

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Chadli Bendjedid
Faculté des Lettres et des Langues
Département de Lettres et Langue françaises



MÉMOIRE DE FIN D'ÉTUDE DE MASTER

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

« Sciences du langage »

***Etude sémiotique et comparative des dépliant touristiques
algériens cas de trios (03) villes : Skikda, Souk Ahras (Mdauros) et
Tassili***

Présenté Par : DJEKRIF Azza.

Soutenu le : juillet 2017

Devant le jury composé de :

Directrice de recherche :

Mme Chennouf Zouleikha

Président : Mr Tacherfiout Samir

Université Chadli Bendjedid el-Tarf

Examinatrice : Mm Seridi Houda

Université Chadli Bendjedid el-Tarf

Rapporteur : Mm. Chennouf Zouleikha

Université Chadli Bendjedid el-Tarf

Année universitaire 2016-2017

Dédicace

Je dédie ce travail aux êtres les plus chers à mon cœur, à :

- *Ma chère mère « Hafida », qui a toujours cru en moi et m'a encouragée.*
- *Mon cher père « Ahmed » qui a veillé pour notre bien, qui m'a inculqué l'amour du savoir et qui m'a beaucoup aidée.*
- *Mon adorable époux « Ghoulem Allah Boubekour » qui a été toujours à mes côtés, m'a encouragée et m'a soutenue.*
- *Ma chère nounou « Houria »*
- *Mes très chers frères : Mohamed, Sami et son fils Youssef (youyou).*
- *Mes très chères sœurs : Hanya, KHadidja, Razika, Soumia, Amina, Meryam, Farida, Souad et Nassima.*

ET à toute la famille DJEKRIF.

Remerciements

A l'issue de cette fin d'étude, j'adresse mes remerciements à :

- Dieu, tout puissant, qui m' a donné la santé, la volonté et la patience pour achever ma recherche.*
- A mon encadrante Madame chenouf Zouleikha pour son aide précieux, sa disponibilité et ses conseils.*

Je tiens également à remercier tous ceux qui m'ont aidée de près ou de loin pour mener ce travail à terme.

J'exprime aussi mes vifs remerciements à mon inspecteur Monsieur BOUSALSAL Mostafa qui m'a beaucoup aidée.

Je remercie tous les enseignants de la faculté des lettres et des langues étrangères à Tarf.

Enfin, mes remerciements sont adressés aux membres de jury qui ont bien voulu accepter de lire ce travail et de l'évaluer.

TABLE DES MATIÈRES :

Introduction générale	10-12
------------------------------------	--------------

I. Partie théorique :

Chapitre I : les théories sémiotiques

1- L'étymologie du terme.....	15
2- Histoire de la sémiologie.....	15-19
2-1- En Europe	17-18
2-2- En Amérique.....	18-19
3- Sémiotique ou sémiologie	19-21
4- Les écoles sémiotiques	21-22
4-1- sémiologie de la communication	21-22
4-2- sémiologie de la signification.....	22
5- La sémiologie de l'image	23-27
5-1- Définition de l'image	23-24
5-2 :L'icône selon l'approche peircienne	24-25
5-3- les types de l'image	25-27

Chapitre II : l'analyse de l'image fixe

1- Le compte rendu de l'analyse sémiotique de martine Joly : Marlboro Classics	29-30
2- Les outils de la sémiologie	30-38
2-1-La notion du signe	30-31
2-2- les types de signe	31-36
2-2-1- les signes plastiques	31-35
2-2-1-a-- les signes plastiques spécifiques.....	31-33
2-2-1-b -Les signes plastiques non spécifiques	34-35
2-2-2- les signes iconiques	35
2-2-3- les signes linguistiques	35-36
2-3- la dénotation et la connotation	36
2-3-1- La dénotation	36
2-3-2- La connotation.....	36

2-4- Le rapport Texte / Image.....	37
2-4-1- les fonctions d’encage et de relais	37
2-4-2- Autre relation Texte/ Image	37-38

II. Partie pratique

Chapitre I : à la recherche d’un corpus

1- Présentation du corpus	41
2- Définition du tourisme.....	42
3- La promotion touristique	42-44
4- La collecte de corpus.....	45
5- Présentation de la source	46-47
6- Le classement des dépliants	47

Chapitre II : l’analyse des dépliants

1- Grille d’analyse	49-50
2- L’analyse des dépliants.....	50-104
2-1- l’analyse du dépliant de la ville côtière : Skikda	50-78
2-2- l’analyse du dépliant de la ville du centre : Souk Ahras (Madauros) .	78-95
2-3- l’analyse du dépliant de la ville saharienne : la ville d’Illizi (Tassili) .	95-102
3-Bilant de résultat	103
Conclusion générale.....	106-108
Les références bibliographie.....	110
Annexes	112-128

Résumé

Notre recherche intitulée : Etude sémiotique et comparative des dépliants touristiques de trois (3) villes d'Algérie : Skikda, Souk- Ahras (Mdauros) et Illizi (Tassili), est envisagée dans une perspective sémiologique à la manière de la sémioticienne française Martine Joly. Nous avons tenté d'apporter des éléments de réponse aux questions suivantes : Quelles sont les stratégies communicatives utilisées dans les dépliants touristiques pour promouvoir les lieux touristiques ? Quels rapports entretiennent l'image et le texte dans un dépliant touristique ? Notre étude consiste donc à dévoiler les stratégies de communication qui gouvernent le dépliant sur le plan de l'expression et du contenu en analysant respectivement le message plastique, le message iconique et le message linguistique. Notre analyse a montré que les stratégies de promotion qui sont mises en valeur lors de la présentation d'une ville touristique sont construites autour d'un certain nombre de valeurs : l'histoire, la tradition, l'économie et la culture tout en choisissant la relation textes /image. Le dépliant touristique a d'une part une visé « informative » lorsque il informe le lecteur sur les lieux touristiques ; d'autre part il a une visé « incitative » lorsqu' il les exhorte soit à visiter ses lieux soit à les préserver.

Les mots clés :

Les dépliants, le tourisme, les stratégies de promotion, le message iconique, le message plastique, le message linguistique, la relation texte/ image.

Abstract

Our study, Semiotic and comparative study of the tourist brochures of the three cities of Algeria: Skikda, Souk-Ahras (Mdauros) and Illizi (Tassili), is considered in a semiotic perspective in the manner of the French semiotician Martine Joly. We have tried to answer the following questions: What are the strategies used in tourist brochures to promote tourist places? What is the relationship between image and text in a tourist brochure? Our study therefore consists in unveiling the communication strategies that govern the leaflet in terms of expression and content by analyzing the plastic message, the iconic message and the linguistic message respectively. Our analysis showed that the promotional strategies that are highlighted during the presentation of a tourist city are built around a number of values: history, tradition, economy and culture while choosing The relationship between text and image. The tourist brochure has on the one hand an "informative" aim when it informs the reader about the tourist places; On the other hand it has an "incentive" aim when it exhorts them either to visit its premises or to preserve them.

