utilisation du mot sémiotique a des racines très anciennes il se trouve notamment en 1690 chez le philosophe John Locke qui fut le premier a utilisé le mot sémiotique dans son *Essai sur l'entendement humain* (4.21.4)

Dans le domaine des sciences humaines apparait au début du xix ème siècle une nouvelle discipline baptisée sémiotique ou sémiologie qui s'intéressera à tous les domaines des signes que nous interprétons en dressant une typologie de ses signes et en cherchant les lois de fonctionnement des différentes catégories . Cette discipline récente a pour fondateurs et précurseurs Ferdinand de Saussure en Europe pour qui la sémiologie se définit comme l'étude des significations.et Charles Sander Peirce aux Etat –Unis, qui voit en la sémiotique la discipline qui s'occupe de l'étude des signes. Cette distinction entre ces deux courant de la sémiotique nous appelle à détailler un peu plus sur les deux traditions Européennes et Américaines et l'utilisation des deux termes sémiologie/sémiotique.

1-2-Sémiologie et ou sémiotique :

Les deux termes de sémiotique et sémiologie ne sont pas des synonymes bien qu'il aient étymologiquement la même origine (du grec sémion qui veut dire signe) l'emploi aussi fréquent dans nombre de situations de ces deux termes n'empêche pas, qu'ils renvoient tous les deux à des traditions différentes ; le premier d'origine Américaine associe par C.S.Peirce à la logique au qu'elle il le substitut ,conçoit la sémiotique comme une philosophie du langage qui étudie la forme et le fond des langages. L'emploi du second vocable « sémiologie » d'origine européenne se rattache au linguiste suisse F.De Saussure et qui renvoie à des sémiotiques spécifiques aux langages particuliers tels l'image, les gestes, le théâtre...etc. Elle (la sémiologie) étudie les signes au sein de leur système. Dans notre recherche nous utiliserons les deux termes vu qu'ils sont employés indifféremment par plusieurs théoriciens et sémioticiens.

Nous retiendrons l'emploi du terme sémiotique pour se référer à la théorie générale du signe, du fait que ce concept renvoie à une conception plus large du signe .Pour préserver le sens de certains concepts utilisés par des théoriciens tel R.Barthes nous emploierons le terme de sémiologie du fait de son ancrage dans la tradition sémiotique européenne.

1-3-Sémiologie et linguistique :

Dans cette partie de notre travail nous essayons de mettre en évidence le rapport qu'entretient la sémiotique avec la linguistique et de définir l'essence même de cette discipline et sa conception. Notre objectif ici n'est pas de théoriser sur la sémiotique, la linguistique et le signe ce que nous recherchons c'est de présenter d'une façon brève succincte les grands principes qui nous permettront de mieux comprendre ce qu'est une image, ce qu'elle dit, et surtout la façon de le dire.

Saussure père fondateur de la linguistique moderne, définit comme l'étude systémique de la langue « *système de signe exprimant des idées.* ». Postule dès le départ que la langue n'est pas le seul moyen qui nous sert à communiquer, il imagine donc la sémiologie comme « science générale des signes » à inventer ; et au sein de laquelle la linguistique aurait la première place et serait son domaine d'étude. Tel l'a bien précisé M. Joly à la page 23 de son livre « introduction à l'analyse de l'image »(2003). Après avoir isoler les unités constitutives de la langue les sons ou phonèmes dépourvus de sens, puis les monèmes ou les unités minimales de signification, et les mots ou les signes linguistique Saussure s'intéressera à l'étude de la nature même du signe linguistique qu'il décrit comme une entité physique à deux faces indissociables associant un signifiant St(le son) à un signifié Sé (le concept) . Cette relation entre signifiant et signifié a été ensuite déclarée « arbitraire » c'est-à-dire conventionnelle. Saussure a aussi décrit la morphologie du signe ou la forme du signe linguistique, tout en dégagant les règles de fonctionnement du langage ,alors il instaure une nouvelle démarche qu'il annonce : « *la langue ,le plus complexe et le plus répandu des systèmes d'expression, et aussi le plus caractéristique de tous ,en ce sens la linguistique peut devenir le patron général de toute sémiologie, bien que la langue ne soit qu'un système particulier .* »De Saussure .F, cours de linguistique générale, éd TALANTAKIT Bejaia, 2002, p22

Donc pour Saussure, la sémiologie discipline faisant partie de la psychologie sociale, englobe la linguistique car elle permet de décrire tous ensemble signifiant quel que soit le plan d'expression. Cette conception de la sémiologie qui va être contredite par Roland

Barthes pour qui c'est la sémiologie qui représente une partie de la linguistique, car elle aura toujours besoins de la langue pour décrire et expliquer tout phénomène quel qu'il soit.

1-4- **La sémiotique de la communication :**

Parmi les continuateurs de Saussure nous citons le Belge Eric Buysens qui a tenté dès 1943 de distinguer les systèmes de communication des moyens (asystématiques) de la communication. Buysens définit la sémiologie de communication comme étant « *l'étude des procédés de communication, c'est-à-dire des moyens utilisés pour influencer autrui et reconnus comme tels par celui qu'on veut influencer* »

Byssens .E , la communication et l'articulation linguistique, In Mounin .Introduction à la sémiologie .Ed. Minuit, Paris, 1970, P.13.

Pour les tenants d'une sémiologie de la communication tel que E.Buysens G.Mounin et Z.Preito, c'est la communication (et non la signification) qui doit être au cœur de toute sémiologie. Ils refusent alors d'analyser les phénomènes qui sortent du cadre de la communication, et se focalisent sur l'étude des phénomènes de communication considérer comme processus volontaire de la transmission des informations, régit par des systèmes explicites de conventions tel : le code de la route, le code morse...etc.

1-5-**La sémiotique de la signification :**

Une quarantaine d'années après l'apparition des vues de Saussure dans le CLG, Roland Barthes allait proposer dans (méthodologies 1957) puis dans (les éléments de sémiologies 1964)un changement radicale de la conception de « la sémiologie » proposé initialement par Saussure. Il conçoit la sémiologie comme une discipline faisant partie de linguistique et non l'inverse.

Dans son œuvre « L'aventure sémiologique » R.Barthes(1964) explique comment le sens vient aux mots (signes), il montre aussi que certains objets culturel utilisés par l'homme peuvent constituer des systèmes de sens (les vêtements, la nourriture...). Il se désintéresse totalement à l'étude des codes, sujet de la sémiologie de communication, et étend le domaine de la sémiologie à tous les faits signifiants, ce qu'il appelle « des ensembles doués

d'une véritable profondeur sociologie » comme la mode vestimentaire, le choix d'une voiture, etc. il s'intéresse à l'objet en tant que signifiant. La sémiologie Barthesienne s'intéressera alors à tous ce qui est signes (image, gestes, son...), tout en soulignant le rôle primordiale de la langue. De ce fait le courant de la sémiologie de la signification dépasse celui de la communication.

1-6-Les niveaux d'études de la sémiotique :

Selon J.M Klinkenberg les aspects de la sémiotique perçu comme théorie générale ayant pour objet la définition de la structure des signes et leur relation, peuvent être envisagés a trois niveaux ;

a- **La sémiotique générale** : Vise à mettre en exergue les rapports existant entre les langages ayant pour objet d'étude la théorie de connaissance, son objectif est le développement des modèles formels d'ordre général.

b- **La sémiotique spécifique** : Décrit les règles régissant un langage particulier tel la sémiotique de l'image Sujet de notre travail de recherche.

c-**La sémiotique appliquée** : Application des résultats obtenus au niveau de la sémiotique spécifiques à des objets particuliers.

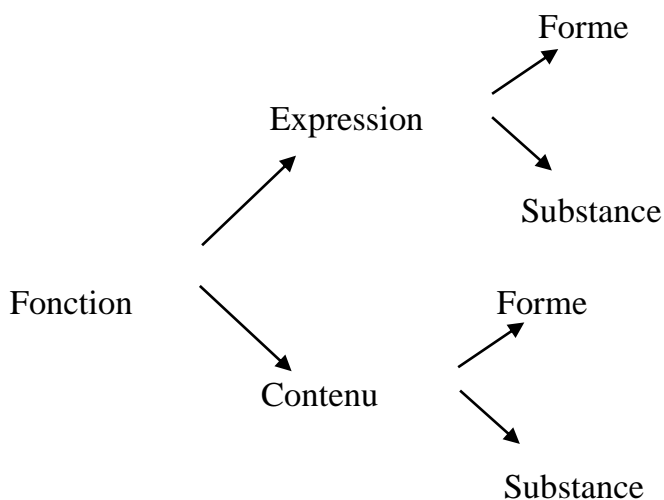
2-Le signe et sa typologie :

2-1-Définition :

Saussure définit le signe linguistique comme suit : « *Le signe linguistique unit non une chose et un nom, mais un concept et une image .Cette dernière n'est pas le son matériel, chose purement physique, mais l'empreinte psychique de se son, [...] Le signe linguistique est donc une entité physique à deux face. [...] Nous proposons de conserver le mot signe pour désigner le total et de remplacer concept et image acoustique respectivement par signifié et signifiant [...]* » De Saussure .F, cours de linguistique générale, éd TALANTAKIT Bejaia, 2002. p85 .86.87.

Pour Saussure donc le signe linguistique représente la combinaison entre le signifiant St (concept) et le signifié Sé (image acoustique). Ces deux entités St et Sé sont deux faces indissociables du signe linguistique.

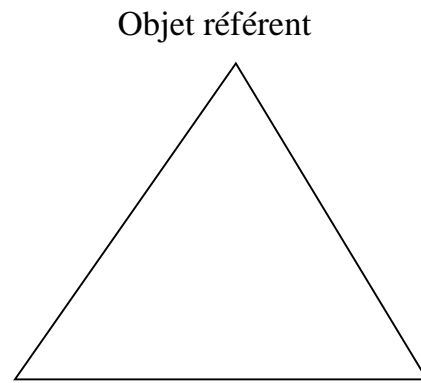
Pour L.Hjelmslev, tenant de l'école structuraliste les deux plans (signifiant, signifié) sont représentés par l'expression et le contenu, chacun de ces deux plan peut être décomposé à son tour en deux aspects : une forme et une substance, qu'on peut schématiser comme suit :



Quand à Peirce il fait un travail particulièrement précieux sur le signe, ce qu'a indiqué (M. Joly 2003) .Peirce n'a pas étudié en premier lieu la langue mais il a pensé dès le départ à une théorie générale des signes et une typologie comprenant la langue. Pour lui le signe est : « une matérialité que l'on perçoit avec l'un ou plusieurs de nos sens » [...] « quelques chose, tenant lieu de quelque chose pour quelqu'un, sous quelques rapports, ou à quelque titre. » Joly.M, Introduction à l'Analyse de l'Image, Ed Nathan,2003

Cette définition du signe donnée par Peirce dans « Ecrits sur le signe », montre que le signe entretient une relation entre trois pôles, et non plus deux comme chez Saussure : Le Représentamen, la face perceptible du signe ou signifiant (St), le réfèrent ou ce qu'il représente (l'objet) et l'interprétant ou signifié (Sé) .

Cette figure triangulaire du signe marque la dynamique du signe en tant que processus sémiotique dont la signification dépend du contexte de son apparition et de sa réception



Représentamen (St)

Interprétant (Sé)

2-2- Les types de signes :

Selon Peirce tous les signes quel que soit leurs variétés, leur nature auraient une structure comme impliquant une dynamique tripolaire associant signifiant, signifié et référent. Même si les signes ont une structure commune, ils ne sont pas pour autant identiques. Partant de ce constat Peirce propose une classification du signe très complexe. Nous essayons ici de rappeler un aspect de cette classification qui nous semble importante dans la compréhension du fonctionnement de l'image comme signe sujet dans notre travail de recherche.

Cette classification proposée par Peirce distingue les signes par rapport aux types de relations qui peuvent exister entre le signifiant et le référent et non le signifié. Il propose alors trois grands types de signes : l'icône, l'indice et le symbole.

1-L'icône : désigne la catégorie de signe dont le signifiant est en relation analogique avec ce qu'il représente (le référent), l'icône représente son objet par similarité exemples : une photographie, un dessin figuratif ...etc.

Elle traite aussi d'une hypo- icône tel que : le digramme (analogie relationnelle), la métaphore (analogie quantitative).

2- L'index ou indice : désigne la classe des signes en relation causale de contiguïté physique avec ce qu'ils représentent, cas des signes dits « naturels » tel la pâleur pour la fatigue, la fumée pour le feu... Etc.

Mais aussi les traces laissées par quelqu'un sur le sable, ou les pneus d'une voiture sur une piste.

3-Le symbole : Désigne Les signes qui entretiennent une relation conventionnelle avec ce qu'ils représentent ou leurs référents. Le symbole c'est aussi la loi qui permet de transformer l'icône ou l'indice en représentation conventionnelle.

Ainsi on pourrait dire que l'icône et l'indice font partie du champ de la dénotation introduisant le sens littéral (sens au premier degré) c.-à-d. établissement entre le représentamen (matérialisation) et le référent (objet) au qu'elle il renvoi d'une relation référentielle. Quant au symbole il relève de la connotation du fait d'une association déterminé par le contexte socio-culturel.

2-3-La trichotomie Péricienne :

Selon Peirce tout est signe, qu'il soit simple ou complexe. En effet le signe implique un rapport triadique entre représentamen (premier), l'objet (second) et l'interprétant (troisième). Cette figure triangulaire qui se veut stable et équilibré permet d'expliquer toute expérience humaine en tant que signe. Quel que soit ce signe cette triade est en mesure de recomposer son processus sémiotique et d'identifier son statut au cours d'une analyse phénoménologique.

II .L'image :

1-Qu'est-ce que l'image ?

L'intérêt porté à la l'image est du à son appartenance à un lointain passé, elle s'inscrit dans la longue histoire du processus communicationnel mais aussi dans tout notre univers et l'espace qui nous entoure. La création, l'usage, la demande et la multiplication des images nait de la nécessité d'échange de biens et de connaissances entre les hommes. Elles ont été créés à l'origine, comme réponse a une sorte de loi de l'offre de la demande .La spécificité de l'image c'est qu'elle véhicule de nombreuses informations ou messages qui peuvent être saisis d'une façon immédiate et universelle. Elle renferme un message qui transcende les frontières des langues et peut être partagé par tous. Ainsi pour marquer son passage dans

le monde et laisser des traces d'une réalité d'existence, l'homme a produit de plus en plus d'images .En effet ,l'image garde ces traces que nous produisons qui nous permettent d'avoir des références ,des témoignages du passé nous pouvons alors quantifier, mesurer, comparer ,nous souvenir et échanger des points de vue .Ils témoignent aussi d'un acte de communication .L'image recèle un message « co-auctorial »,celui d'un émetteur et d'un récepteur .

1-1- La Genèse de l'image :

La force et l'universalité de l'image prend sa valeur dans la représentation, les objets sont authentifiés en comparaison avec nos connaissances prés-requêtes des phénomènes et via l'utilisation de notre mémoire. L'image n'est pas la réalité, elle joue le rôle de médiateur du réel en s'inspirant de cette réalité. Elle est aussi polysémique véhiculant un tas d'informations.

1-1-1 Essai de définition et historique de l'image :

Donner une définition au concept d' « image » est très difficile vu l'importante littérature qui traite du sujet, nous nous sommes alors demandé quelle définition choisir parmi toutes celles qui se présentent à nous ?

De ce fait nous essayerons de reprendre quelques notions sur l'image, qui apporteront de la lumière sur la diversité du concept et sa complexité sans toutefois se perdre dans des conceptions trop théoriques du terme.

Selon Barthes, étymologiquement, le mot image renverrait à une racine latine ancienne « *imitari* ».

Du latin « *imago* », « *imagine* » qui signifie, qui prend la place de quelque chose, selon cette conception générale et populaire du terme, le mot image désignerait une représentation graphique et plastique d'un objet.

Le dictionnaire le Robert définit l'image comme une représentation exacte et analogique d'un être, d'une chose ; elle est alors caractérisée par la ressemblance qu'elle entretient avec son objet. Cette représentation analogique qualifiée par Barthes de (la « copie ») constitue un obstacle à la sémiologie de l'image, il indique : « *Selon étymologie ancienne, le mot image devrait être rattaché à la racine de imitari .Nous voici tout de suite au cœur*

du problème le plus important qui puisse se poser à la sémiologie de l'image : la représentation analogique (la « copie ») peut-elle produire de véritables systèmes de signes non plus seulement de simples agglutinations de symboles ?

Barthes.R., *Rhétorique de l'image* in communication n°4, 1964. Recherche Sémiologique .p40

Quant à M. Joly(2003) elle conçoit d'une façon générale l'image comme une représentation analogique principalement visuelle d'une chose qui ressemble à quelque chose d'autre. Elle peut être aussi appréhendé comme un signe permettant la communication et l'expression d'idées ce qui lui prévalue d'occuper une place prépondérante dans toutes les civilisations.

L'image est un moyen d'expression des plus ancestrales, elle d'imiter, d'exprimer la ressemblance à la réalité et par extension tous ce qui fait partie du domaine de la représentation ; elle s'adresse directement à notre regard, à nos sens et à notre affect. En fin l'image est une catégorie du signe qui permet l'expression des idées par un processus de signification interprétation.

En ce qui concerne l'historique de l'image, certaines recherches antérieurs ont démontré que l'image a existait depuis longtemps ,ses origines remontent à la naissance du monde et de l'homme comme le dit Claude Cossette « *l'image est aussi ancienne que le monde.* » ;cette idées est rejointe par M. Joly qui énonce : « *Au commencement il y avait l'image.de quelque côté qu'on se tourne ,il y a de l'image [...]* » Joly.M ,Introduction à l'Analyse de l'Image ,Ed Nathan ,2003,p11

L'image à servie dès le départ à l'homme primitif et à nos ancêtres de communiquer à travers des « pictogrammes » et « pétroglyphes » les aspects de la vie préhistorique, ces dernières représentations constituent les avants courriers de l'écriture. Les différentes peintures pariétales du Tassili, de Rhodésie, d'Australie et partout dans le monde témoignent de l'importance de l'image comme moyen de communication inter-civilisationnelle. Dans l'antiquité Platon dans sa définition de l'image la relie au naturel ,au monde perceptible et idéal en la considérant comme la seule digne de l'intérêt porté par la philosophe à l'encontre de l'image imitatrice et trompeuse qui nous détourne de la vérité .N'oublions pas de rappeler que cette perception Platonienne de l'image était influencée par sa vision archaïque de l'image comme rêve , apparition ou fantôme .

L'image analogique, parfaitement ressemblante passe d'un moyen de communication devenir un moyen d'expression artistique et esthétique.

Aristote vient contredire Platon en établissant une relation de rapprochement entre l'imitation, plaisir, image, vérité et la connaissance. Pour Aristote l'image s'impose comme un moyen philosophique qui répond à notre quête de la connaissance, elle permet de basculer de l'ignorance (agnos) à la connaissance (gnosis) ; par conséquent elle représente un moyen d'éducation et de plaisir inévitable du moment où il est rattaché nécessairement à l'homme et à l'humanité.

Les Romains quant à eux associent le mot image à la mort elle désigne les masques mortuaires portés aux funérailles.

Vers le VII^e siècle l'histoire de la peinture occidentale va basculer sous l'influence de ce qu'on a appelé à l'époque « La querelle des images » cette période fut marquée par une opposition artistique au niveau de la vision des peintres en vers les icônes religieuses, cette querelle opposera les iconoclastes (opposants des adorateurs des icônes religieuses) et les iconolâtres (les partisans adorateurs des icônes religieuses).

L'époque médiévale fut marquée par la domination du religieux sur toute la vie politique et sociale, tout était justifié religieusement, l'image n'avait alors aucune valeur sentimentale ; toute représentations artistique (peinture et autres) ne faisait que renvoyer aux dieux et au divin.

Quant à l'image contemporaine, elle se s'impose comme axe central de toute activité humaine. L'image subit un grand bouleversement, elle passe de l'image spirituelle à l'image visuelle. Elle est omniprésente dans toutes les sociétés, son utilisation prolifère et touche tous les domaines, elle prend alors des proportions considérables et des formes de conceptions diversifiées.

En conclusion et selon (J. Baudrillard, 1985) l'image objet de valeur en tout temps est passée par trois phases. D'abord, l'ère de l'image métamorphose ou elle était considérée que comme la représentation divine. Ensuite vient l'image métaphorique représentant la période où l'image prend une valeur esthétique. Enfin, l'ère métastase qui représente la période contemporaine où l'image a perdu toute signification, elle est partout et nulle part.

2. Les types d'images :

Martine Joly(2003), appelle à ne pas confondre entre l'image animée et l'image fixe et ne pas prendre l'image contemporaine au sens de l'image médiatique qui se limite à la télévision, ou à la vidéo (image animée). Elle interpelle à ne pas négliger dans les medias le rôle important de l'image fixe comme moyen d'expression visuelle. Elle indique : « *cela nous amène à la deuxième confusion, plus grave selon nous.*

Il s'agit de la confusion entre image fixe et image animée. En effet considérer que l'image contemporaine c'est l'image médiatique et que l'image médiatique par excellence c'est la télévision, ou la vidéo, c'est oublier que, encore maintenant, dans les medias eux-mêmes, la photographie, la peinture, le dessin, la gravure, la lithographie, etc. Toutes sortes de moyens d'expression visuelle, et que l'on considère comme des « images coexistent ». Joly. M, ibid., p10.

Cette citation de M. Joly nous permet de distinguer deux types d'image : l'image séquentielle (animée) et l'image fixe (au sein de laquelle on peut repérer les différentes catégories).

a- L'image séquentielle :

Désigne les images animées qui évoluent en séquences, caractérisées par l'animation, elle correspond aussi à une suite d'images dans le temps et l'espace tels : les romans photos et les bandes dessinées.

b. L'image non séquentielle ou fixe :

L'évolution technologique a permis à l'image de progresser et de se métamorphoser. Pour la réalisation d'une image on a besoin de deux grands procédés : le dessin et la photographie. L'image fixe, objet central de notre recherche ne prend valeur qu'en opposition avec l'image animée, en effet selon Alain Gautier, la pertinence de la fixité n'est perçue qu'on présence ailleurs, de l'animation. L'image fixe fige un moment de la vie en faisant abstraction du temps, elle peut se manifester sous différentes formes : l'affiche, la caricature, la photographie l'illustration scientifique...

-La peinture : Art plastique utilisant les couleurs, il est très diversifié on trouve : L'aquarelle, la gouache, la peinture à l'huile. Souvent la peinture représente : la nature, le portrait, des scènes de la vie humaine etc. Elle est définie par Le Petit Larousse comme

« *Ouvrage de représentation ou d'invention, figuratif ou abstrait, fait de couleur étalées, à l'aide de pinceaux en général, sur une surface, support.* »

Le petit Larousse en couleurs, Edition 1982.

-Le dessin : se définit comme la représentation des contours et des formes d'un objet ou d'une figure sur une surface. « *Figuration sur une surface, au crayon, à la plume, au pinceau, etc., de la forme (et éventuellement des valeurs de lumière et d'ombre) plutôt que de la couleur d'une chose quelconque// art de cette figuration, mode d'expression par ligne, le signe graphique, qui en résulte* ». Le Petit Larousse en couleur, édition 1982.

Comme l'indique cette définition donnée par le dictionnaire, il existe plusieurs techniques utiliser pour réaliser un dessin : l'encre, le crayon, ... ce terme qui désigne :

-L'illustration : procédé de communication par l'image le plus répandu, l'image figure dans un texte d'un livre, d'un journal.

- La caricature : moyenne d'expression humoristique ou satirique qui permet de revendiquer des prises de position politique ou sociale. Elle est très ancienne et le message qu'elle véhicule est facile à appréhender ce qui la rend attractive.

-La bande dessinée : histoire racontée en image, communiquant un message narratif par une succession d'images.

-La photographie : Découverte par le physicien français Niepce Nicephore au XX^{ème} siècle, elle représente un moyen d'expression artistique utilisé dans différents contextes culturel, social, ou anthropologique. Elle comporte plusieurs types : photographie de presse, de mode, photo familiale et scientifique.

-L'affiche : Son rôle est de communiquer des informations dans le but d'inciter à la consommation tel l'affiche publicitaire, ou de persuader le destinataire de changer sa vision, ses habitudes et comportement ou ses mœurs le cas de l'affiche de prévention et de sensibilisation, élément que nous allons développer ultérieurement vu qu'il s'agit dans notre travail de ce type d'image fixe.

3. L'image et ses fonctions :

Parler de l'image comme moyen de communication induit à rappeler les fonctions qu'elle remplit et parmi lesquels nous citons quelques-uns :

-Fonction informative : en absence de l'objet l'image renseigne sur la réalité par : l'aspect, la couleur, la forme...

-Fonction d'illustration : fonction de l'image accompagnant un texte écrit pour mieux véhiculer le sens et en appuie à la signification donnée par le linguistique.

-Fonction argumentative ou explicative : l'image peut être une explication comme dans le schéma ou le diagramme. Elle peut aussi argumenter tel le cas d'une caricature ou de l'image publicitaire qui incite convainc le consommateur à adopter un objet ou une attitude.

-Fonction narrative : l'image en elle-même est une histoire par ses couleurs, ses personnages... elle raconte toute une série d'évènements comme la bande dessinée.

-Fonction esthétique : montrer tous ce qu'il y'a de beau pour exprimer ses idées, ses pensées, aiguisé le plaisir de l'œil et de l'émotion.

-Fonction symbolique : L'association à l'image d'une idée, d'une réalité abstraite et universelle lui confie cette fonction symbolique.

4. Entre image et texte :

M. Joly explique : « *ces dessins étaient destinés à communiquer des messages et nombreux d'entre eux ont constitué ce que l'on appelle les avants –courriers de l'écriture.* » Joly .M, Ibid., p14

C'est-à-dire que l'image constitue le premier outil de communication utilisé par l'homme. A travers les âges et du fait de son évolution, l'homme a pu développer d'autres langages pour exprimer ses idées on assiste alors à la naissance de l'écriture. Cette dernière qui doit beaucoup à l'image dans son apparition et son évolution, fut marquée par plusieurs transformations :

Du pictogramme (dessin représentant les concepts par des scènes figurées ou par des symboles complexes), à l'idéogramme (signe/symbole graphique qui représente les sens des mots et non les sons tel les hiéroglyphes d'Égypte), jusqu'à arriver au logogramme (élément abstrait de la réalité ou le mot –dessin correspond à une notion) qui marque dans le processus de communication la dernière phase du passage de l'image à l'écriture.

On conclut par dire que quel que soit sa fonction ou son type, l'image représente aujourd'hui le moyen d'expression le plus usité. Son évolution, sa prolifération, et sa multiplication rapide font d'elle à travers tous les temps l'élément de communication le plus favorable. L'ensemble des signes qui la compose l'instaure comme un code universel qui transcende les limites du temps et de l'espace.

III-La sémiotique de l'image fixe :

Vu que notre travail de recherche porte sur l'analyse sémiotique des affiches de la prévention contre la Covid 19. Nous avons estimé important sinon primordiale de consacrer un volet dans cette partie théorique de notre étude pour expliquer, même d'une façon bref et succincte, les différentes concepts et éléments se référants à la sémiotique de l'image fixe considéré comme soubassement théorique pour notre travail d'analyse proposé dans le troisième chapitre.

1-Les signes dans l'image :

L'image est de nature hétérogène, elle peut rassembler différentes catégories de signes (signes iconiques, analogiques et pastiques...) et souvent des signes linguistiques. La combinaison de tous ces signes contribue à produire du sens qu'on peut interpréter.

Une analyse sémiotique de l'image nous permettra de décoder et de déchiffrer le sens véhiculé par l'image pour mieux la comprendre. Peirce affirme que l'image est une sous-catégorie de l'icône qui est plus englobante, elle est un signe matériellement perceptible et n'existe que dans un contexte permettant de déclencher un processus de signification.

1-1 Les signes linguistiques :

Pour M.Joly (2003), l'image est à distinguer de l'analogie, elle ne représente pas seulement le signe iconique ou figuratif, mais elle rassemble pour construire un message visuel une multitude de matériaux ; qui selon Barthes sont : d'abord le linguistique, l'iconique codé, puis l'iconique non codé.

L'image est polysémique, elle peut véhiculer de nombreuses significations différentes d'où l'utilité du message linguistique, qui vient canaliser et marquer les limites de l'interprétation de cette dernière.

« Le message linguistique guide, non plus l'identification, mais l'interprétation, il constitue une sorte d'étau qui empêche les sens connotés de proliférer soit vers des régions trop individuelles c'est-à-dire qu'il limite le pouvoir projectif de l'image. »

Barthes .R.,rhétorique de l'image, in communication n ° 4,1964, pp.40-51

Dans son travail sur l'image publicitaire, Barthes distingue différents types de messages, il isole le message linguistique pour l'étudier ensuite en fonction du rapport relationnel qu'il entreprendre avec l'image. Il déduit alors, que le rapport du texte à l'image pouvait avoir deux fonctions : soit une fonction d'ancrage, soit une fonction de relais.

a- la fonction d'ancrage :

Selon Barthes, l'ancrage est la fonction la plus fréquente du message linguistique, elle consiste à arrêter ce que ce dernier appelle « chaine flottante » du signifié ou de sens qui est due à la polysémie de l'image et cela en suggérons le « bon niveau de lecture » et que privilégier parmi la multitude d'interprétations qu'offre l'image seule. La presse représente un lieu privilégié où s'exprime cette fonction d'ancrage du message linguistique appelé « légende de l'image ».

b- la fonction de relais :

Elle marque l'intervention du message linguistique utilisé pour combler les carences (manques) d'expression de l'image. Malgré la richesse expressive et communicative de l'image, le message purement visuel ne peut pas exprimer tout, il ne peut pas par exemple apporter des précisions spatio-temporelles ou sur les pensées des personnages, de cette façon il a besoin de recourir au message linguistique qui va prendre le relais dans le processus de signification. Le meilleur exemple à citer de ce type d'écriture relais est la Bande Dessinée.