Keywords :

Leaflets, tourism, promotion strategies, iconic message, plastic message, language message, text / image relationship.

التلخيص:

بحثنا بعنوان: دراسة لمقارنة سيميائية للمطويات السياحية لثلاث (3) مدن جزائرية: سكيكدة، سوق أهراس وإليزي (تاسيلي). وهذا في المنظور السيميائي على طريقة السيميائية الفرنسية مارتين جولي. لقد حاولنا تقديم أجوبة على الأسئلة التالية: ما هي الاستراتيجيات المستخدمة في المطويات السياحية للترويج للأماكن السياحية؟ ما هي العلاقة التي تربط الصورة والنص في المطويات السياحية؟ دراستنا تتضمن الكشف عن استراتيجيات الاتصال التي تحكم في المطويات عن طريق التعبير والمحتوى من خلال تحليل الرسالة البلاستيكية، والوسالة الشهيرة والرسالة اللغوية على التوالي. وقد أظهرت تحليلاتنا أن الاستراتيجيات الترويجية من خلال عرض مدينة سياحية بنيت حول عدد من القيم: التاريخ والتقاليد والاقتصاد والثقافة لذلك اختارنا العلاقة التكاملية بين النص / صورة. المطوية السياحية لديها من جهة "هدف الإعلام" عندما يعلم القارئ عن الأماكن السياحية، من جهة أخرى "التحفيز" عندما يحث على زيارة أو الحفاظ على مدينة ما.

الكلمات المفتاحية:

مطويات، سياحة، واستراتيجيات الترويج، رسالة شهيرة، رسالة بلاستيكية، رسالة لغوية، علاقة النص / الصورة.

Introduction générale

Le secteur du tourisme est l'une des industries clés dans l'économie mondiale. Il connaît une forte croissance dans le monde entier. Selon l'organisation mondiale du tourisme (2014), le nombre des touristes internationaux est passé de 25 millions en 1950 à 1 milliard 87 millions en 2013. Ainsi, le tourisme est en pleine expansion.

Au niveau national, le tourisme algérien essaie, de son côté, de se croître malgré les obstacles. Chaque année, le secteur du tourisme publie d'innombrables écrits touristiques : guides, dépliants et brochures.

Le dépliant touristique est considéré comme un excellent moyen de communication. Ce dépliant a en effet, différents objectifs : lancer un nouveau produit, présenter une entreprise ou un service, etc. Notre mémoire décrit quelques dépliants touristiques de quelques villes algériennes.

Notre recherche qui s'inscrit dans le domaine de la sémiologie est une étude sémiotique et comparative des stratégies de promotion à travers des dépliants touristiques de trois (3) villes d'Algérie : Souk-Ahras (Mdauros), Illisi (Tassili), et Skikda. Elle est envisagée dans une perspective sémiotique.

Nous avons choisi ce thème pour les raisons suivantes. En premier lieu, tout ce qui est sémiotique nous intéresse. En second lieu, le dépliant, par rapport au guide et à la brochure est moins volumineux et plus simple pour n'importe quel lecteur. Il est donc plus pratique pour connaître les lieux touristiques. En dernier lieu, ce genre d'étude demeure rare en Algérie.

Notre recherche a deux objectifs fondamentaux. D'une part, notre mémoire enrichit d'une manière ou d'une autre le domaine de la sémiotique qui semble un peu délaissé vu sa difficulté. D'autre part, notre étude peut aider les promoteurs du tourisme dans la conception des dépliants.

Problématique et hypothèses :

Notre problématique contient deux questions :

1. Quelles sont les stratégies communicatives utilisées dans les dépliants touristiques pour promouvoir les lieux touristiques ?
2. Quels rapports entretiennent l'image et le texte dans un dépliant touristique ?

Pour y répondre nous allons proposer les hypothèses suivantes :

- La première hypothèse suppose que telle l'affiche publicitaire, le choix de l'image (les couleurs, les icônes, etc.) et celui du texte qui l'accompagne dans un dépliant touristique seraient des stratégies pour inciter les touristes à visiter le lieu touristique qu'on veut promouvoir.
- La deuxième hypothèse suppose que l'image serait capable d'exprimer le code linguistique, en se référant à un autre code. C'est-à-dire, l'image peut présenter certains éléments qui appartiennent au message linguistique lui-même et correspondent plus ou moins directement au contenu partiel ou entier du texte qu'elle accompagne.

Notre travail de fin d'étude tente de fournir des réponses aux questions posées dans la problématique. Ces réponses vont confirmer ou infirmer ces hypothèses.

Notre mémoire va essayer d'éclairer les relations entre les parties constitutives de ce mode touristiques qui est le dépliant touristique.

Méthodologie :

Nous avons étudié ces dépliants touristiques à la manière de la sémiologue Martine Joly puisque sa méthode d'analyse de l'image fixe nous semble la plus efficace, claire, méthodique et la plus globalisante pour ressortir la richesse de l'image en terme de signification. Dans cette perspective nous avons choisi une grille inspirée bien sûr de celle de Martine Joly.

Notre travail comporte deux grandes parties : théorique et pratique.

Introduction générale

Dans la partie théorique, nous définissons des concepts sémiologiques susceptibles de nous orienter dans notre recherche.

Dans la partie pratique, nous appliquons ces concepts afin de répondre aux questions posées dans la problématique.

Notre recherche est fondée sur l'observation et l'étude comparative de trois dépliants touristiques des différentes villes : (Skikda, Souk Aharass et Illisi). Nous tentons alors d'analyser ces dépliants afin de dévoiler leurs spécificités.

partie
théorique

chapitre I

les théories sémiotiques

Introduction :

Les dépliants touristiques s'inscrivent dans le domaine de la sémiologie puisqu'ils contiennent des images que nous ne pouvons pas analyser hors ce domaine. C'est pourquoi la relation d'inclusion entre les dépliants touristiques et la discipline "mère" qui est la sémiologie est une vérité que nul ne peut nier. De ce fait, nous ne pouvons pas traiter les dépliants touristiques sans entamer notre travail par un aperçu sur cette discipline. Ce chapitre comprend donc l'étymologie de cette discipline, son histoire, ses écoles, ses approches, etc.