1-2 Les signes (messages) visuels :

Tout comme le signe linguistique, le signe visuel désigne une association d'un signifié et d'un signifiant ; le signifiant représente ce qu'on perçoit quant au signifié correspond au concept de la réalité extra- linguistique (objet). Ces signes visuels peuvent être classé en trois catégories ;

-Des signes visuels non iconiques : Tel les codes scientifiques, les équations et formules...

-Des Signes visuels iconiques : Comme les cartes géographiques, les plans des bâtisses, les schémas, les photos ...etc.

- les signes visuels mixtes : Désignent les signes qui ne peuvent être classé ni comme signes visuels iconiques, ni comme signes visuels non iconiques, on les appellera alors mixtes tel les arts décoratifs.

1-3-Les signes iconiques :

Le signe iconique se définit comme tout signe ayant un rapport de similarité par certains aspects avec ce qu'il dénote. Selon la classification des signes donnée par Peirce, la spécificité des signes iconiques ce justifie par la ressemblance qui existerai entre ces signes et les objets qu'ils représentent.

1-4-Les signes plastiques :

A travers la distinction théorique entre signes plastiques et signes iconiques, Le groupe Mu démontre que les éléments plastiques d'une image faisant partie des signes visuels composants un message visuel : couleur, formes, composition, texture, sont des signes à part entière qui contribuent à la construction du sens du message visuel.

2. L'image dénotée vs L'image connotée :

L'image peut être porteuse de deux types de messages : le message littéral (sens premier, dénoté) et le ou les messages symboliques (sens seconds ou connotés). On parle d'image dénotée, quand il s'agit d'une image qui se contente de se référer à l'objet qu'elle représente, elle ne cache rien comme sens implicites ; elle est qualifiée par Barthes de « naïve », selon lui il n'existerait pas d' « image littérale » à l'état pure (dénoté) du moins en publicité. Quant à l'image connotée, c'est l'image qui véhicule d'autres « messages symboliques » autre que le message littéral premier. Barthes reconnaît à l'image son caractère connotatif et polysémique, elle peut à partir d'une signification première provoquer une signification seconde, se référant au processus de signification rendu célèbre par le schéma suivant :

	Signifiant	Signifié
signifiant	Signifié	

3. De l'image au texte, qu'elle relation ?

La relation entre le texte (titre, légende,..) et l'image est très étroite, l'un a besoin de l'autre en relation de complémentarité. Cette relation se résume aux deux fonctions du message linguistique précédemment explicité, celle d'« ancrage » et de « relais ».

4. Les variables graphémiques de l'image :

Les graphèmes ou bien variables graphémiques sont les éléments de base composants l'image, ils sont au nombre de six et ils désignent : la forme, la valeur, la taille, le grain, l'orientation, et la couleur.

Pour faire la description d'un élément visuel ou le modifié, nous opérons sur un ou plusieurs graphèmes (modifier la taille, la forme, changer de couleur...etc.) Une classification faite de ces graphèmes classerai en première place la forme vu son rôle attractif dans l'identification du réel, la couleur quand a elle viendrait en dernier rang.

IV. Vers une sémiotique de l'affiche :

Ce titre donné à ce dernier élément d'étude théorique de notre recherche, montre bien que nous allons tout au long de notre travail, nous intéresser à l'analyse sémiotique de ce type particulier d'image fixe qui est l' « affiches » et plus précisément l'affiche de prévention qui constituera notre corpus étudié.

1. Qu'est-ce que l'affiche ?

L'affiche est un type particulier d'image, qui a pour fonction la communication d'un message qui s'adresse à un public ciblé, à travers un support, dans un espace public réservé. Le dictionnaire Le Petit Robert (2014) définit l'affiche comme : « *feuille imprimée destinée à porter quelque chose à la connaissance du public, et placardée sur les murs ou des emplacements réservés* ».

De cette définition, nous pouvons faire ressortir les caractéristiques sémiotiques de l'affiche : feuille imprimée comme objet-support /visée informative /à destination du public/affichage public et transmission visuelle.

2. Affiche et affichage :

Partant de la définition de l’affiche citée ci-dessus, l’affichage caractère du placardage public, marque la spécificité de ce type de message visuel. En effet l’affiche naît d’un besoin de communication d’un message visé à un public cible via le processus de l’affichage, notion définie par (fontanille2008) comme : « *les scènes et stratégies de placardage de l’icono-texte* » .

La communication visuelle n’est pas récente, elle date, sans doute, de l’Antiquité, son évolution a conduit à la naissance de l’affiche moderne telle que nous la connaissons aujourd’hui, qui est caractérisée par la normalisation des grands formats, des techniques élaborées de reproduction, mais aussi du traitement de la couleur et la lettre comme l’a bien expliqué Juhel(2008). Rappelons-nous aussi que l’affiche répand à des fonctions multiples : commerciales, politique ou idéologiques qui permet de distinguer différents types d’affiches.

Conclusion :

Pour pouvoir aboutir à un travail bien élaboré et permettre l’appropriation des notions clés en sémiotique de l’image fixe, nous avons opéré dans ce chapitre, un balisage raisonné de la littérature se référant à notre thème et qui respecte nos objectifs de recherche. Cela fait nous permettra de mettre en lumière la méthodologie à suivre pour l’élaboration et finalisation de notre mémoire, élément qui va être mis en exergue dans le chapitre suivant.

CHAPITRE : II

« À la découverte d'un corpus »

Introduction :

Ce deuxième chapitre intitulé « *à la découverte d'un corpus* » se veut central, même par la symbolique de sa disposition il se situe au centre de toute notre recherche, ainsi il nous permet d'entrevoir la démarche logique et méthodologique à entreprendre lors de l'application effective de l'analyse sémiotique à notre corpus étudié, le cas échéant des affiches de sensibilisations envers la covid19.

Le contenu de ce chapitre nous permet une transition claire et savante entre le volet théorique et la partie pratique de notre recherche, il s'articule de la manière, que nous estimons la plus logique et la plus représentative de notre raisonnement et de nos objectifs de recherche prédéfinis.

Ce chapitre s'articule en quatre parties : dans la première partie nous ferons une description du corpus d'étude en expliquant les motivations du choix de ce dernier.

Ensuite, nous allons exposer et justifier notre prise de position méthodologique, pour aboutir à partir de nos lectures faites sur l'analyse sémiotique de l'image fixe à développer et proposer une grille d'analyse personnelle. En dernier lieu nous traiterons des obstacles et des contraintes rencontrés lors de l'élaboration et la rédaction de notre mémoire de recherche. Ce chapitre se clôt en fin par une conclusion.

I-Description et motivations du choix du corpus :

Notre étude se propose d'analyser un échantillon d'images fixes (affiches d'informations) recueillies essentiellement sur internet. Ces affiches se rapportent au thème de la sensibilisation de la maladie de la Covid19, maladie qui s'est propagée de façon fulgurante dans les pays du monde entier. Ce qui pousse tous les gouvernements de tous les pays à engager des campagnes de sensibilisation dans le but de freiner la propagation rapide de cette pandémie.

Vu qu'il s'agit d'un thème d'actualité, nous avons estimé important de travailler dans notre recherche sur des affiches de sensibilisation du covid19. Par conséquent, notre corpus étudié sera composé de treize affiches ou images collectées de sources

déférentes, et conçues dans différents pays du monde : en Algérie, en France, en Belgique, au Canada et au Cameroun mais qui ont un point commun partagé qui est l'utilisation de la langue française. Le choix de notre corpus n'est pas un simple fait du hasard, notre travail d'échantillonnage était rigoureux et réfléchi, il nous a permis de sélectionner dans un amas d'affiches de sensibilisation un panel d'images représentatif de nos objectifs de recherche pré-établis. Après analyse ce corpus rassemblé, nous permettra d'apporter des réponses à notre questionnement sur l'impact que peut avoir l'image fixe sur la réception et l'interprétation d'un message visuel de sensibilisation. Rappelons enfin que les affiches composantes notre corpus sont caractérisées de la notoriété qu'elles acquièrent de l'institution responsables de leur émission qui représentent des institutions gouvernementales, ce qui leur donne plus de poids et de crédibilité. De plus elle s'adresse à un large public en véhiculant un message qui se veut universel.

II- Encrage méthodologique :

1-la communication par l'image :

Selon Harold D. Laswell, la communication consiste à la diffusion des contenus en répondant à cinq questions :

- Qui communique ?
- Quel contenu ?
- Par quel moyen ?
- A qui ?
- Avec quels effets ?

Tout en utilisant un langage spécifique, les images communiquent et produisent des effets. Il est donc nécessaire de s'approprier et de connaître les bases de ce langage, de pouvoir comprendre ce que dit une image sans recourir à la langue, aux mots.

Nous vivons de nos jours dans une société de l'image, parmi ces sollicitations visuelles parfois envahissantes, certaines attirent à peine notre regard, d'autres nous « touchent » et

titillent notre sensibilité et nous marquent ; elles restent alors gravées à toujours dans notre mémoire.

La finalité de la communication par l'image est de marquer les sensibilités du récepteur en laissant des traces singulières et mémorisables. Or la performance de l'image dans ce processus de communication dépend de quatre phénomènes qui sont :

- Les contenus
- Les sensations
- Les informations
- Les associations et résonances qui se déclenchent dans la mémoire.

1.1. Les sensations : elles sont au nombre de sept ;

1.1.1. La taille : Elle représente la première sensation véhiculée par l'image. Le choix des dimensions d'une image suggère un type particulier de relation entre cette image et le spectateur.

-Si elle est très grande, l'image provoque une sensation d'écrasement.

-Si elle est petite, elle est dominée par le spectateur et elle renvoie implicitement à la notion d'appropriation, d'intimité et de secret.

1.1.2. La luminosité : Renvoie aux expériences antérieures du jour et de la nuit, du claire et du sombre, du visible et de l'invisible, de l'évident et du mystérieux. Une image lumineuse transmet un contenu qui rassure et attire, par contre une image plutôt sombre transmettra un message d'angoisse et d'inquiétude.

1.1.3. La proxémie : Désigne la distance entre le sujet et le spectateur qui se veut conventionnelle (être trop prêt nuit)

1.1.4. La composition : La représentation du sujet dans l'image provoque différentes sensations.

À titre d'exemple : un sujet volumineux enserré dans les limites de l'image provoquera une sensation d'étouffement, par contre, une perspective large et aérée s'associe à l'idée d'aspiration

1.1.5.-La dynamique : lorsque les lignes de force de l'image sont parfaitement verticales ou horizontales cela renvoie à la stabilité et à la rigidité, quand elles sont obliques elles sont signe d'« instabilité ».

1.1.6. La coloration : Elle représente en elle-même un message à part, auquel se rajoute les valeurs symboliques de chaque couleur.

Une image très colorée est à la fois signe de fatigue visuelle, de fascination ou de « méfiance ».

1.1.7. La texture : Est le code qui permet de donner à l'image son degré de réalisme ou d'idéalisme.

1.2. Les émotions :

Pour les contenus émotionnels des images, elles appellent toujours à des sentiments et des émotions qui se présentent au nombre de six est qui sont :

1.2.1. La surprise : bascule les codes habituels de la communication

1.2.2. La joie : qui s'exprime a différents degrés et sous multiples formes en passant de la satisfaction à l'allégresse, du contentement à la jubilation.

1.2.3. La peur : qui se situe entre la crainte et la frayeur en passant par l'effroi et la panique.

1.2.4. Le dégoût : signe de phobie qui se décline en répulsion, de découragement, de refus.

1.2.5. La tristesse : qui se situe entre la mélancolie et le désespoir.

1.2.6. La colère : passe de l'insatisfaction au niveau ultime « la rage » en passant par l'ire et la fureur ; la haine et la colère.

1.3. Les types d'informations dans l'image :

Les informations recelées dans l'image peuvent être subdivisé en trois types qui se présentent comme suit :

1.3.1. Les informations explicites (manifestes) : sont celles suggérées au premier degré par le sujet, les objets, les personnages en présence à travers des éléments significatifs tels : le temps, l'époque, la race ou l'âge.

1.3.2. Les informations implicites (conventionnelles) : donnent idée sur le degré de vraisemblance de la représentation.

1.3.3. Les informations codées : le jeu des codes est une des subtilités de la communication par l'image.

1.4. Les résonances : quand l'image est sujet de perception, elle devient un objet mental qui va être associé dans l'imaginaire de l'individu à d'autres objets qui ne sont pas forcément visuels.

Ces associations mentales peuvent être, partagées par des individus qui se connaissent, qui font partie d'une même famille ou d'un même groupe, ces représentations d'objets partagées déclenchent chez ces individus des images mentales qui donnent lieu à *des résonances interpersonnelles*.

Les résonances culturelles, quant à elles : sont déclenchées par une image au sein d'une société donnée où les personnes partagent des valeurs fortes qui peuvent prendre le statut de symbole, par exemple l'évocation de héros nationaux, historiques ou sportifs.

Les résonances universelles : elles sont plus stables, plus profondes et partagées par tous les humains en tout temps, exemple de la représentation du soleil qui provoque les mêmes sensations chez tout le monde.

Ces éléments explicités dans cette partie de notre travail, dans laquelle nous nous sommes reposés sur le travail de Alain Joannès dans son livre « *Communiquer par l'image, valoriser sa communication par la dimension visuelle* ». Ed Dunod, 2^{ème} Edition (2008), nous permettront ultérieurement dans le troisième chapitre, lors de l'analyse de notre corpus étudié, d'évaluer l'impact des images (des affiches) en leur appliquant la grille proposée par A. Joannès, qui rassemble les éléments suivants : les sensations, les émotions, les informations, et les résonances.

2. L'analyse de l'image : fonctions, méthodes et objectifs

Notre travail porte sur l'analyse sémiotique de l'affiche de sensibilisation, cas de la covid 19, en effet nous tenons à préciser tout de suite que la notion d'image sera prise, bien entendu, au sens d'image fixe. Nous essayerons, par ailleurs, de développer dans cette partie de notre recherche quelques réflexions faites sur l'analyse de l'image, ses objectifs et ses intérêts en nous basons essentiellement sur les justifications données par la spécialiste de la question Martine Joly.

À la question : pourquoi analyser l'image et quel est l'intérêt de cette activité ?

Nous répondons en disant que l'analyse de l'image permet d'éviter de tomber dans la confusion et l'opposition entre l'expérience dite esthétique ou médiatique et l'agir .pour permettre une bonne réception ,juste et abouté de l'image l'analyse de cette dernière accomplit les fonctions suivantes :

2-1 les fonctions :

- a- **la satisfaction du goût** : analyser des images c'est tout d'abord, les contempler, les apprécier, mais aussi les faire parler.
- b- **la fonction cognitive** : l'analyse de l'image permet de comprendre le fonctionnement des signes visuels, et leur impact sur le public, ainsi que d'explorer certains processus de communication.
- c- **La fonction critique (jugement)** : le processus d'analyse permet d'apporter des justifications et des fondements associant à l'attraction ou la répulsion que nous provoque certaines images c'est-à-dire fonder un goût personnel par confrontation et dialogue avec celui des autres.
- d- **La fonction didactique** : l'analyse de l'image permet dans un processus didactique (enseignement / apprentissage), la reconnaissance des genres de communication : genre de presse, publicitaire, genre artistique...etc., mais aussi enseigner à reconnaître : des styles, de ce dont parlent ces images, leur référent extra linguistique, et la façon de dire les choses,...

Cette réponse que nous avons apportée à la question de pourquoi analyser l'image et dans quel intérêt ? N'est pas vraiment originale mais c'est la réflexion de l'éminente spécialiste

en la matière la chercheuse et sémioticienne Martine Joly, développée dans son travail :
« *Analyse de l'image : résistance et fonction* », (1999)

2 -2- les méthodes d'analyse de l'image :

Dans la même perspective et en se référant au travail cité ci-dessous de M. Joly, nous allons discuter d'une façon brève les différentes méthodes de l'analyse de l'image.

Les méthodes d'analyse de l'image sont souvent perçues comme une réduction obligatoire de la pensée et par-delà du plaisir visuel au « logocentrisme » d'une part, soit comme un mal indispensable à la pédagogie de l'image.

M. Joly (1999) indique : « *l'analyse de l'image et ses méthodes sont souvent considérées soit comme une réduction inévitable de la pensée (et du plaisir) visuels au logocentrisme d'une part, soit comme un mal nécessaire pour la pédagogie de l'image, [...]*

...celle-ci peut avoir une fonction bien plus essentielle que celle d'un exercice pédagogique réducteur, à savoir celle de contribuer au parachèvement de l'œuvre dans une réception accomplie et active »

Elle rajoute : « *tout d'abord constants qu'il n'y a pas de méthodes universelles [...]* ».

Analyse de l'image : résistance et fonction, in *Peut-on apprendre à voir ?* Paris, l'image et l'École nationale supérieure des beaux-arts, 1999

Ce qui signifie qu'il existe plusieurs méthodes et types d'analyses pour appréhender le sens de l'image : des analyses scientifiques de tableaux, analyse mathématique, historique, et bien sûr sémiotique.

L'analyse de l'image, quelle que soit la méthode suivie, participe à l'accomplissement et le parachèvement de l'œuvre par une conception aboutie et active.

III-Positionnement rhétorique et méthodologique :

Avant la sémiotique, l'affiche représentait un sujet d'étude dans de nombreux domaines tel : l'histoire de l'art, l'économie et la sociologie.

Auparavant les travaux sémiotiques sur l'affiche portaient essentiellement sur l'analyse discursive et narrative des affiches commerciales, quant à l'étude de l'affiche d'intérêt général elle était peut fréquente et les recherches sur le processus de l'affichage (contexte) ne s'est développé qu'il y'a quelques années de cela.

L'analyse sémiotique de l'image et par-delà celle de l'affiche (type particulier d'image) permet de faire ressortir la multitude de sens que véhiculent ou recèlent ces sollicitations visuelles (les affiches). Par ailleurs nous choisissons d'inscrire notre recherche en sémiotique de l'image fixe afin d'analyser un corpus diversifier d'affiches ou la notion de prévention et sensibilisation envers la covid19 représente l'axe central.

Au premier abord, la sémiotique se présente comme une science de la signification qui se base sur tout signifiant ayant un sens (signifié), l'affiche en tant qu'objet de sens s'intégrant dans un contexte de communication (l'affichage) constitue deux domaines d'études distincts de la sémiotique

Tout langage est sémiotisable : un geste, une image, une danse, une publicité..., il ne se limite pas aux langages naturels. la sémiotique nous offre la possibilité de reconstruire le processus de signification du message visuel, elle nous offre les moyens et outils qui nous permettent de comprendre la raison de l'existence de chaque composante de l'affiche et nous permet de les articuler en système.

Pour bien décrypter le message enfoui d'une image fixe, le travail de Martine Joly dans son ouvrage « l'image et les signes » parut en 2008 reste incontournable car elle offre une piste d'observation et des outils sémiotiques indispensable pour la lecture de l'image, il s'agit ici de trois types de matériaux hétérogènes : plastique, iconique et linguistique.

1- Le plan plastique :

Ce matériau se compose essentiellement de quatre axes qui sont : la forme, la couleur, la composition (cadre et cadrage) et la texture ; ces composantes du message visuel représentent elles-mêmes des signes dont les significations peuvent être appréhendées et interprétées séparément en tenant compte du signe iconique et de l'interprétation globale de l'image. Ainsi nous pouvons étudier à chaque fois soit la couleur, soit la forme, soit la composition et la texture, ces notions clés de l'analyse sémiotique de l'image que nous allons essayer de définir et d'expliquer brièvement.

1-1- La forme :

Selon M .Joly l'interprétation des formes comme celles de tous les autres matériaux plastiques en présence dans une image, dépend des représentations socioculturelles partagées par le destinataire et le récepteur de l'image, elle explique : « *l'interprétation des formes, comme celles des autres outils plastiques, est essentiellement anthropologique et culturelle* » .Joly. M, (2003, p86)

Elle ajoute : « *ainsi pour voir les formes organisées dans un message visuel, et comprendre l'interprétation qu'elles induisent, il faut s'efforcer d'oublier ce qu'elles représentent, et les regarder pour elles –mêmes, avec attention* » .Joly.M, (2003, p87)

Ce qui veut dire, que pour interpréter les formes et leur attribuer une signification, il faut les observer attentivement en faisant abstraction de ce qu'elles représentent initialement, ce qui leur donnera cette force de représentation symbolique.

1-1-1–La symbolique des formes :

Dans le message visuel complexe, du fait du caractère polysémique de l'image, l'appréhension et l'interprétation des formes comme celles des couleurs est très difficile car elle se situe à un deuxième niveau de lecture de l'image (lecture paradigmatique), mais un travail d'analyse sur ces constituants : les formes et les couleurs est essentiel pour une meilleure compréhension et interprétation des sens sous-jacents véhiculés par ces images , le cas échéant par l'affiche de sensibilisation envers la covid19.

Beaucoup de travaux de recherches se sont intéressés à la symbolique des formes et des couleurs, parmi lesquelles nous retiendrons pour exploitation et outillage méthodologique pour notre travail de recherche celle de Dominique Serre-floersheien développée dans son ouvrage : *quand les images vous prennent aux mots, Ed, organisation universitaire, Paris, .1993.p40*

La forme	La symbolique
Rond	Forme ludique, non agressive, évoque le calme, la douceur, la paix, renvoie au temps
Carré	Il fait pensée au sérieux, a l'équilibre, manque de stabilité et de confiance
Triangle	Renvoie au chiffre trois qui signifie l'harmonie, la proportion, i symbolise aussi le danger, l'agressivité, (panneaux de sensibilisation)
Rectangle	La perfection de la relation
Losange	Symbole de féminité
Cercle	Symbole de perfection

Tableau n°1 : symbolique des formes

1-2 la couleur :

L'affiche comme moyen de communication véhicule un message visuel, ce message peut être exprimé par une image, un texte ou la fusion des deux à la fois. En effet la perception, l'interprétation et la mémorisation du message est faciliter et clarifier par une utilisation définie et résonnée des couleurs et de la répétition. Les couleurs perçues provoquent chez les récepteurs des sensations et donnent du sens au message visuel, ce que précise M. Joly qui indique : « *l'interprétation des couleurs et de la lumière, comme celle des formes, est*

anthropologique. Leur perception, comme toute perception est culturelle, mais peut –être nous semble-t-elle « naturelle » que toute autre, comme donnée [...]

En effet, la couleur et l'éclairage ont sur le spectateur un effet psychologique parce que, « perçus optiquement et vécus psychologiquement », ils mettent les spectateurs dans un état qui « ressemble » à celui de son expérience première et fondatrice des couleurs et de la lumière ». Joly. M, (2003), pp87-88

C'est-à-dire que la perception de la couleur relève d'un phénomène psychoculturel. Dans la communication par l'affiche d'information (de sensibilisation) les couleurs sont omniprésentes, on doit par ailleurs, tenir compte de leur lisibilité et de leur vitesse de perception, ainsi que de leur symbolique. Leurs interprétations et leurs symboliques sont liées aux facteurs socio-culturels régissant de chaque société, ils peuvent, selon les spécialistes, avoir un grand impact psychologique sur l'individu ; de tel façon qu'un travail sur les couleurs dans le message visuel devient une tâche délicate qui permet une bonne transmission /interprétation de ce message. Il existe deux types de couleurs ; couleurs chaudes et couleurs froides :

a- Les couleurs chaudes :

Ce type de couleurs accélère le mouvement, elles paraissent « avancer » dans la page elles sont : le rouge (avec toutes ses nuances), l'orange et le jaune. Le jaune rouge orangé est considérée comme la couleur la plus chaude.

b- Les couleurs froides :

Les couleurs froides, comme le bleu, le vert, le violet incitent au calme, à la réflexion à la détente ; elles semblent « s'éloigner » ver le fond de la page.

Le tableau suivant nous donne une classification des couleurs et leur symbolique selon Dominique SERRE-Floerohein dans : « *quand les images vous prennent aux mots* », Ed, organisation universitaire, paris , 1993. PP. 33-34

Groupes de couleurs	Couleurs	Signification positive	Signification négative
Couleurs primaires	Bleu	Rêve-sagesse-sérénité- vérité-loyauté- fraîcheur- sérieux.	La mélancolie – dirigisme
	Jaune	Fête, joie, puissance, amitié, créativité.	Traîtrise, mensonge, tromperie.
	Rouge	Amour, passion, chaleur, sexualité, triomphe, ardeur, créativité, connaissance.	Colère, danger, feu, sang, interdiction.
Couleurs secondaires	Vert	Espérance, chance, stabilité, concentration, écologie, partage, confiance.	Echec, infortune
	Orange	Joie, créativité, communication, sécurité, ambition.	/
	Violet	Rêve, délicatesse, paix, amitié, intelligence.	Mélancolie, solitude
Couleurs tertiaires	Marron	Nature, douceur, neutralité, recyclage.	/
	Doré	Richesse, fortune, fécondité.	/
Autres couleurs	Noir	Elégance, simplicité, mystère, luxe.	Tristesse, deuil, mort, vide, obscurité
	Blanc	Pureté, innocence, mariage, fraicheur, richesse.	/
	Gris	Douceur, respect, calme, neutralité.	Tristesse, mélancolie, monotonie, solitude.

	Rose	Romantisme, séduction, tendresse.	féminité, bonheur,	/
--	------	---	-----------------------	---

Tableau n°2 : La symbolique des couleurs

2- Le plan iconique :

Désigne le motif mettant en jeu les codes socioculturels dans la perspective de rapprocher ce que nous percevons de la réalité. La ressemblance exprime ce que nous voyons, l'existence d'une présence dans l'image et ce que ce signe représente. Cette ressemblance est acquise grâce à nos connaissances antérieures, qui nous permettent de se familiariser avec ces représentations, elles sont d'ordre culturel et nous permettent, par association, l'attribution à ces formes en présences d'autres sens que le sens premier qu'elles dénotent. Ce que précise Martine Joly qui rappelle : « *il est clair qu'au-delà de la reconnaissance des motifs, obtenu par le respect des règles de transformation représentatives, chacun d'eux est là pour autre chose que lui-même, pour les connotations qui le satellisent* ». M. Joly, Ibid., p91

3- le plan linguistique :

Martine Joly affirme : « *tout le monde s'accorde à penser que le message linguistique est déterminant dans l'interprétation d'une « image » dans son ensemble car celle –ci serait particulièrement polysémique, c'est –à –dire qu'elle pourrait produire de nombreuses significations différentes que le message linguistique se devrait de canaliser* ». M. Joly, Ibid., p95

Ce qui signifie qu'au sein la communication visuelle, le langage écrit s'impose comme un outil essentiel et complémentaire à l'image, en effet le message linguistique tel le titre ou le slogan permet d'orienter et de renforcer l'interprétation juste du message iconique. De plus c'est uniquement à travers la langue qu'on peut s'exprimer sur le ce que représente l'image et se quelle peut potentiellement véhiculer comme significations ou sens.

Par ailleurs le langage peut avoir un aspect plastique, comme la couleur du texte, les caractères choisis et leur disposition, des éléments qui représentent en soit des signes porteurs de significations, et qui permettent une transmission efficace du message.

4- La composition :(le cadre et le cadrage)

Ces signifiants comme tous les autres signifiants plastiques, tirent essentiellement leurs significations du domaine de la photographie, néanmoins ils restent valables pour tous les autres types d'image (film, TV, B.D, et affiches...etc.)

4-1 Le cadre : l'image-objet à des limites extérieurs physiques, qui peut être matérialisé par un cadre- objet (en bois ou en métal...) ou demeurer abstraites (cadre limite) plutôt discret. Quand le cadre-limite se confond avec le bord de la page, l'image est dite plein page ou à bord perdus, le cadre devient quasiment absent.

4-1-2 Le hors cadre : Désigne l'environnement de l'image ou elle est reproduite, c'est aussi le contexte de la communication (l'aspect d'affichage pour le cas de l'affiche objet de notre étude).

4-2 Le cadrage : Dans la photographie, représente la distance entre l'objectif et le sujet photographié, il correspond à la portion du champ visuel du photographe visible dans l'image.

Le cadrage détermine les éléments constitutifs primordiaux de l'image, le champ et le hors-champ, l'échelle des plans, l'angle de prise de vue et la composition.

4-2-1 L'échelle des plans : Désigne le rapport de proportion entre le sujet et le cadre. Elle correspond à la grandeur des êtres, des objets ou des éléments du décor représentés dans l'image par rapport à la taille de celle-ci, on distingue alors :

- **Le plan général :** ou vue de grand ensembles (paysage, ville vue de loin)
- **Le plan d'ensemble :** représente essentiellement le décor, les personnages sont alors très petits.
- **Le plan large :** représente à la fois décor et personnages.
- **Le plan moyen :** ou portrait en pied, montre l'entier du personnage son occulter son environnement.

Quant aux plans qui focalisent sur les personnages et l'action ils sont :

- **plan italien** (aux genoux)
- plan américain** (à mi-cuisse)
- plan rapproché** (taille)
- plan poitrine**
- le buste** (découpage aux épaules)
- le gros plan** : généralement sur le visage qui met en valeur la personnalité ou l'émotion.
- le très gros plan** : attire l'attention sur un détail

- La grille d'analyse :

Inspirer par le travail de Martine Joly sur l'analyse de l'image fixe déjà mise en lumière, nous avons élaboré une grille d'analyse personnelle représentative de nos objectifs de recherches et correspondante à la particularité de notre travail et de notre corpus, qui se présentera comme suit :

1- Analyse du plan plastique des images :

Dans cette partie du travail nous allons traiter des éléments suivant :

1-1 La composition : sous cet intitulé nous analyserons :

- Le cadre
- Le format et la taille
- Le cadrage.