1 –Étymologie du terme :

Le terme «sémiologie» peut être défini comme la théorie ou la *science des signes* (du grec *séméion* qui veut dire «signe» et de -log du grec *-logia* «théorie», de *logos* qui signifie «discours», par extension «logos» signifie «science»). Nous pouvons donc dire que la sémiologie « est une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale ».¹

Dans cette étude des systèmes de signes, nous avons un autre terme concurrent à celui de sémiologie et qui est la sémiotique (traduit du grec " sémiotike", « observation des symptômes »²

Le terme de sémiologie peut remonter jusqu'à l'Antiquité grecque où se trouve une discipline médicale qui vise à interpréter les symptômes par lesquels se manifestent les différentes maladies (la sémiologie ou symptomatologie).

2-L'histoire de la sémiologie :

Un feed-back sur l'historique du courant nous est dicté par le fait que le lecteur est en droit d'espérer une réponse à la question : « Comment tout cela a-t-il commencé ? » à propos de cette discipline qui semble être impénétrable en dépit des multiples publications sémiotiques. Nous avouons qu'il nous a été difficile d'établir avec

¹. Ferdinand de Saussure in Cours de la sémiologie générale de Med Salah Chahad pages : 2 -3.

². Cours de la sémiologie générale. Dr Med Salah Chahad page 6

précision l'histoire de la sémiologie parce qu'elle se confond ; on le comprend aisément ; à celle de ce qu'on a par la suite appelé « la linguistique » et irrésistiblement à celle de la philosophie classique, car même si les appellations des matières ici évoquées (philosophie, linguistique, sémiotique) diffèrent, le contenu sémantique et idéologique reste le même. D'où le désarroi dans lequel se trouve

L'analyste. Par conséquent, nous nous sommes retrouvées devant la difficulté de différencier la sémiotique d'autres disciplines.

Il semble que, dans le domaine de la philosophie, la problématique du signe apparaisse formellement en Occident chez les Stoïciens (III^e siècle av. J.-C.) dans la théorie du syllogisme comme reliant le mot à la chose (entité physique, événement, action).

Le philosophe John Locke (1632-1704) est le premier qui a utilisé le terme de sémiotique (*sémiotikè*) au sens de «connaissance des signes» et à envisager l'importance pour la compréhension du rapport de l'homme au monde de ce domaine d'étude.

Les vocables de «sémiologie» et de «sémiotique» sont souvent aujourd'hui employés indifféremment dans un grand nombre de situations. Toutefois, en janvier 1969, le comité international qui a fondé l'«Association internationale de sémiotique» a accepté le terme de «sémiotique» comme celui recouvrant toutes les acceptions de ces deux vocables, sans toutefois exclure l'emploi de «sémiologie». En France, le terme de «sémiotique» est le plus souvent employé dans le sens de «sémiotique générale», alors que l'emploi du terme «sémiologie» renvoie tout à la fois à des sémiotiques spécifiques (par exemple, la sémiologie de l'image envisagée comme théorie de la signification de l'image) et à leurs applications pratiques (la sémiologie de l'image comme analyse de documents utilisant les moyens de la sémiotique). Cependant, si ces deux termes ont la même origine étymologique (le vocable grec *séméion*), ils renvoient à des traditions scientifiques différentes. Bien que la réflexion sur les signes et la signification a été envisagée à différentes époques de l'histoire, nous pouvons considérer que l'apparition de la sémiologie moderne remonte à la

période couvrant la fin du siècle passé et le début de celui-ci avec les travaux, menés indépendamment, de Ferdinand de Saussure à Genève et de Charles Sanders Peirce en Amérique.

2-1- En Europe

Le terme «sémiologie» se rattache à la tradition du linguiste genevois Ferdinand de Saussure (1857-1913) qui en a indiqué le champ possible au début du siècle dans son *Cours de Linguistique Générale* édité en 1916 :

«La langue est un système de signes exprimant des idées, et par là, comparable à l'écriture, à l'alphabet des sourds-muets, aux formes de politesse, aux signaux militaires, etc. Elle est seulement le plus important de ces systèmes. On peut concevoir *une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale* ; [...] nous la nommerons sémiologie [...]. Elle nous apprendrait en quoi consistent les signes, quelles lois les régissent. Puisqu'elle n'existe pas encore, on ne peut dire ce qu'elle sera; mais elle a droit à l'existence, sa place est déterminée d'avance. La linguistique n'est qu'une partie de cette science générale, les lois que découvrira la sémiologie seront applicables à la linguistique [...] La tâche du linguiste est de définir ce qui fait de la langue un système spécial dans l'ensemble des faits sémiologiques»¹.

Cette citation fondatrice montre que Saussure a proposé une nouvelle science en projet. Il a montré ses fondements et ses principes mais il n'a pas fait réellement des analyses sémiologiques. Il a donc lancé une recherche à entreprendre.

Roland Barthes a, d'autre part, œuvré à l'élargissement du champ de la linguistique (limité historiquement à la phrase) à l'étude des grands types de productions textuelles: sémiotique discursive (du discours), et en particulier sémiotique narrative (du récit):

«La sémiologie est peut-être appelée à s'absorber dans une *trans-linguistique*, dont la matière serait tantôt le mythe, le récit, l'article de presse, bref tous les ensembles signifiants dont la substance première est le langage articulé, tantôt les objets de notre civilisation, pour autant qu'ils sont parlés (à travers la presse, le prospectus, l'interview, la conversation et peut-être même le langage intérieur, d'ordre fantasmatique). [...] nous

¹. Ferdinand de SAUSSURE, *Cours de linguistique générale*, Payot, 1916, p. 33-34. Synthèse éditée par ses élèves C. Bally et A. Sechehaye à partir des notes du cours donné entre 1906 et 1911 à l'université de Genève.

espérons élargir peu à peu l'étude des communications de masse, rejoindre d'autres recherches, contribuer avec elles à développer une analyse générale de l'intelligible humain»¹

Nous voyons que Barthes, en mettant en œuvre le programme dont Saussure n'avait fait que poser le principe, s'inscrit en continuateur de l'œuvre de celui-ci. C'est ainsi que, dans cette conception, la sémiologie apparaît comme une science qui vise à comprendre la manière dont s'élabore la signification. Ce champ d'étude concerne la totalité des productions sociales (objets de consommations, modes, rituels, etc.), en particulier celles qui sont véhiculées par les systèmes de communication de masse. Dans cette perspective, l'homme est considéré dans son environnement social et non comme un simple émetteur ou récepteur coupé du monde. Cependant, Barthes, à la différence de Saussure, réaffirme le primat de la langue et considère que la sémiologie doit être dans la dépendance de la linguistique.

Nous pouvons donc considérer que les héritiers de F. de Saussure se divisent schématiquement en deux groupes: le premier, d'orientation restrictive «Sémiologie de la communication», ne s'applique qu'à analyser certains faits culturels, alors que le second, d'orientation extensive, vise à décrire et expliciter les phénomènes relatifs à la circulation de l'information dans les sociétés humaines.