1-2 les formes

1-3 les couleurs

2- Le plan iconique

3- Le plan linguistique

IV - Obstacles et contrainte rencontrés :

Tout au long de notre travail de recherche, nous avons été confrontés à un certain nombre d'obstacles et de contraintes qui nous ont fait face dans l'élaboration, la rédaction et la finalisation de notre mémoire de recherche, nous allons les exposer brièvement :

Tout d'abord le premier obstacle est le facteur temps qui ne joue pas en notre faveur vu que nous disposons d'une courte durée pour finaliser et achever notre mémoire de recherche, ce qui ne nous permet pas d'appréhender le sujet de la façon voulue, qui correspondrait le mieux à nos espérances et qui représenterait à bien notre réflexion.

Ensuite, le problème crucial du manque considérable en bibliothèques algériennes des références de spécialité portant sur l'analyse sémiotique de l'image, rappelons que notre travail s'inscrit dans la perspective de l'analyse sémiotique d'un type particulier d'images fixe qui est l'affiche de sensibilisation envers la covid 19.

De plus, l'accès internet à cette littérature spécifique se veut payant, ce qui nous a contraint à se contenter du peu d'informations et de ressources dont nous disposons pour élaborer un travail aussi modeste qu'il soit.

D'autre part, dans le souci de présenter un travail personnel et unique nous nous trouvons confrontés à la contrainte de tomber dans le « déjà- dit ».

Vu les obstacles et les contraintes déjà cités, le travail de recherche est devenu frustrant.

Quant à la collecte du corpus, nous avons peiné à trouver des affiches de sensibilisation envers la Covid19. Même si cette tâche semble au premier abord facile, elle a constitué, pour nous, une étape délicate et difficile dans le travail de sélection et de filtrage des affiches pour construire un corpus représentant le mieux nos objectifs de recherche.

Nous nous sommes alors retrouvés face aux obstacles et contraintes suivantes :

- Le temps, qui s'est écoulé depuis l'apparition de la pandémie. Cela fait déjà un an et demi qu'elle persiste, chose qui a mené à un changement de comportement des individus envers cette maladie. Ce changement marque un certain relâchement dans les précautions et les mesures prises pour empêcher la propagation de cette maladie dans tous les pays du monde, de ce fait, on accorde moins d'importance à la sensibilisation. Ce relâchement est aussi dû à l'apparition des vaccins contre la covid 19 qui marquent une nouvelle ère de la campagne de sensibilisation qui se focalise, plus à présent, sur les appels à la vaccination

et sa nécessité , en délaissant un petit peu la sensibilisation envers la maladie elle-même et les mesures à prendre pour y faire face .

- Absence dans des pays comme l'Algérie de ce que nous pourrions appeler une culture de la sensibilisation par l'affiche et l'affichage, qui est plus considérée (affiche) comme un moyen de communication destiné à la publicité.
- Du fait de l'impact que pouvait avoir l'image mobile sur la réception et l'interprétation des messages de sensibilisation, on s'oriente vers utilisation d'autres médias comme la télévision ou la vidéo sur YouTube et sur d'autres réseaux sociaux, alors les campagnes de sensibilisation sont devenues plus centrées sur l'image non- séquentielle (animée).
- Autre obstacle rencontré, la maladie elle-même et les précautions sanitaires prises par les gouvernements et en particulier le gouvernement algérien qui a limité le déplacement et l'accès aux institutions et établissements surtout sanitaires, ce qui a restreint notre champs d'investigation et de recherche, et nous a obligé à nous contenter de travailler sur les affiches proposées sur internet.

L'utilisation de ce corpus tiré spécifiquement d'internet a posé quelques problèmes comme :

- Le problème de la langue, les affiches existantes utilisent différentes langues et peu d'entre elles sont en langue française.
- Présence d'affiches qui n'ont pas de source ou ne se rattachent à aucune institution, en plus de la simplicité de confectionnement de certaines d'entre elles qui manquent de fiabilité, de crédibilité et de représentativité.

Conclusion :

Pour conclure nous tenons à rappeler que pour ce chapitre, nous avons essayé de mettre en lumière toute la méthodologie préconisée pour aborder le chapitre pratique qui représente l'essence même de tout travail de recherche. Dans ce deuxième chapitre transitoire entre la pure théorie et la pratiques, il a été sujet d'outillage méthodologique pour savoir opérer une analyse sémiotique sur une image fixe en occurrence l'affiche de sensibilisation, que nous allons mettre en pratique dans le chapitre qui suit.

CHAPITRE : III

***« Analyse et interprétation des
résultats »***

Introduction :

Notre étude se propose d'analyser un échantillon d'images fixe, nous nous limiterons à l'étude de quelques affiches multinationales qui se rapportent au thème de la sensibilisation envers la maladie de la covid 19 recueillies sur internet. Il s'agit tout d'abord de savoir l'impact de l'image (affiche) sur le récepteur, et sa contribution pour faciliter la compréhension et l'interprétation du message de sensibilisation véhiculé.

Le choix des affiches constituant notre corpus d'étude n'est pas un hasard, mais il s'impose comme réponse à notre questionnement posé en problématique.

Les affiches de sensibilisation représentent des affiches d'information visant à toucher un large public hétérogène à travers le processus d'affichages. Les affiches nous interpellent, et invite à les regarder et à essayer de décrypter le message qui est transmis.

Nous étions dans l'obligation de porter une réflexion sur le nombre d'affiches à analyser en suite sur ce que peut représenter ces images pour la communication. Pour cela nous avons limité notre analyse à 13 images ou affiches qui nous semblent représentatives du caractère de l'information pour la sensibilisation. Nous tenons à préciser ici que le thème des images, tout en se référant au thème principale de la sensibilisation de la Covid19 varie et engendre des sous-thèmes comme le port du masque, les gestes barrières, comment se protéger, l'hygiène, les mesures à entreprendre dès l'apparition des symptômes.

-Démarche de l'analyse :

Dans notre analyse, nous adoptons la démarche suivante :

Nous attirons l'attention sur les différentes composantes de l'image et cela pour montrer son hétérogénéité. Comme le texte qui est analysable, l'image peut aussi l'être aussi. La soumettre à l'analyse sémiotique signifie la distinction des éléments qui la composent.

Nous commencerons notre analyse par une mise en place des images, ensuite, nous analyserons les messages plastiques iconiques pour à la fin s'intéresser au code linguistique. Notre travail s'appuie plus sur l'analyse du code plastique et iconique que linguistique, ce qui ne veut pas dire que le texte au sein des affiches est à négliger. Bien au

contraire, la complémentarité existante entre le linguistique et l'iconique du message visuel fait que nous ne pouvons pas analyser un élément sans l'autre.

* La prévention et la sécurité sont exprimées par certains éléments que nous allons traiter successivement.

* Dans ces affiches, il existe beaucoup de signes qui convergent pour exprimer la prévention et la sensibilisation, ces signes sont : la distanciation sociale, l'obligation du port du masque signe de sécurité, l'hygiène des mains qui permettent de faire face à la transmission du virus. Tous ces signes sont représentés dans les images au niveau des plans : iconique, plastique et linguistique.

* Dans ces images, tout est signe, aucun des éléments composant le message visuel est du fait du hasard. Pour le concepteur de ces affiches, tout doit être réfléchi et significatif : des formes aux personnages en passant par les représentations, les couleurs, le cadre jusqu'à l'arrière-plan et enfin le texte (message linguistique) qui vient appuyer le sens véhiculé par l'image.

I-Mise en place du corpus :

Affiche	Pays d'origine	Emetteur	Date d'apparition	La source
Fig1	Cameroun	Absent	Absente	http://www.minsante.cm
Fig2	Belgique	Université de Liège	Absente	http://www.coronavirus.uliege.be
Fig3	Belgique	Université de Liège	Absente	http://www.coronavirus.uliege.be
Fig4	France	Santé publique France	27 Mars 2020	http://www.santepublic.fr

Fig5	France	Santé publique France	30 Avril 2020	http://www.santepublic.fr
Fig6	France	Santé publique France	17 Juillet 2020	http://www.santepublic.fr
Fig7	France	Santé publique France	21 Mai 2021	http://www.santepublic.fr
Fig8	Belgique	Cohezio	27 /04/2020	http://www.cohezio.be
Fig9	Belgique	Cohezio	27 /04/2020	http://www.cohezio.be
Fig10	Belgique	Cohezio	28/04/2020	http://www.cohezio.be
Fig11	France	AMF(Association internationale des Maires Francophones)	Absente	http://www.aimaf.asso.fr
Fig12	Algérie	Organisation mondiale de la santé Algérie	Absente	http://www.sante.gov.dz
Fig13	Canada	Centre canadien d'hygiène et de sécurité au travail		http://www.cchst.ca

Tableau n°3 : Mise en place du corpus

II-Etude du signe de la sécurité :

1. Les signes plastiques :

1.1. Composition :

1.1.1. Le cadre :

Nous n'observons que toutes les affiches en un cadre limite qui se confond avec le bord de la page, elles représentent des images plein page à bords perdu sauf le cas des affiches : Fig. 2 et Fig3 ou le cadre limite est marqué par la fin du cadre coloré en ocre rouge en Fig2 et bleu en Fig3.

Cette utilisation de la plein page et de même le cadre limite abstrait coloré qui se confond presque avec le bord, donne de la valeur au contenu développé au sein de ces affiches. L'absence de cadre et l'image occupant tout l'espace de l'affiche cela est représentatif par connotation de l'importance des informations développées et des messages véhiculés.

En ce qui concerne les images elles-mêmes, il existe des affiches qui sont polycadres, (la présence de plusieurs cadres) et d'autres monocadre. Les cadres se présentent sous forme de carré ou de cercle avec bord ou sans bord (marqué seulement par la couleur), il exprime des significations comme : l'obligation, l'interdiction, ou la chronologie des étapes à suivre.

Nous remarquons que la disposition de ces cadres peut être horizontale ou verticale, ce qui oriente la lecture de l'image : de haut en bas ou de gauche à droite. Ces cadres marquent au sein des images des limites séparant des : actions, des lieux, des personnages ou des séquences temporelles.

Pour analyser les significations de l'utilisation du cadre nous utiliserons un tableau récapitulatif qui s'avance comme suit :

affiche	Cadre extérieur	Cadre dans l'image	Forme des cadres	orientation	Signification
Fig1	Page à bord perdu (plein page)	polycadres	Circulaire avec bord	horizontale	Interdiction de certains gestes et obligation de respecter certains autres
Fig2	Cadre limite coloré (la couleur marque la fin de l'image)	polycadres	Circulaire sans bord apparent marqué par le fait de coloration (blanc à l'intérieur)	verticale	Actions et gestes barrière de sécurité mis en valeur
Fig3	Cadre limite coloré (bleu), la fin de l'espace coloré en bleu marque la fin de l'image	Un seul cadre (monocadre)	Carré	En bas de l'image	Mise en valeur du texte (inciter à le consulté)
Fig4	Abord perdu (plein page)	polycadres	Cercle avec bordure	Horizontal puis verticale	-la Chronologie de l'action

			-Carré	- en haut à droit au milieu et en bas de la page	de « se laver les mains » -Attirer l'attention sur les informations encadrées
Fig5	Plein page	Polycadres	-Cercle -Carré	-verticale -en haut à droit et bas (centre)	-chronologie des actions et étapes du « port du masque » -mise en valeur de l'information
Fig6	Plein page	Un cadre (monocadre)	Cercle avec bordure	Centre de l'image	-L'obligation
Fig7	Plein page	Polycadres	Cercle avec bordure	horizontale	-Action, obligation et interdiction

Fig8	Plein page	Polycadres	Cercle la couleur bleu marque la fin de couleur de fond (bleu)	verticale	-Actions à entreprendre-gestes à respectés -des actions interdites
Fig9	Plein page	Polycadres	-cercle numéroté -carré	-verticale et horizontale -centre de l'image	-actions, chronologie des étapes à suivre pour se laver les mains -encadre l'étape du lavage de main (mise en valeur)
Fig10	Plein page	Polycadres	Cercle sans bord marqué par la fin de la couleur de l'image numéroté	verticale	Chronique des actions (port du masque)
Fig11	Plein page	Polycadres	Cercle	verticale	-Des actions

					-Obligation
Fig12	Plein page	Polycadres	Cercle qui se limite par la fin de la couleur de fond	verticale	-Actions -Chronologie
Fig13	Plein page	Pas de cadre	-	-	-

Tableau n°4 : étude du cadre

Interprétation :

Cette analyse de la composition et du cadre plus précisément, nous permet de constater que l'utilisation de cet élément « le cadre », que ce soit pour marquer la limite extérieure de l'image ou dans l'image elle-même est très significative, elle permet de mettre en évidence les éléments qui sont encadrés. Nous remarquons que la majorité des affiches sont des images plein page ce qui attire l'attention du récepteur et met en valeur les informations et le message véhiculé par l'image.

La présence de polycadres ou (plusieurs cadres dans une seule image) permet d'attirer l'attention sur ce qui est représenté à l'intérieur, leurs dispositions quand elle verticale ou horizontale ou même mixte exemple Fig3 et Fig9 indique la façon de lire l'image : dans la majorité des affiches lecture en Z.

Nous remarquons aussi, que les cadres sont de formes différentes : cercle, carré et quelque fois rectangulaire, mais ce qui prédomine c'est l'utilisation du cercle. Ces éléments nous allons les traiter dans notre étude de l'élément « la forme ».

Cette utilisation des cadres quel que soit leur forme marque aussi une synchronisation dans l'espace des actions de prévention, elle est aussi marqueur chronologique qui marque la

succession sur l'axe temporel des actions et des gestes à entreprendre pour se protéger de la maladie comme l'action de se laver les mains Fig4 et Fig9, les étapes à suivre dans le port du masque cas de la Fig5 et Fig10.

De plus, nous remarquons, qu'il existe une déférence de la conception du cadre selon le pays d'origine de l'affiche, le concepteur des affiches Belges opte plus pour des cadres sans limite claire marqué par la fin de l'espace coloré du fond de l'image au sein de l'affiche Fig. 3/8/9/10. Par contre le concepteur français marque bien les limites de chaque cadre présent de l'image Fig4/5/6/7/11.

Pour l'affiche conçu en Algérie c'est le cadre sans limite qui est utilisé Fig12. Quant à l'affiche conçu au Canada elle est marqué par l'absence totale de cadre Fig13. Cela nous mène à dire que la perception de cet élément (le cadre) diffère en fonction des cultures et des sociétés.

1.1.2. Le format et la taille :

Le cadre donne forme à l'image et détermine le format de l'affiche : format rectangulaire horizontale ou verticale. Quant à la taille (relative aux dimensions principale de l'image en tant qu'objet), et sachant que l'affiche est destinée à être placarder il est donc nécessaire qu'elle soit d'une taille assez importante pour qu'elle soit vu et aperçu par le récepteur. Le rapport de la taille de l'affiche à la communication est très important. Pour notre corpus nous ne pouvons pas étudier l'élément de « la taille » des affiches car elles sont tirées uniquement d'internet et donc elles ne sont pas mesurables. En plus au niveau des sources il n'existe aucune indication sur la taille de ces images, alors on se contentera de parler uniquement des formats des affiches composant notre corpus étudié.

Nous constatons que toutes les affiches de la Fig1 jusqu'à la Fig13 ont un format rectangulaire verticale, nous pouvons donc avancer que ce format semble le plus correspondant à ce type d'image qui est l'affiche (de sensibilisation de la covid19).