Notons que la sémiotique et la sémiologie concernent donc l'«*univers du sens*» qui peut être opposé à l'«*univers du signal*» (neuro-physiologie, cybernétique). On pourrait montrer, toutefois, que le premier repose sur le second.²

2-2- En Amérique

2-2- En Amérique

Pour le philosophe et scientifique américain Charles Sanders Peirce (1839-1914), la sémiotique est un autre nom de la logique: «la doctrine formelle des signes». Son

¹ . Roland Barthes in *cours de sémiologie générale*. Dr Mohamed Salah CHEHAD. Page 75

² . *Approche Sémiologique* Jean-Claude Domenjoz. Ecole des arts décoratifs

projet consiste à décrire de manière formelle les mécanismes de production de la signification et à établir une classification des signes.

Le philosophe n'a pas écrit d'ouvrages spécifiques sur ce sujet. Sa pensée nous est donnée par une multitude de textes (articles, lettres, conférences) rédigés à différentes époques (dès 1867). Ses écrits n'ont été rassemblés et publiés qu'à partir de 1931.

Peirce liait la sémiotique au domaine de la logique dont il avait contribué au développement (méthode des tables de vérité du calcul des propositions notamment). Dans cette perspective, la sémiotique peut être définie comme la *théorie générale des signes et de leur articulation dans la pensée*. En effet, selon l'approche peircienne, la sémiotique est envisagée comme une philosophie de la représentation:

« [...] je suis, autant que je sache, un pionnier ou plutôt un défricheur de forêts, dont la tâche de dégager et d'ouvrir des chemins dans ce que j'appelle la *sémiotique*, c'est-à-dire la doctrine de la nature essentielle et des variétés fondamentales de semiosis [le procès du signe] possibles [...]»¹

3 : Sémiotique ou sémiologie ?

Ces deux termes sont synonymes. L'un et l'autre ont pour objet l'étude des signes et des systèmes de signification.

La Sémiologie(ou science des signes), renvoie davantage à Saussure (1857-1913), qui avait prévu que la linguistique ne serait qu'un département d'une science, beaucoup plus générale des signes, qu'il appelait précisément la sémiologie. Elle renvoie aussi à Barthes, à Metz et de façon plus générale à la tradition européenne où les sciences dites humaines restent plus au moins attachées aux mouvements littéraires, esthétiques et philosophiques.

Sémiotique renvoie à Peirce (traduit du grec *semiotike*, « observation des symptômes »).il la définit comme : « une science générale de signe »². Elle renvoie

¹ Charles S., Peirce in *Charles Sanders PEIRCE, Ecrits sur le signe*, Paris, Seuil, 1978, p. 135 (vers 1906).

² . Charles S., Peirce in *cours de la sémiologie générale* : Mr Mohamed Salah Chahd page 6

aussi Morris et plus généralement à une tradition anglo-saxonne marquée par la logique.

Les deux termes rappellent respectivement Peirce et Saussure, ils définissent en réalité deux courants qui jusqu'à certaines limites convergent dans la mesure où ils se proposent d'élucider un même objet " *le signe*" dans les diverses formes qu'il peut revêtir. Mais très tôt, des nuances, voire des divergences, ont fait surface et ont élargi le clivage entre les deux savoirs.

Néanmoins la Sémiologie et la sémiotique peuvent avoir des points de différence.

La sémiologie est une discipline récente, elle est considérée comme l'une des sciences humaines. Si le logicien américain C.S.Peirce et le linguiste suisse F. De Saussure ont élaboré cette science au début de XXème siècle, elle ne s'est institutionnalisée qu'à partir des années 1960.

Saussure la définit comme la science qui étudie « *la vie des signes au sein de la vie sociale* »¹.

Pour lui, « *elle nous apprendrait en quoi consistent les signes, quelles lois les régissent* »²

Par ailleurs, Peirce affirme que « *la logique dans son sens général (...) n'est qu'un autre nom de la sémiotique (...), doctrine quasi nécessaire ou formelle des signes* »³

Les deux pères fondateurs de cette science (De Saussure et Peirce) sont d'accord surtout sur deux points:

1. Le premier est que la sémiologie est la science des signes.
2. Le deuxième est que ces signes forment ensemble un système formel.

¹ . F de Saussure in *Cours de la sémiologie générale* : Dr Mohamed Salah Chahd page 2

² . F de Saussure in *Cours de la sémiologie générale* : Dr Mohamed Salah Chahd page 2

³ . Charles S., Peirce *Cours de la sémiologie générale* : Dr Mohamed Salah Chahd page 6

Peirce définit la sémiotique, conçue comme le fondement même de la logique, comme « *une science générale des signes* ». ¹

Il a proposé une classification des signes en fonction de la nature des rapports existant entre “*signifiant*”, “*signifié*” et “*réfèrent*” (l'objet du réel auquel renvoie le signe). L'œuvre de Saussure est portée essentiellement sur le “*signe*” linguistique. La sémiologie, telle que Saussure l'évoque dans le Cours de linguistique générale, est « *une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale [...] nous la nommerons sémiologie (du grec sémeîon, « signe »)* » ²

Par la suite, La sémiotique ne se limite pas au signe linguistique ; elle décrit les systèmes de signes au sein de la vie sociale en prenant en compte leur dimension conventionnelle (car c'est en vertu d'une convention spécifique à une époque et à un lieu qu'un signe signifie quelque chose) et le rôle joué par l'interprétant. C'est Peirce qui a théorisé la question du caractère conventionnel du signe, soulignant par ailleurs que le signe est une chose qui en représente une autre pour quelqu'un. Il le définit comme : « un signe ou, representamen, est quelque chose qui tient lieu pour quelqu'un de quelque chose de quelque chose sous quelque rapport ou à quelque titre. » ³

4- Les écoles sémiologiques :

4-1- La sémiologie de la communication : Cette école est proposée par E.Buysens, G.Mounin, J.Martinet, L.J.Priéto. Elle « *peut se définir comme 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* » ⁴

Les chercheurs de ce courant limitent leurs investigations aux phénomènes qui relèvent de la «communication» qu'ils définissent comme un processus volontaire de transmission d'informations au moyen d'un système explicite de conventions (un

¹ .Ch. S. Peirce *Cours de la sémiologie générale* : Dr Mohamed Salah Chahd page 6.

² . F de Saussure in *Cours de la sémiologie générale* : Dr Mohamed Salah Chahd page 2.

³ . Charles S., Peirce in *Cours de la sémiologie générale* : Dr Mohamed Salah Chahd page07.

⁴ . *Cours de la sémiologie générale* : Dr Mohamed Salah Chahd page07.

code), tel que: le code de la route, le code morse, le code des signaux télégraphiques, le code des signes des cartes topographiques ou encore le code des numéros de téléphone, le code des ascenseurs et les langues.