L'utilisation de ce format est significative, le rectangulaire verticale est plus attractif, il attire le regard et facilite la perception. Il permet plus d'espace interne pour exposer les images et les informations. Vu que l'affiche est constituée de plusieurs images chacune

représentant une : action, un geste ou un état, le rectangulaire verticale représente le format qui lui correspond le plus.

En plus, la disposition des affiches en format rectangulaire verticale permet d'économiser l'espace extérieur (d'affichage), elles ne prennent pas beaucoup de place sur les lieux où elles sont placardées, ce qui leur permet une large diffusion. Par conséquent elles peuvent être plus vues et donc elles permettront plus de sensibilisation envers la maladie.

1.1.3. Le cadrage :

Vu la spécificité de notre corpus composé essentiellement d'affiches ou d'images du type représentation par dessin ou pictogrammes. Nous nous intéressons dans cette partie uniquement à l'analyse l'échelle des plans et leur contribution dans le processus de signification.

Comme nous l'avons déjà expliqué dans notre chapitre méthodologique l'échelle des plans représente le rapport de proportions entre le sujet et le cadre (la taille de l'image).

Nous remarquons que l'utilisation des plans varie d'une image à l'autre en fonction de ce qui y est représenté (personnage, objet) et en fonction du type d'image (dessin ou pictogramme).

Etude de l'échelle des plans :

Affiche	L'échelle des plans utilisés	Utilisation et signification
Fig1	-Plan moyen -Plan mi-cuisse	-pour représenter le personnage de sexe féminin sans négliger son environnement. -Utiliser dans l'affiche chaque fois qu'il s'agit de représenter deux personnages.

	-Plan poitrine	-Représente le personnage principal.
Fig. 2	-Gros plan -Buste	-Porte sur les mains (lavage des mains). -Porte sur les personnages.
Fig3	-Gros plan	-En absence de personnage le gros plan est mis sur les objets représentés par des pictogrammes.
Fig4	-Gros plan	-Porte sur les mains (partie du tout)
Fig5	-Gros plan	-Porte sur le personnage en train de porter le masque. -Porte sur les mains (lavage des mains).
Fig6	-Buste	-Un seul personnage portant un masque.
Fig7	-Gros plans -Buste	-Sur les mains (lavage des mains). -Pour les personnages.
Fig8	-Gros plans -Buste	-Porte sur les mains. -Porte sur les personnages et les actions.
Fig9	-Gros plan	-Porte sur les mains tout au long de l’affiche.

Fig10	-Gros plans -Buste	-Porte sur (le lavage des mains /sur l'objet bavette). -Porte sur les personnages (sujet)
Fig11	-Gros plans -Buste -Plan moyen	-Porte sur hygiène des mains. -Porte sur les personnages et action (geste de protection). -Représentation de la distanciation.
Fig12	-Gros plans -Buste	-Sur les mains (action d'hygiène). -Porte sur les personnages.
Fig13	-Gros plans -Plan moyen	-Porte sur la partie (mains). -Porte sur les pictogrammes représentant les gestes barrières.

Tableau n°5 : l'échelle des plans

Interprétation :

La lecture de ce tableau représentatif de l'échelle des plans utilisés dans les affiches de sensibilisation de la covid 19, nous fait constater que l'utilisation des plans varie d'une affiche à une autre.

De plus toutes les affiches se partagent l'utilisation du gros plan sauf le cas des affiches Fig1 et Fig6.

L'utilisation du gros plan semble donc correspondre le mieux à ce type d'image qu'est l'affiche de sensibilisation, il est utilisé pour mettre en valeur et attirer l'attention sur les actions plus que les personnages.

Nous observons que le gros plan s'associe à deux thèmes récurrents de la sensibilisation envers les dangers de la maladie de la covid 19 qui sont : l'hygiène des mains et le port du masque observable dans les figures :(2, 4, 5, 7, 9, 10, 12,13) pour l'hygiène des mains et dans les figures :(5, 6,8) pour le port du masque. Cette utilisation notable du gros plan met en valeur les deux éléments clés de la protection qui sont : l'hygiène des mains et le port du masque considéré comme les gestes barrières les plus importants pour faire face à la propagation du virus.

En plus du gros plan nous observons aussi une importante utilisation du buste (découpage à l'épaule) comme plan, qui focalise sur les personnages et les actions à éviter pour se protéger et éviter d'être contaminé (geste de protection) tel : la distanciation sociale (la distance à respecter entre deux individus) exemple :(2,,7,8) ou bien l'action de porter un masque présente dans les figures :(2,5,8)l'obligation (7,8,10), comment mètre le masque Fig11, Fig12. Ce qui vient renforcer la mise en valeur du port du masque comme moyen primordiale pour la protection, d'autres gestes à faire sont indiqués par le plan buste : limiter ses contacts sociaux Fig7, les gestes à faire quand on tousse ou on éternue : Fig8, Fig11 et Fig13. En plus de toutes ces significations le plan buste est utilisé pour exprimer des interdictions ou des gestes à éviter comme : Ce toucher le visage présent dans les Fig5, Fig7, Fig11. seserrerles mains (Fig7, Fig8).

Le dernier plan utilisé dans ces affiches et le moins fréquent c'est le plan moyen, il est utilisé dans les figures : (1, 2, 11 et 13). En fig01 il montre un personnage de sexe féminin dans son environnement (pour expliquer comment se débarrasser de ces déchets).

Dans la Fig8 il représente la distanciation à travers deux personnages dans un environnement, assis sur les chaises.

Dans les Fig11 et Fig13 il permet de présenter des pictogrammes : le premier indique la distanciation, le second les gestes barrières.

A la fin nous pouvons affirmer que au niveau de l'échelle des plans il semble que le gros plan, le plan moyen et le buste pour les (personnages et les actions), sont les plans essentiels à prendre en considération dans la construction et la réception des sens dans l'image du type (affiche de sensibilisation).

1.2. Les formes :

Dans l'image, le travail sur les formes est très important car elles influencent la lecture et l'interprétation du message visuel.

Nous procédons dans cette partie de notre travail à l'analyse des formes prés-dominantes dans les affiches constituant notre corpus étudié.

Une lecture de ces affiches nous permet de constater que dans toutes ces dernières le cercle est la forme dominante. L'espace encerclé représente un espace de sécurité, une zone où on se trouve en sécurité si on respecte les gestes à faire qui y sont représentés. Le cercle marque dans toutes les images, la sécurité permise par les gestes barrières pour prévenir de la maladie, cela quand il n'est pas barré. Par contre la forme du cercle barré ou marqué par le symbole **X**, désigne le danger et le risque de contagion et de tomber malade, cette forme barrée du cercle est présente dans les figures (1, 5,7) et (8, 10,11) et 13.

L'autre forme présente dans ces images est le rectangulaire utilisé pour indiquer dans l'affiche un espace pour introduire un texte (message linguistique), ainsi que de le mettre en évidence pour attirer l'attention sur les informations développées dans cette espace. Cette mise en évidence du message linguistique va être accentuée par l'utilisation de la couleur, exemple des figures : 1, 2, 3, 4, 5,6 (attire sur le thème de l'image), ainsi que (7, 9,11 et 13).

Nous rajoutons, que dans toutes les figures il s'agit du rectangle horizontal qui vient dans une perspective optique en contre poids avec la forme de l'affiche, qui se présente qu'en à elle sous forme de rectangle verticale. Ce qui donne un effet paisible pour l'œil et donc une appréciation plus claire et plus facile des messages disposés dans l'espace marqué dans l'image par la forme rectangulaire horizontale.

1.3. Les couleurs :

Dans cette dernière partie de notre étude portant sur le plan plastique de l'expression des images (affiches de sensibilisation de la covidN19), nous nous intéressons à un élément de prime importance dans la construction et la perception du message visuel qui est la couleur. Comme pour la forme l'utilisation de ces matériaux plastiques est très importante car elle permet une perception et une mémorisation plus facile du message et provoque des sensations chez le récepteur.

affiche	Couleur de fond	Couleur dominante	Signification connoté
Fig. 1	Blanc	Marron (couleur ternaire)	Porté sur le côté vestimentaire des personnages, représente : la nature africaine /une appartenance à un pays, un continent (l'Afrique)
Fig2	Ocre rouge	Blanc et ocre rouge (couleur primaire)	-Le blanc crée un effet de contraste avec le rouge ocre et marque une zone de sécurité et de paix -Le rouge ocre s'apparente à la terre il signifié la rassurance.
Fig3	Bleu	Rouge ocre et blanc	-l'assurance et la sécurité : signifié qu'on peut se faire dépister en toute sécurité
Fig4	Blanc Arrière-plan bleu très claire	Bleu et rouge (couleur primaire)	-Se réfère à la couleur du drapeau français. -Le bleu dans le ton foncé dégage la confiance et la sécurité : la confiance accorder à l'efficacité du lavage des mains comme mesures d'hygiène et de sécurité qui prévient de la transmission du virus.

			<p>-La ligne rouge qui se termine sous forme de flèche focalise le regard sur l'action de lavage des mains car le rouge (couleur chaude) à un effet saisissant c'est la couleur la plus dynamique à fort potentiel d'action</p>
Fig5	Blanc Arrière-plan jaune très claire	Bleu et rouge (Couleur primaire)	<p>-Se réfère aux couleurs du drapeau français et marque une appartenance à une société (un pays)</p> <p>-Le bleu dégage la confiance et la sécurité inspiré par l'efficacité de la prévention à travers le port du masque.</p> <p>-Le rouge focalise et attire le regard sur l'action et les étapes à suivre pour bien mettre le masque ; il signifie aussi l'interdiction de le touché.</p> <p>-Le texte écrit en rouge lui donne plus d'impact.</p>
Fig6	Blanc Arrière-plan : rouge très claire	Bleu et rouge	<p>-référence aux couleurs du drapeau français.</p> <p>-le bleu, signifie la sécurité que procure le port du masque.</p> <p>-le cercle en bleu marque les limites de la zone de sécurité représentée à l'intérieur par le blanc</p> <p>-le rouge comme couleur chaude et dynamique attire sur l'action du port du masque et son importance dans la protection.</p> <p>-en arrière-plan le rouge représente le danger du virus.</p>
Fig7	Blanc Arrière-plan : rouge très claire	Bleu et rouge	<p>-référence aux couleurs du drapeau français.</p> <p>-la sécurité et la confiance sont exprimées par le bleu.</p> <p>Les lignes bleues foncés encadrants les images sur fond blanc marquent la fin de la zone de sécurité.</p>

			-la couleur rouge du virus en arrière-plan signifie le danger. Elle exprime aussi l'interdiction par son utilisation pour barrer les deux représentations des gestes à ne pas faire
Fig8	Blanc	Bleu et ocre rouge	-Le bleu signifie la confiance. Utiliser comme couleur de fond pour les cadres supports des représentations, il représente une zone de sécurité dans laquelle on se trouve en respectant les gestes et les réflexes qui sont indiqués, à l'exception des deux derniers gestes à éviter (marquer par le symbole x en rouge qui signifie l'interdiction) - le rouge ocre signifie la nature, la confiance
Fig9	Blanc	Bleu (primaire) Vert (secondaire)	-le bleu signifie ici la sécurité que procure une bonne hygiène des mains. -la confiance à avoir en les gestes barrières comme moyen efficace de la prévention de la maladie, parmi lesquels le lavage des mains reste le plus important -le vert aussi inspire la confiance mais en lui rajoutant un autre sens celui de « la concentration », son utilisation vise à attirer l'attention et se concentrer sur les étapes à suivre pour une bonne hygiène des mains, qui permettra de se protéger de la maladie
Fig10	Blanc	Bleu / turquoise	-le bleu signifie la sécurité et la confiance relatives aux gestes préventifs indiqués. -le turquoise signifie le besoin de changement, un changement d'habitudes et de mœurs dans notre rapport au port du masque, et la bonne manière de le porter.

Fig11	Blanc Arrière- plan : vert très clair	Turquoise Bleu Rouge	-Le turquoise domine, il clôt les limites des représentations des gestes barrières c'est aussi la couleur de la bavette et de l'eau qui coule. il signifie la sécurité et le changement d'habitude à adopter pour se prévenir de la maladie. -le rouge représente l'interdiction et le danger de la maladie.
Fig12	Coloré	Bleu rouge	-le bleu signifie la sécurité, les gestes qui sauvent. par contre le rouge signifie : la maladie ; la contamination et le danger.
Fig13	Vert	Noir rouge	- le noir est utilisée pour les pictogrammes (personnages, lieux, et actions) il crée un effet de contraste avec le vert couleur de fond de l'image) ce qui met en évidence les représentations. Le vert, couleur de fond signifie l'infortune, le malheur provoqué par la maladie. -le rouge signifie le danger et l'interdiction. -l'assemblage de ces couleurs indique le danger et l'insécurité que provoque la propagation de cette maladie.

Tableau n°6 : étude des couleurs

Interprétation :

La lecture de ce tableau relatif aux couleurs et à leurs significations dans les images composantes notre corpus, fait ressortir les résultats qui nous permettent d'affirmer que :

-L'utilisation des couleurs dans ces images n'est pas intense, les affiches ne sont pas très colorées.

Nous observons l'utilisation de trois couleurs au maximum.

-les deux couleurs dominantes dans ces affiches sont : le bleu et le rouge avec toutes leurs nuances, mais à part le cas des figures 1 et 13.

- le bleu et le rouge ocre dans la fig2 sont le signe de la sécurité du fait de la prévention de la maladie, quant à la couleur rouge elle est signe de la maladie et du danger qui résulte de sa propagation.

-l'utilisation des couleurs n'est pas très connotée, elle oriente plus vers la lecture du premier sens de l'image (le sens dénoté).

-l'occurrence de l'utilisation de certaines couleurs permet après analyse de distinguer l'aspect socioculturel de ces images et une certaine (marque de fabrique), permettant de les classer en fonction de leurs provenances :

Fig4 /fig5/fig6/fig7+fig11 provenance France

Fig2/fig3+fig8/fig9/fig10 provenance Belgique

Fig1 provenance l'Afrique

2- Le plan iconique :

Nous tenons tout d'abord à préciser que les techniques de représentation utilisées dans les images étudiées sont le dessin et les pictogrammes dans les figures :(3 et 11).

Vu la spécificité de ce type d'images (l'affiche) et sa fonction de communication visant la sensibilisation, les représentations iconiques au sein de ces dernières sont restreintes. Elles représentent essentiellement : des personnages, une partie du corps en occurrence les mains, ou peu d'objets se référant à la sécurité et la prévention de la maladie tel : la bavette, l'eau, le savon, le papier mouchoir, et le pagne à poubelle exemples dans figures :(1, 5, 8).

Pour ces raisons nous avons estimé qu'il n'était pas important de ressasser les différentes représentations iconiques présentes dans les affiches. Par contre nous allons nous intéresser à l'analyse et l'explication du degré d'iconicité de ces images, le sens a lui attribué en fonction de notre question de recherche.

Une observation à effet de loupe sur ces représentations iconiques nous permet d'avancer que le degré d'iconicité de ces dernières est faible, les représentations des personnages sont à un niveau élémentaire de représentativité sauf le cas de la figure1.