Ce courant exclut donc dans ses études les systèmes qui n'ont pas une intention de communication d'où l'apparition d'une autre école qui va étudier les systèmes sans exception.

4-2- La sémiologie de la signification :

La sémiologie de la signification se réfère surtout aux travaux de Roland Barthes. Elle se caractérise surtout par le rejet de la distinction entre *signe* et *indice*.

Les linguistes ont considéré qu'une telle perspective renvoie plutôt à une analyse idéologique, et ont par la suite préféré substituer le terme '*signe*' par celui de '*L'indice ou l'index correspond à la classe des signes qui entretiennent avec ce qu'ils représentent une relation causale de contiguïté physiques. c'est le cas des signes dits « naturels »¹. Ainsi la fumée est indice du feu, elle nous renseigne sur l'existence du feu mais où il n'y a nulle intention de quiconque de nous savoir que « ça brûle » quelque part.*

Un signal, par contre, est une forme dont la fonction centrale ; voire unique ; réside dans la signification, la communication. C'est le cas des panneaux routiers, des numéros de bus, des grades militaires. Nous pourrions ainsi conclure que la sémiologie de la signification traite des systèmes d'indices, alors que la sémiologie de la communication étudie les systèmes de signaux.

Ce courant contient plusieurs écoles. C'est la sémiologie (ou la sémiotique) de l'image qui nous intéresse puisque notre objet d'étude est le dépliant touristique qui est une catégorie d'images.

¹ . Roland Barthes in *Cours de la sémiologie générale* : Dr Mohamed Salah Chahd page 13-14.

5-La sémiotique de l'image :

Avant de donner des informations sur cette école, nous jugeons important de définir l'image.

5-1 : Définition de l'image :

Sans doute, il semble très difficile de trouver une définition à l'image à cause de sa multiplicité et ses usages, mais nous allons essayer de cerner ce que veut dire le terme « image » dans le domaine de la sémiotique.

Etymologie: « Image » du latin « imago », « imaginis » c'est-à-dire « qui prend place de ».

Une des plus anciennes définitions de l'image donnée par Platon, nous détrempe : « j'appelle images d'abord l'ombres ensuite les reflets qu'on voit dans les eaux, ou à la surface de corps opaques, polis et brillants et toutes les représentations de ce genre ».¹

L'image, donc, dans le miroir et tout ce qui emprunte le même processus de représentation.

Roland Barthe repris la définition de Peirce d'une autre manière. Il la défini en revenant à son étymologie ancien, « le mot image devrait être rattaché à la racine de *imitari*. »(Barthes, R.1964 :40) c'est « la représentation analogique (la »copie «) du monde). Ainsi l'image, pour Barthes, est un signe iconique qui est une copie du monde.

Toutefois martine Joly reprend la définition de Barthes mais en mettant l'accent sur le côté visuel. Elle définit l'image comme « quelque chose qui ressemble à quelque chose d'autre » (joly, M.1994 : 24). L'image est considérée dans ce cas comme une « représentation analogique principalement visuelle ». D'après, Joly l'image visuelle est un signe iconique qui met en œuvre une ressemblance qualitative entre le signifiant et le référent. Les images selon Martine joly, sont la peinture, le

¹. Platon. in *introduction à l'analyse de l'image*. Martine JOLY. Université NATAN. page 8.

cinéma, le timbre postal, l'affiche, la photographie, la gravure etc. pour joly, l'image est à la fois une icône et une trace ou indice.

5-2 :L'icône selon l'approche peircienne :

À l'origine, le mot icône, *Eikôn* en grec, pouvait être traduit par *image* ou *reproduction fidèle*. Il était question de similitudes entre un objet et sa représentation graphique. Passé en latin et dans les langues occidentales, il n'en garde que le sens d'emprunt, soit celui de représentation dans l'art pictural byzantin.

Pour Peirce, l'icône renvoie à la classe de signes qui fonctionnent par similarité et analogie, c'est un signe dont le signifiant a une relation de similarité avec ce qu'il représente (l'image d'un arbre est une icône, car elle entretient une relation d'analogie avec l'arbre). Elle n'est pas toujours visuelle, car nous pouvons considérer l'enregistrement, les odeurs et les goûts comme des our désigner une image, le latin a retenu son propre mot: *imago*.

Le sens moderne du mot *icône* et par suite, de l'iconicité provient de la philosophie pragmatique de Charles Sandres Peirce :

« Un signe, ou *representamen*, est quelque chose qui tient lieu pour quelqu'un de quelque chose sous quelque rapport ou à quelque titre. Il s'adresse à quelqu'un, c'est-à-dire crée dans l'esprit de cette personne un signe équivalent, ou peut-être un signe plus développé. Ce signe qu'il crée, je l'appelle *l'interprétant* du premier signe. Ce signe tient lieu de quelque chose: son *objet*. Il tient lieu de cet objet, non sous tous rapports, mais par référence à une sorte d'idée que j'ai appelée quelquefois le *fondement* du representamen ».¹

Par rapport à son objet, le signe peut soit lui ressembler, soit l'indiquer ou en tenir lieu. Le terme icône est aujourd'hui entouré d'un peu de confusion. Il revêt à la fois plusieurs significations, parfois deux genres grammaticaux et deux orthographes.

La première définition du terme icône est celle d'une peinture religieuse exécutée sur un panneau de bois dans l'Église de rite chrétien orthodoxe'. Le terme est

¹.Charles S., Peirce. In. Charles S., Peirce, *Écrits sur le signe*, rassemblés, traduits et commentés par Gérard Deledalle, Paris, Seuil, 1978, p. 121 (2228).

parfois écrit sans accent circonflexe sur le *o*, mais toujours avec le genre féminin. La deuxième définition découle de la classification de Ch. S. Peirce: il s'agit d'un signe défini par sa relation de ressemblance avec la réalité du monde extérieur. Il s'écrit avec un accent au féminin et sans accent dans les deux genres. La troisième définition est apparue avec la micro-informatique et désigne un symbole graphique affiché à l'écran et associé à un objet ou à une fonction, auquel il permet d'accéder lorsqu'il est sélectionné par un dispositif de pointage. Dans ce cas, le terme s'écrit dans les deux genres avec ou sans accent. Enfin, la quatrième sous l'influence de l'anglais *icon*, désigne une idole, une vedette. Le terme s'écrit alors avec accent au féminin.

Les types de l'icône:

Rappelons aussi que, selon trois types de ressemblances, Peirce distinguait trois types d'hypoïcones¹ : images, diagrammes et métaphore.

□ **L'image:** est une catégorie de l'icône, dont le rapport entretenu entre le signifiant et le référent est celui d'analogie qualitative, elle reprend et imite les caractéristiques de l'objet réel comme la photo, le dessin, la peinture, etc.

□ **Le diagramme:** est une catégorie de l'icône dont le rapport entre le signifiant et le référent est une analogie relationnelle, il reprend les relations de l'objet comme les cartes, les plans, les circuits, etc.

□ **La métaphore:** est une icône qui a un troisième type d'analogie autre que les deux premiers. La métaphore entretient une relation d'analogie d'un parallélisme qualitatif, c'est une figure de rhétorique bien connue; c'est une comparaison implicite entre une proposition montrée (explicite) et une autre non montrée (implicite).

5-3- Les types de l'image :

Nous pouvons distinguer plusieurs types d'image comme:

¹ MARTINE Joly, *Introduction à l'analyse de l'image*. Op.cit. p.29.

1. Le dessin :

Dans le petit Larousse le dessin est défini comme « *la représentation sur une surface de la forme d'un objet, d'une figure...* »¹. Ce genre d'image est existé dès l'antiquité, il s'est évalué avec le temps et d'une civilisation à une autre; sa perception est la fonction de son usage, il peut être réalisé par plusieurs techniques: les crayons, les encres, les pinceaux, les plumes, etc.

2. La peinture

La peinture est un mode de représentation, une « *représentation, suggestion du monde visible ou imaginaire sur une surface plane au moyen de couleurs, organisation d'une surface par la couleur* »². C'« *est un art et technique de l'expression, figurative ou non, par les formes et les couleurs* »³. La peinture est un art ancien qui existe depuis la préhistoire, elle n'a cessé d'évoluer jusqu'à nos jours. Cet art visuel utilise différentes techniques: (l'huile, l'acrylique, etc.), en usant différents outils (pinceaux, brosses, rouleaux, chiffons, etc).

3. La gravure

« *Les gravures sont souvent des dessins ou des peintures à tirages variables.* »⁴, elles sont employées pour la première fois par les chinois sur le bois. La gravure a connu plusieurs développements dès le XVème siècle jusqu'à nos jours.

4. La photographie

La photographie « *est une technique permettant de fixer l'image des objets sur des procédés chimiques* »⁵, c'est un type d'image très important, une invention nouvelle du XXème siècle par le français Nicéphore Niepce. Elle est une représentation, et une reproduction fidèle du réel.

¹ GERVEREAU Laurent, Op.cit.p.117.in : La caricature comme une image dans une perspective sémiologique .page : 38.

² Le petit Larousse, Dictionnaire illustré, 1998.p.760.

³ Ibid.p.760.in : La caricature comme une image dans une perspective sémiologique .page : 38.

⁴ GERVEREAU Laurent. Op.cit.p. 120.in : La caricature comme une image dans une perspective sémiologique .page : 38.

⁵ Ibid., p.136.in : La caricature comme une image dans une perspective sémiologique .page : 39.

5. Le bande dessinée

La bande dessinée a commencé à la fin de XIXème siècle aux Etats Unis. Elle raconte une histoire en une série de dessins dans lesquels les dessinateurs incluent les paroles des personnages dans des bulles. Elle a envahi la presse enfantine et aussi les journaux à grands tirages.

6. La publicité (l'image publicitaire)

Ce type d'image associe l'image au langage verbal, il utilise le dessin, la photographie, le graphisme, les films, les vidéos, etc. Il correspond aux processus marchands dès l'antiquité, c'est une forme de *faire croire* qui s'adresse au public; de ce fait, il met en considération tout ce qui peut attirer son attention pour faire transmettre un message économique ou rendre compte d'un comportement.

Conclusion :

Nous avons donné dans ce chapitre des informations sur le domaine de la sémiologie en mettant l'accent sur son étymologie, son histoire et différentes ses écoles. L'analyse de l'image fixe sera le contenu du deuxième chapitre.

chapitre II

l'analyse de l'image fixe

Introduction :

Nous présentons dans ce chapitre une méthode de l'analyse sémiotique et les outils sémiologiques y utilisés.

Il existe plusieurs méthodes pour analyser l'image fixe. Nous avons choisi comme modèle l'analyse sémiotique de l'affiche publicitaire pour les vêtements Marlboro classics proposée par Martine Joly en 1994 dans son ouvrage « *introduction à l'analyse de l'image* ».

1- Le compte rendu de l'analyse sémiotique de martine Joly : Marlboro Classics

Martine Joly voit que l'affiche publicitaire pour les vêtements Marlboro Classics comprend trois messages : le message plastique, le message iconique et le message linguistique. Elle les analyse et les décrit dans cet ordre.

D'abord, elle commence avec une présentation de la publicité en montrant le produit de la publicité (vêtement pour homme), l'annonceur (Marlboro Classics), la date (17 octobre 1991), le média (Le Nouvel Observateur), le lectorat (mixte, intellectuel, cadre gauche, classe moyenne), la saison du produit (automne/hiver), et la dimension de l'affiche (double page, en pleine page).

Ensuite, elle décrit les deux pages de l'affiche d'une manière globale en mettant l'accent sur : la couleur, le motif, le texte, la composition de l'affiche de haut en bas.

Puis, la sémioticienne décrit les messages plastiques en cherchant des signifiés aux signifiants plastiques en relation avec : le cadre, le cadrage, l'angle de prise de vue, le choix de l'objectif, la composition interne, les formes, les dimensions, les couleurs, l'éclairage et la texture.

Après, les messages iconiques sont analysés en mettant l'accent sur : les signifiants iconiques, les signifiés du premier niveau et leurs connotations (connotation 01, 02, etc.)

Martine Joly termine son analyse par les messages linguistiques : C'est la plasticité des mots ainsi que le contenu linguistique qui intéressent l'analyste.

Chaque partie d'analyse concernant chaque type de message est suivie d'une synthèse propre au message analysé.

Enfin, l'analyse de l'affiche se termine par une synthèse générale puis une conclusion pour montre les idées stéréotypées véhiculées dans ce message publicitaire. Martine Joly a déduit des connotations diverses relatives au message entier telles : la virilité, l'équilibre, la nature, l'aventure, la chaleur, le calme, la domination tranquille des éléments, un certain type de vêtements. Ces connotations sont issues de l'interaction entre les trois types des messages.

2- les outils de la sémiologie

2-1- La notion du signe :

Dès l'antiquité, la notion du signe apparaissait avec plusieurs significations. L'homme, dès son existence et jusqu'à nos jour, l'utilise pour s'exprimer et pour vivre dans son environnement.