A vrai dire les personnages sont représentés de façon à ne pas laisser transparaître les détails et les traits du visage distinctif de la personnalité, l'âge, la race, le caractère ...etc. des personnages.

On remarque que le seul trait distinctif apparent est celui du sexe (homme /femme) indiqué par la longueur des cheveux, phénomène observable dans les figures : (1, 5,8) et 10.

C'est dans les figures : (6,7,10) que le niveau d'iconicité est le plus faible, les personnages sont représentés sous forme de silhouette (lignes générales).

Nous pouvons alors affirmer que les représentations iconiques dans les affiches sujet de notre étude, perdent de leur iconicité au profit de leur fonction communicative (information /sensibilisation).

Par ailleurs nous rajoutons que cette faiblesse d'iconicité tend à la standardisation des représentations des sujets ; aux quels tous les récepteurs de l'image peuvent s'identifier et par-delà atteindre un plus large public et inspirer à rendre universel le message véhiculé à travers ces affiches de sensibilisation.

3- le plan linguistique :

Même si l'image occupe une place prépondérante dans la communication visuelle, le côté linguistique n'est pas à négliger. Le texte qui accompagne l'image reste un élément déterminant dans l'interprétation de cette dernière qui se caractérise par sa polysémie.

En effet le message linguistique permet de canaliser et d'orienter la lecture de l'image vers la signification exacte qu'on veut lui donner.

Nous nous proposons dans cette dernière partie de notre travail d'analyse, porter sur les affiches de sensibilisation en vers la covid19, d'étudier le message linguistique.

Pour le faire nous optons pour l'analyse énonciative en analyse du discours selon l'approche d'Emile Benveniste.

Selon une visée pragmatique le texte comme le discours se définit comme, l'utilisation d'énoncés dans leurs combinaisons pour accomplir des actes sociaux.

Le discours rempli trois fonctions :

- une fonction propositionnelle (ce qui est dit)
- une fonction illocutoire : ordonner, accuser, demander,...etc.
- une fonction perlocutoire (le but visé) : agir ou chercher à agir.

Nous allons pour analyser notre corpus élaboré un tableau qui met en rapport relationnel l'énonciation aux fonctions du discours.

Remarque :

-Pour les marqueurs de l'énonciation nous nous contenterons de travailler sur les marqueurs grammaticaux

-pour la fonction propositionnelle ne reporterons qu'une partie segmentée de l'énoncé.

Affiche	Marqueurs d'énonciation	Fonctions du discours (actes)			L'interprétation
		Fonction propositionnelle	Fonction Illocutoire	Fonction perlocutoire	
Fig1	Pronom Personnel : je /j' Déterminants : Mes/ mon/me	« <u>je</u> limite <u>mes</u> contacts... » « <u>je me</u> lave... » « <u>je</u> tousse... » « <u>je</u> ne serre pas les mains.. » « <u>Je</u> _____ n'embrasse <u>pas</u> ... » « <u>Je</u> <u>ne</u> <u>rands</u> <u>pas</u> visite... »	Conseiller interdire	Chercher à agir	L'utilisation du pronom personnel « je » marque l'implication de l'énonciateur dans son discours. En utilisant « je » à la place du « tu » le destinataire implique implicitement le destinataire en mettant l'accent sur ce dernier (fonction conative du langage).
Fig2	Pronom Personnel : « vous »+présent atemporel (présent de l'énonciation)	« malade/porteur restez chez <u>vous</u> » « pour être bien ensemble <u>respectons</u> les gestes... »	Ordonner	Agir	L'impératif comme temps verbal utilisé marque l'ordre. Destinataire et destinataire son présent dans l'énonciation par le bée de l'utilisation

					des pronoms personnel « vous » indiquant le destinataire et l'utilisation du présent a la première personne du pluriel « nous » qui laisse apparaître une présence explicite de l'énonciateur
Fig3	Pronom personnel : « nous »	Pour être bien ensemble testons- <u>nous</u> régulièrement	Conseiller	Agir	Implication dans l'énonciation du destinataire par l'utilisation du pronom personnel « nous » à la place du « vous » tout en mettant l'accent le destinataire impliquer par l'initiateur implicitement.
Fig4	Pronom personnel : «vous »	« frottez- les mains... » « Lavez le dos ... »	Conseiller/ prescrire	Chercher à agir	Implique le destinataire seul ne marque pas sa présence, il prend une certaine

		« lavez entre les doigts... »			distance par rapport à l'énonciation
Fig5	Pronom personnel : «nous »	« Porter un masque pour mieux <u>nous</u> protéger »	Conseiller	Chercher à agir	Implication du destinataire qui introduit son destinataire en utilisons le pronom personnel « nous »
Fig6	Présent atemporel (présent de l'énonciation)	« ensemble faisons bloc contre la maladie »	Ordonner	Agir	Agir sur son destinataire en l'impliquant implicitement par une implication clair de l'énonciateur.
Fig7	Pronom personnel : «nous »	« protégeons- <u>nous</u> Les un les autre »	conseiller	Chercher à agir	Par sa présence explicite dans son discours l'énonciateur attire son destinataire dans le processus d'énonciation (fonction conative du langage) « Jakobson »

Fig8	<p>Pronom personnel : «vous »</p> <p>Déterminant : « votre »</p>	<p>« l’avez-<u>vous</u> les mains... »</p> <p>« utilisez <u>votre</u> mouchoir... »</p>	Conseiller /prescrire	Chercher à agir	Implication directe dans le discours du destinataire par l’énonciateur qui prend de la distance par rapport à l’énonciation
Fig9	Absentes	–	prescription	Chercher à agir	Enonciation limpide comme l’appel Benveniste (absence d’aucune intervention du locuteur dans le discours.
Fig10	<p>Pronom personnel : «vous »</p> <p>Déterminant : « votre »</p>	<p>« ...et l’avez-<u>vous</u> soigneusement... »</p> <p>Posez le masque par –dessus <u>votre</u> nez et <u>votre</u> bouche ... »</p>	Conseiller/ Prescrire	Chercher à agir	<p>Absence de l’énonciateur et implication explicite de son destinataire ;</p> <p>Prise de distance du destinateur par rapport au discours</p>
Fig11	<p>Pronom personnel : «vous »</p> <p>Déterminant : « votre »</p>	<p>« évitez de vous de <u>vous</u> toucher le visage... »</p> <p>« L’avez-<u>vous</u> les mains... »</p>	Prescrire/ Conseiller	Chercher à Agir	Absence de l’énonciateur et implication explicite de son destinataire par l’utilisation du

	« votre »/ « vos »	« toussiez et éternuez dans <u>vo</u> tre coude... » « limitez <u>vos</u> déplacements... »			pronom personnel « vous » et des déterminants possessifs « votre » « vos ». -Mettre l'accent sur le destinataire.
Fig12	Déterminant : « votre »	« pendant votre voyage... » « ...dans les 14 jours suivant votre Retour. »	Conseiller	Chercher à Agir	Absence de l'énonciateur et implication directe de son destinataire par l'utilisation du déterminants possessifs « votre » pour mettre l'accent sur la fonction conative du langage.
Fig13	Pronom personnel : «vous » Déterminant :	« Toussez ou éternuez dans le creux de <u>vo</u> tre coude... » -« l'avez- <u>vous</u> les mains fréquemment »	Conseiller	Chercher à Agir	Absence de l'énonciateur et implication explicite de son destinataire par l'utilisation du pronom personnel

	« votre »/ « vos »	« ne touchez pas <u>vos</u> yeux, votre nez... »	interdire	« vous » et des déterminants possessifs « votre » « vos ». -Distance prise par l'énonciateur par rapport à ce qu'il avance.
--	-----------------------	---	-----------	--

Tableau n°7 : étude du discours

Synthèse des interprétations :

L'analyse discursive du message linguistique des affiches de sensibilisation envers la maladie de la covid19 nous permet de dégager la spécificité de ce type particulier de discours, qui se caractérise par ces fonctions illocutoires qui viennent en réponse à nos attentes de la communication à travers ce media qui est l'affiche.

La fonction illocutoire du discours marque le conseil qui est l'acte le plus accompli par ce type de discours, car la sensibilisation passe mieux par le conseil que par l'ordre. En plus du conseil, la prescription permet d'exprimer et de donner les bonnes réflexes à suivre pour se prévenir de la maladie, à ces deux actes vient s'ajouter l'interdiction qui marque les mauvaises habitudes qui sont à éviter.

Nous retenons ici que la fonction illocutoire de conseiller introduit la fonction perlocutoire de rechercher à agir. Par contre l'ordre introduit la fonction d'agir, cas des figures :(2 et 5).

L'énonciateur peut intervenir dans le discours comme il peut être absent tout en attirant le destinataire dans l'énonciation. Cette intervention ou absence marque un choix et une distanciation recherchée.

Conclusion :

Pour conclure nous disons que l'analyse sémiotique et discursive opérée sur notre corpus d'affiches de sensibilisation envers la covid19, selon la méthode d'analyse sémiotique de l'image fixe de M. Joly et en analyse du discours de E. Benveniste, est fructueuse et nous a permis d'obtenir des résultats qui viennent affirmer notre hypothèse de travail émise dès le départ en réponse à notre problématique posée.

Conclusion générale

Conclusion générale :

Nous voilà enfin arriver à la fin de notre étude après un parcours aussi émouvant et enrichissant intellectuellement que périlleux.

Dans cette étude qui se voulait pertinente, riche et rigoureuse, nous avons laissé libre court à notre esprit analytique et critique de s'essayer à cette nouvelle expérience intellectuelle qui est la rédaction d'un écrit académique.

Nous avons dès le départ élaboré un schéma de réflexion à suivre, qui nous permettra de mener à bien cette étude.

Portant sur le thème de « l'étude sémiotique et discursive de l'affiche de prévention, cas du covid19 » et appliquée à un échantillon de corpus soigneusement choisi composé d'affiches multinationales de prévention de la maladie de la covid19, Notre étude vient s'imposer comme réponse à la question de notre problématique formulée sur le degré d'universalité caractérisant le message transmis par ces images. Pour y répondre nous avons postulé que : par un travail de simplification et de standardisation des représentations, les émetteurs de ces affiches chercheraient à canaliser l'interprétions du récepteur sur le sens premier du message (sens dénoté).

Ce travail de standardisation des représentations dans l'image, chercherait à déminer la charge sémantique du message qui se veut universel.

Pour pouvoir obtenir des résultats interprétables, fiables et représentatifs, nous avons soumis notre corpus à une analyse mixte associant l'analyse sémiotique (appliquée au deux plans de l'expression de l'image : plan plastique et plan iconique), à l'analyse du discours utilisé pour analyser le message linguistique.

Notre analyse des affiches a permis de faire ressortir les résultats suivants :

Sur le plan plastique de l'expression de ces images.

- L'utilisation du plein page dans le contenu développé dans les images.
- Existence de deux types d'affiches : monocadre et polycadres.

- L'utilisation du cadre exprime différentes significations comme : l'obligation, l'interdiction et la chronologie.
- La disposition des cadres dans l'image peut être verticale ou horizontale en fonction d'un choix opéré par l'émetteur.
- L'utilisation en position verticale ou horizontale des cadres oriente la lecture de l'image : de haut en bas (verticale), de gauche à droite (disposition horizontale).
- Les cadres sont utilisés dans l'image pour représenter : des actions, des personnages, des lieux ou des séquences temporelles.
- Le cadre permet de mettre en évidence les éléments encadrés.
- L'utilisation du plein page attire l'attention du récepteur et met en valeur les informations et les messages véhiculés par l'image.
- La disposition des cadres dans l'image peut être verticale, horizontale ou mixte, elle oriente la lecture de l'image le cas présent : lecture en **Z**.
- Les cadres sont de formes différentes : cercle, carrée et quelque fois rectangulaire. Prédominance de l'utilisation, dans notre corpus, du cercle qui représente la perfection ou l'interdiction.
- L'utilisation des cadres marque une synchronisation dans l'espace.
- Le cadre marque aussi la chronologie.
- La représentation de la conception des cadres peut être signe d'appartenance à une société (empreinte socioculturelle).
- Le rectangulaire verticale comme format est attractif il facilite la perception de l'image et permet d'économiser de l'espace interne de l'affiche.
- La forme du rectangulaire verticale correspond le mieux à l'affiche parce qu'il permet une disposition plus importante des cadres dans l'image, il permet aussi d'économiser l'espace extérieur de l'affiche, alors elle possède une plus large diffusion et au-delà une plus importance sensibilisation.
- Au niveau de l'échelle des plans nous remarquons que l'utilisation des plans variés d'une image à l'autre en fonction de ce qui est représenté dans cette dernière.
- Toutes les affiches se partagent l'utilisation du gros plan qui correspond le mieux à ce type d'image.

- L'utilisation du gros plan met en valeur les deux éléments clés de la protection qui sont : l'hygiène des mains et le port du masque.
- L'utilisation du plan buste pour mettre en évidence les personnages ou les sujets de l'image, il permet aussi de focaliser sur les actions à éviter (geste de protection).
Le plan buste est aussi utilisé pour exprimer des interdictions.
- Le gros plan, le buste et plan moyen sont les plus essentiels à prendre en considération dans la construction et la réception des sens dans ce type d'image (l'affiche).
- Le cercle est la forme dominante dans ces images, l'espace encerclé représente une zone de sécurité.
- Quand le cercle est barré, il signifie le danger et le risque de la maladie.
- Le rectangulaire dans ces affiches représente un espace pour introduire un texte, mis en évidence du langage accentué par l'utilisation de la couleur.
- Le rectangulaire horizontale dans l'image vient dans une perspective optique en contre poids du rectangulaire verticale de la forme de cette dernière ce qui donne un effet paisible pour l'œil et participe à une appréciation claire et facile des messages.
- L'utilisation des couleurs dans ces images n'est pas intense. Les affiches ne sont pas très colorées.
- Utilisation de trois couleurs au maximum.
- Les couleurs les plus dominants sont le bleu et le rouge : le bleu est signe de sécurité, le rouge signe de danger.
- L'utilisation des couleurs n'est pas très connotée elle oriente plus vers le sens premier de l'image.
- Les couleurs marquent un aspect socioculturel dans certains cas de figures.
- La représentation iconique restreinte représente essentiellement des personnages et une partie du corps « les mains ».
- Le degré d'iconicité de ces images est faible, les personnages ne laissent pas transparaître les détails et les traits du visage distinctif du caractère de personnalité, l'âge, la race, le caractère...etc.
- Les représentations iconiques dans ces images perdent leurs iconicités au profit de leur fonction communicative (information / sensibilisation).

- La faiblesse d'iconicité tend à la standardisation des représentations des personnages permet de toucher un plus large public qui s'y identifié. L'image inspire à plus d'universalité.
- Le discours au sein de ces affiches se caractérise par la fonction illocutoire du discours marqué par le conseil est l'acte le plus accompli par ce type de discours.
- La sensibilisation passe mieux par le conseil que par l'ordre.
- L'acte illocutoire d'interdire marque les mauvaises habitudes qui sont à éviter.
- La fonction illocutoire de conseiller introduit comme fonctions perlocutoire le (cherché à agir).