Ferdinand De Saussure décrit le signe linguistique comme une *entité Psychique* comportant deux faces indissociables (une réalité bi-face), un *signifiant* (les sons ou leur transcription écrite, la partie sensible) et un *signifié* (le concept, la partie abstraite)¹

Pour Ferdinand De Saussure, « *le signe est la combinaison du concept et de l'image acoustique* »²c'est la réunion de quelque chose que nous percevons et de l'image mentale associée à cette perception. Il est par essence double: la face matérielle est appelée signifiant, et la face conceptuelle, appelée signifié; Ils peuvent être présentés par le diagramme suivant :

$$\text{Signe} = \text{signifié} / \text{signifiant}$$

¹. Ferdinand De Saussure in *approche sémiotique* de Jean-Claude Domenjo, p, 10.

². Ferdinand De Saussure in *cours de sémiologie générale. Dr Mohamed Salah Chehad. p, 08.*

Cependant, Charles Sanders Peirce définit autrement le signe: c'est donc

«Un signe ou representamen est quelque chose qui tient lieu pour quelqu'un de quelque chose. Il s'adresse à quelqu'un, c'est-à-dire crée dans l'esprit de cette personne un signe équivalent ou peut être un signe plus développé. Ce signe qu'il crée, je l'appelle l'interprétant du premier signe. Ce signe tient lieu de quelque chose, de son objet² ».¹

Il le considère comme une réunion de trois pôles qui entretiennent des relations entre eux. Le signe peut donc être linguistique ou non linguistique.

2-2- Les types de signes :

2-2-1- les signes plastiques :

2-2-1-a- les signes plastiques spécifiques :

Le signe plastique figure parmi les signes qui composent un message visuel. Le terme « plastique » est emprunté à Hjelmslev. Il désigne la face signifiante de tout objet langagier, opposé au plan du contenu. Au départ, le signe plastique était considéré comme une variation de signe iconique, mais depuis les années 80, le groupe Mu2 a proposé de le considérer comme un signe plein et à part entière et non simplement le plan d'expression de signe iconique. Il prend en compte des signifiants³ comme:

-Le Cadre:

Chaque image a des limites selon l'époque de sa représentation.

Les sémioticiens montrent qu'en supprimant le cadre, l'émetteur modifie ce que l'image dit elle-même.

¹. Charles s peirce in *Charles s peirce écrits sur le signe*, p, 121.

² Le Groupe μ / Mu (Centre d'Études poétiques, Université de Liège, Belgique) Les membres titulaires actuels sont Francis Édeline et Jean-Marie Klinkenberg –, le Groupe a compté Jacques Dubois, Francis Pire, Hadelin Trinon et Philippe Minguet in *caricature comme étant une image dans une perspective sémiologique rare*. page.14

³ Hjelmslev in *L'image et les signes*. MARTINE Joly -p.102- et p.114

Le Groupe *u* a mis en évidence une sémiotique et une rhétorique du cadre avec ses différences fonction. Selon ses théoriciens, le cadre peut avoir une signification d'indicateur, de signature, de débordement ou encore de suppression pure et simple ou de masquage.

Le cadre peut dans certain message visuel se confondre avec le bord du support et les limites de l'image. Martin joly donne l'exemple suivant : dans un magazine, le confond du cadre avec les limites du magazine donne l'impression que la page était grande. Elle devient « une fenêtre »

Si la présence du cadre a des fonctions, son absence ou son oubli a aussi des fonctions parce qu'il est un choix qui a une signification.

- Le cadrage:

Correspond à ce qu'on appelle en photographie l'« échelle des plans ». Cette échelle varie du plan à un autre.

- **Le gros plan** : correspond sommairement à la taille d'un visage.
- **Le plan rapproché** : correspond à celle du buste d'une personne.
- **Le plan américain** : correspond à une personne cadrée à mi-cuisse.
- **Le plan italien** : correspond à une personne cadrée à mi-mollet.
- **Un plan moyen** : correspond à une personne en pied.
- **Un plan de demi-ensemble** : correspond à une personne dans son environnement proche.
- **Le plan d'ensemble** : élargit le décor.

-Les formes :

Les messages visuels s'organisent à partir des formes telles que les cercles, les carrés, les triangles, les points, les lignes et les surfaces.

-La composition:

La spatialité ou la géographie du message visuel. Elle joue un rôle très important pour guider le lecteur d'une image.

- **La composition axiale :** qui consiste à présenter le produit dans l'axe du regard, bien au centre du message, correspond la plupart du temps à un message de lancement, d'apparition du produit sur le marché. Message plus constatif
- **La composition décentrée :** appelle aussi la composition focalisée, consiste à faire porter le regard sur le produit décentré, en jouant sur la surprise du spectateur
- **La composition séquentielle :** c'est-à-dire qui organise un parcours du regard sur l'ensemble de l'énoncé, elle suit d'une manière générale le trajet consacré du Z, partant du haut à gauche de l'annonce, ensuite du haut à droite vers le bas à gauche et aboutir, dans un dernier mouvement de gauche à droite, en bas et à droite de l'annonce sur l'image du produit même.

-L'angle de prise de vue :

L'angle de prise de vue est un choix esthétique, non neutre, à interpréter avec prudence :

- Si le sujet est vu d'en haut, on dit qu'on a une « plongé ».
- Si le sujet est vu d'en bas, c'est une « contre- plongée ».
- Si le lecteur de l'image se trouve approximativement au niveau du sujet pour l'observer, il s'agit d'un « angle de vu normal ».

2-2-1-b- Les signes plastiques non spécifiques :

Ces signes sont ceux liés à l'expérience de l'homme en lui donnant à percevoir.

Ces signes plastiques non spécifiques aux messages visuels sont : les couleurs, les formes et les lignes, la spatialité, la texture, l'éclairage, etc.

Les couleurs : le choix des couleurs est intentionnel. Elles véhiculent une signification. Elles influent, donc, sur l'interprétation du récepteur.

Selon la préposition de **Kandinsky** qui met l'accent sur un grand nombre de couleurs :

Le rouge : couleur sans limite essentiellement chaude,

Le bleu : attire l'homme vers l'infini

Le blanc : la pureté, la joie et la pureté sans tache

Le noir : celle du deuil, de la mort

-Les formes et les lignes :

Signifiant plastique	Signifié
Les lignes courbes	La douleur, la féminité, le vertige.
Les lignes droites	La virilité.
Les lignes brisées et les angles	L'agressivité.
Les obliques ascendantes vers la gauche	La chute.
Les formes closes ou ouvertes	Impressions d'enfermement ou d'évasion.
Les formes triangulaires ou pyramides	L'équilibre, l'assise.

-La spatialité :

La composition interne de la représentation, la dimension (petite ou grande), la position par rapport au cadre (en haut, en bas, à gauche), l'orientation (vers le haut,

vers le bas), le proche et le lointain ou avant- arrière constituent tous les éléments de la spatialité.