A la lumière de ces résultats obtenus, nous pouvons affirmer que la simplification des messages visuels (plastique, iconique, et linguistiques) n'est pas du fait du hasard, elle est par contre la marque d'un travail recherché et voulu. Cette Simplification des signes visuels au plus bas de son niveau additionné à la standardisation des représentations concourent à faciliter et à canaliser le processus d'interprétation sur le sens dénoté des signes. Donc on insiste sur la lecture linéaire du message (lecture syntagmatique), et delà en vise l'universalité de l'interprétation.

De plus la minimisation de l'aspect socioculturel des images permet l'interprétation d'un sens unique partagé par un large public transcendant les frontières, cela donne un aspect universel à ces affiches (elles sont lues et interprétées de la même façon par tout le monde).

Dans ces affiches on perd l'aspect esthétique de l'image au profit de son aspect fonctionnel (l'information/sensibilisation)

À la fin, nous pouvons dire que tous les résultats obtenus convergent à consolider notre thèse de départ et viennent affirmer notre hypothèse émise.

- **Perspectives ultérieurs :**

Comme perspective ultérieur, nous envisageons pour des études futures d'élargir notre champ d'investigation, pour aller explorer d'autres variantes en analyse sémiotique de l'image fixe au-delà de ceux que nous avons étudiées dans notre présente recherche. Nous essayerons d'élargir notre champ d'étude pour essayer de traiter de la notion de « processus

de sensibilisation » par l'image fixe dans différents médias. De plus discuter la possibilité d'intégration de la sémiotique de l'image dans un processus éducatif (l'enseignement par l'image).

*Références
bibliographiques*

Bibliographie :

- Les ouvrages :

- Barthes.R, Rhétorique de l'image.in communication, n°4,1964.Recherche Sémiologique.
- Byssens.E, la communication et l'articulation linguistique, InMounin .Introduction à la sémiologie .Ed. Minuit, Paris, 1970.
- De Saussure. F, cours de linguistique générale, éd TALANTAKIT Bejaia, 2002
- Eco .Umberto, la structure absente introduction, à la recherche sémiotique, introduction.
- Hénault .Anne, Question de sémiotique. Avant-propos1
- Joannès .Alain, « Communiquer par l'image, valoriser sa communication par la dimension visuelle ». Ed Dunod, 2ème Edition (2008)
 - Joly .M, Introduction à l'Analyse de l'Image, Ed Nathan, 2003
 - Joly .M,« *Analyse de l'image : résistance et fonction* », in Peut –on apprendre à voir ? Paris, l'image et l'Ecole nationale supérieure des beaux –arts, 1999
 - Serre-Floerohein.Dominique : *quand les images vous prennent aux mots*, Ed, organisation universitaire, paris, 1993

- Les dictionnaires et les encyclopédies :

- Le petit Larousse en couleurs, Edition (1982)
- Le Robert, Edition(2014)

-La sitographie :

- <http://www.minsante.cm>
- <http://www.coronavirus.uliege.be>
- <http://www.santépublic.fr>
- <http://www.cohezio.be>
- <http://www.aimaf.asso.fr>
- <http://www.sante.gov.dz>
- <http://www.cchst.ca>

Annexes



Les gestes simples contre le CORONA VIRUS



Je limite mes contacts avec les autres

Je ne serre pas les mains



Je n'embrasse pas



Je ne rends pas visite aux personnes malades



Je ne prête pas ma bouteille ni mon repas



Je me lave les mains avec du savon très souvent



Je peux aussi utiliser un gel/solution désinfectant

Je tousse ou j'éternue

Dans mon coude



Dans un mouchoir



J'utilise un mouchoir une seule fois



Si j'ai de la fièvre, si je tousse, j'appelle un medecin



Si j'ai du mal à respirer



J'appelle rapidement



Si je sors de la maison, je porte mon MASQUE



design by tawip ali@foua.be

figure 01

- La source : <http://www.minsante.cm>

POUR ÊTRE BIEN ENSEMBLE RESPECTONS LES GESTES BARRIÈRES



**PORT DU MASQUE
OBLIGATOIRE**



**DISTANCIATION
SOCIALE**



**HYGIÈNE
DES MAINS**



**MALADE/PORTEUR :
RESTEZ CHEZ VOUS**

Plus d'infos | More information

www.coronavirus.uliege.be



figure 02

- La source : <http://www.coronavirus.uliege.be>

POUR ÊTRE BIEN ENSEMBLE TESTONS-NOUS RÉGULIÈREMENT



ANONYME



VOLONTAIRE

GRATUIT

HEBDOMADAIRE

Plus d'infos | More information

www.coronavirus.uliege.be




figure 03








- La source : <http://www.coronavirus.uliege.be>

COVID-19


ALERTE CORONAVIRUS COMMENT SE LAVER LES MAINS ?


 **30**
secondes

Se laver les mains à l'eau et au savon pendant 30 secondes est la mesure d'hygiène la plus efficace pour prévenir la transmission de tous les virus.

-  Frottez-vous les mains, paume contre paume
-  Lavez le dos des mains
-  Lavez entre les doigts
-  Frottez le dessus des doigts
-  Lavez les pouces
-  Lavez aussi le bout des doigts et les ongles
-  Séchez-vous les mains avec une serviette propre ou à l'air libre

Si vous n'avez pas d'eau et de savon, faites la même chose avec du gel hydro alcoolique.

 **GOUVERNEMENT.FR/INFO-CORONAVIRUS**
(INFORMATION IN FRENCH)

 **0 800 130 000**
(toll-free)

W-0311-001-2003 - 27 mars 2020

figure 04

- La source : <http://www.santepublique.fr>

COVID-19

PORTER UN MASQUE, POUR MIEUX NOUS PROTÉGER



Se laver les mains **avant**
de mettre son masque
et **après** l'avoir retiré



Mettre et enlever
le masque en le prenant
par les lanières



Couvrir le nez
et la bouche



Une fois posé,
ne plus le toucher



Après utilisation, le mettre
dans un sac plastique et le jeter
ou s'il est en tissu, le laver
à 60° pendant 30 min

**Le masque est un moyen de protection complémentaire
qui ne remplace pas les gestes barrières**

W-0315-001-2003 - 30 avril 2020



GOUVERNEMENT.FR/INFO-CORONAVIRUS



0 800 130 000
(appel gratuit)

figure 05

- La source : <http://www.santepublique.fr>



figure 06

- La source : <http://www.santepublique.fr>

INFORMATION CORONAVIRUS **COVID-19**

PROTÉGEONS-NOUS LES UNS LES AUTRES



**Aérer les pièces
le plus souvent possible**



**Respecter une distance
d'au moins deux mètres
avec les autres**



**Porter un masque chirurgical
ou en tissu de catégorie 1 quand
la distance de deux mètres
ne peut pas être respectée**



**Limiter au maximum
ses contacts sociaux**



**Tousser ou éternuer
dans son coude
ou dans un mouchoir**



**Se moucher
dans un mouchoir
à usage unique**



**Se laver régulièrement
les mains ou utiliser
une solution hydro-alcoolique**



**Saluer sans serrer la main
et arrêter les embrassades**



Éviter de se toucher le visage



Utiliser les outils numériques (TousAntiCovid)

 **GOVERNEMENT.FR/INFO-CORONAVIRUS**  **0 800 130 000**
(appel gratuit)

CW-3034-002-2105 - 21 mai 2021

figure 07

- La source : <http://www.santepublique.fr>

Les bons réflexes sur le lieu de travail (Covid-19)



Conservez une **distance de minimum 1,5 mètre**



Préférez l'usage des escaliers à celui de l'ascenseur. Veillez à y scinder la circulation montante et descendante



Portez un **masque facial** partout où la règle de distanciation de 1,5 m ne peut pas être respectée



Prévoyez un **plan de circulation** dans vos couloirs, pour éviter trop de croisements.



Lavez-vous **régulièrement les mains** à l'eau et au savon



Désinfectez **régulièrement les surfaces** les plus fréquemment touchées



Toussez ou éternuez dans un **mouchoir** ou dans le **pli du coude**



Touchez le **moins possible les surfaces communes** avec votre main dominante



Utilisez votre **mouchoir une seule fois** et jetez-le aussitôt dans une **poubelle fermée**



Restez à la **maison** si vous êtes malade



Gardez assez des **chaises libres** pour garder la distance



Évitez les **poignées de main** et les **accolades**



Fermez le **couvercle de la toilette** avant de tirer la chasse d'eau



Évitez de vous **toucher le visage, le nez et les yeux** même quand vous portez un masque

Les informations contenues dans ce document sont basées sur des données scientifiques simplifiées. Il ne prétend pas être exhaustif. Les informations ont été rassemblées selon les meilleures connaissances, sur la base des informations actuellement disponibles auprès des sources suivantes : Guide générique SPF emploi. Cohezio ne peut être tenu responsable des dommages de quelque nature que ce soit résultant de l'utilisation ou de la confiance accordée aux informations contenues dans ce document.

figure 08

- La source : <http://www.cohezio.be>

10 étapes pour une bonne hygiène des mains (Covid-19)

En cas de mains visiblement souillées, d'abord, se laver les mains avant de désinfecter

Nettoyer à l'eau et au savon
FRICIONNER 40 à 60 sec

Désinfecter à l'alcool pour les mains
FRICIONNER 20 à 30 sec



1
Passer les mains sous l'eau



Utiliser suffisamment de savon



1
Mettre l'alcool pour les mains dans le creux de la main



2
Se frotter les paumes l'une contre l'autre



3
Se frotter la paume de chaque main sur le dos de l'autre



4
Se frotter les paumes l'une contre l'autre en croisant les doigts



5
Se frotter l'arrière des doigts contre l'autre paume



6
Se frotter le pouce de chaque main avec la paume de l'autre main



7
Se frotter le bout des doigts de chaque main dans la paume de l'autre main

UNIQUEMENT APRES LAVAGE DES MAINS AVEC SAVON



8
Rincer abondamment pour éliminer tous les résidus de savon



9
Sécher les mains à l'aide d'une serviette en papier jetable



10
Fermer le robinet à l'aide de la serviette usagée. En sortant, tenez la poignée de la porte avec un chiffon jetable

 www.cohezio.be

cohezio 

figure 09

- La source : <http://www.cohezio.be>

Comment mettre correctement votre masque de protection ?



Editeur responsable : Olivier Legrand, Boulevard Bechtoldstræm 1-8, 1000 Bruxelles. Cette édition est protégée par des droits d'auteur et date du 28/04/2020. INF_FR_COM_075 V1



Comment retirer le masque ?



Masques papier ou tissu
(pour la population)

- ✓ Utilisable pendant **maximum 8h**
- ✓ Ne jamais toucher **la face avant**
- ✓ Pour les **masques en papier** : à jeter après utilisation
- ✓ Pour les **masques en tissu** :
 - à laver tous les jours à 60°C
 - ils doivent être bien secs avant l'usage

Masques chirurgicaux
(utilisation professionnelle)

- ✓ Utilisable pendant **maximum 8h**
- ✓ Ne jamais toucher **la face avant**
- ✓ **Ne pas le mettre en poche**
- ✓ À conserver dans un **bac personnel lavable** toujours sur le même côté

Masques FFP2 / FFP3
(secteur hospitalier)

- ✓ Utilisable pendant **maximum 8h**
- ✓ Ne jamais toucher **la face avant**
- ✓ À **enlever rapidement** après tout acte d'assistance respiratoire
- ✓ **Ne pas le mettre en poche**
- ✓ À conserver dans un **bac personnel lavable** toujours sur le même côté

figure 10

- La source : <http://www.cohezio.be>

CORONAVIRUS **POUR SE PROTÉGER** *et protéger les autres :*



Évitez de vous toucher
le visage avec des mains
non lavées



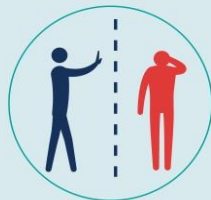
Lavez-vous les mains
aussi souvent que possible
avec du savon ou
du gel hydro-alcoolique



Toussez ou éternuez
dans votre coude,
changez de mouchoirs
à chaque utilisation



Couvrez-vous
la bouche et le nez



Saluez sans se serrer
la main, évitez
les contacts



Limitez vos
déplacements

figure 11

- La source : <http://www.aimaf.asso.fr>

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة الصحة و السكان و إصلاح المستشفيات
المديرية العامة للوقاية و ترقية الصحة

Coronavirus COVID-19

نصائح للمسافرين • CONSEILS AUX VOYAGEURS • TRAVELLERS' ADVICE

أثناء سفرك أو لدى عودتك من الصين، أو من أي منطقة يتواجد فيها الفيروس، يجب عليك :
Pendant votre voyage ou votre retour de Chine, ou d'une région où circule le virus, il est recommandé de :
During your travel or your return from China, or any region where the virus circulates, it is highly recommended to :



إغسل يديك باستمرار بالماء و الصابون أو إستعمل مطهر كحولي.

Se laver fréquemment les mains avec de l'eau et du savon ou utiliser une solution hydro-alcoolique.
wash your hands frequently with soap and water or use an alcohol-based hand rub if your hands are not visibly dirty.



عند السعال، العطس إحرص على تغطية أنفك و فمك بمرفقيك أو بمنديل ورقي و تخلص من المنديل فوراً بعد الإستعمال و اغسل يديك.
Se couvrir la bouche et le nez avec le pli du coude ou un mouchoir en papier en cas de toux ou d'éternuement.
Covering your mouth and nose when coughing and sneezing prevent the spread of germs and viruses.



إذا كنت مصاباً بالحمى (38°)، السعال و صعوبة في التنفس، أثناء سفرك أو خلال الـ 14 يوم من عودتك، إستشر الطبيب فوراً.

En cas de fièvre plus de (38°) de toux et de dyspnée, dans les 14 Jours suivant votre retour,
il est important de consulter un médecin sans tarder.

In case of a fever over (38°), cough and difficulty breathing, during your travel or within 14 days of your return,
it is important to seek medical care without any delay.

للمزيد من المعلومات
Plus d'information
More information

3030

www.sante.gov.dz

Organisation
mondiale de la Santé
Algerie

figure 12

- La source : <http://www.sante.gov.dz>

Prévenir la propagation des infections



Toussez ou éternuez dans le creux de votre coude ou dans un mouchoir en papier.

Jetez les mouchoirs immédiatement après usage.



Ne touchez pas vos yeux, votre nez ou votre bouche.



Lavez-vous les mains fréquemment avec du savon et de l'eau pendant au moins 20 secondes,

en particulier après avoir fréquenté un lieu public, et après vous être mouché, avoir toussé ou éternué.



Nettoyez et désinfectez les surfaces fréquemment touchées,

en particulier en présence d'une personne malade.



Évitez les contacts étroits avec les autres, y compris les poignées de main.

Trouvez une façon de saluer les autres sans qu'il y ait de contact physique.



Gardez une distance d'au moins 2 mètres avec les autres,

dans la mesure du possible.



Restez à la maison si vous êtes malade.

figure 13

- La source : <http://www.cchst.ca>