-Texture:

Est considérée comme un signe plastique, une qualité de surface, comme la couleur.

La texture est l'aspect de la surface du message visuel. Ainsi les oppositions : grain vs lisse, épais vs mince et la tramé, la tache, etc. influent sur la signification de l'image.

-L'éclairage :

Il peut être oblique, zénithale, etc. il peut être naturel : il temporalise ainsi la représentation en la situation un matin, un soir, etc. il peut être artificiel : de projecteur, de lampe, de flambeaux, etc. il peut être aussi diffus en incitant le spectateur à l'hésitation ou au rêve. Il peut être enfin « fonctionnel » en montrant tout visible mais sans ombre.

2-2-2-les signes iconiques :

Les signes iconiques sont, selon l'approche de Martine Joly, « les unités figuratives » ou « les motifs figuratifs » ou tout simplement « les éléments figuratifs » ou encore « les formes sur le fond » tels les objets, les personnages, les lieux, etc.

2-2-3- les signes linguistiques :

Ils sont relatifs au code de la langue écrite qui accompagne les signes iconiques et plastiques.

La manière dont les mots sont écrits dans le message visuel c'est-à-dire : le choix de la typographie, des couleurs des mots, de la texture, des formes des lettres, etc. influe sur la signification des signes linguistiques. Cette manière dont les mots sont

écrits dans le message visuel est appelé « l'image des mots » ou « la plasticité du signe linguistique ».

2-3- La dénotation et la connotation:

2-3-1- La dénotation :

La dénotation met en œuvre à des niveaux très élémentaires et fondamentaux, le code de perception des formes, les codes de représentations analogiques, et le code de nomination. Certaines images restent totalement énigmatiques ; la dénotation est alors un constat de forme, d'aspect (support, lignes, masses, couleur...). Mais, même dans ce cas, nous cherchons à repérer des formes par comparaison et rapprochement avec des modèles connus. On peut essayer de dénoter, de nommer en toute neutralité les signes visuels de l'image, sans y parvenir jamais tout à fait. La nomination engage déjà une lecture, c'est-à-dire une interprétation qui déborde le sens dénoté.

2-3-2- La connotation :

L'usage l'oppose à la dénotation. il s'agit de l'ensemble des valeurs affectives d'un signe, de l'effet non dénotatif qu'il produit sur le locuteur ou l'interlocuteur, de « tout ce qu'un terme peut évoquer, suggérer, exciter, impliquer, de façon nette ou vague » 1(A. Martinet). Avec la connotation, on touche aux domaines de la sociologie et de la psychologie sociale ou individuelle.

La connotation est une dénotation prise pour signifiant avec l'ajout d'un signifié. Selon R. Barthes, il y a connotation lorsque le système (E.R.C), (Sa/Sé) devenait le signifiant d'un autre signifié. La connotation c'est des sens supplémentaires instables et plus marginaux qui tournent autour du sens officiel. Ils le complètent ou le déforment, Ces sens se diffèrent selon les individus, et leurs cultures.

1 . A. Martinet *in Cours de sémiologie générale*. Dr Mohamed Salah Chehad, page : 20

2-4- Rapport « texte »/ « image »

L'image est souvent associée au texte. A ce niveau, nous essayons d'expliquer le rapport texte/image d'abord par les notions d'ancrage et de relais et ensuite par la triple relation texte /image.

2-4-1- Les fonctions d'ancrage et de relais :

Dans son analyse de l'image publicitaire, Roland Barthes avait signalé que le message linguistique assure des fonctions par rapport au message iconique :

Le message linguistique qui accompagne l'image endosse la fonction d'**ancrage** (fixer le sens) par l'orientation de son lecteur vers le sens visé pour arriver à l'interprétation de l'image. La fonction de **relais**, dite du texte, par laquelle le texte détermine des informations concernant les personnages, le lieu et le temps qui ne peuvent être jamais apparus dans l'image seule.

Les deux fonctions peuvent exister toutes les deux dans un même message visuel. La dominance d'une fonction par rapport à l'autre a sans doute une signification. Dans le cas d'ancrage, l'image « détient la charge informative » cependant la dominance de relais que « information est plus coûteuse » puisqu'elle existe l'apprentissage de la langue.

En plus de ses deux fonctions, autre sémioticiens tels Martine Joly trouvent que le texte et l'image peuvent avoir autre relation telle : l'anticipation, la suppression, l'allusion, le contre point, l'intensification, etc.

2-4-2-Autres relations ¹texte/image :

- **La relation de transposition:** lorsque le texte et l'image sont de statuts ou d'époque différentes.
- **La relation de fusion:** c'est le cas contraire lorsque le texte et l'image ont la même fonction, c'est-à-dire le texte est comme l'image

¹ In: <http://www.Lemensuel.net/2007/01/01/texteer-image-relationconjugale/>, consulté le : 11.02.2009

- **La relation de conjonction:** ici, le texte et l'image, chacun garde son autonomie formelle, mais ils sont dépendants l'un de l'autre, et réunis physiquement.

Conclusion :

Nous avons présenté dans ce chapitre la méthode d'analyse de Martine Joly. Nous avons vu aussi les outils sémiotiques sur lesquels nous nous basons dans le cadre pratique pour l'analyse des dépliants touristiques qui sont l'objet de notre étude sémiotique.

Partie pratique

Chapitre I

A la recherche d'un corpus

Introduction :

Le dépliant est considéré comme un moyen de communication. Il est très concis: il ne compte qu'entre quatre et huit pages. Ce chapitre comprend donc la présentation de corpus, le tourisme, la promotion touristique et l'importance du tourisme en Algérie, la collecte du corpus, la présentation de la source et le classement des dépliantes.

1- Présentation du corpus :

Les dépliantes touristiques comme leur nom l'indique se déplient et se replient. Ils sont considérés comme un moyen de communication. Ils s'inscrivent dans la grande famille des textes descriptifs documentation. Ils informent le lecteur dans différents domaines : histoire, géographie, art, science et technologie. Ils doivent intégrer des éléments iconographiques, des cartes et des slogans pour guider les touristes durant leurs visites.

Dans la promotion touristique, nous avons trouvé les brochures, les guides et les dépliantes touristiques. Néanmoins nous avons choisi de travailler sur les dépliantes touristiques parce que nous voyons qu'ils sont plus intéressants que les autres supports.

Par rapport aux brochures et aux guides, le dépliant qui est l'objet de notre étude est plus court et plus pratique. La qualité de son image est meilleure. Alors le lecteur ne se fait pas scrupule de lire son contenu. Aussi, les dépliantes contiennent des informations simples, abrégées, et loin d'ambiguïtés. N'importe qui peut comprendre leur contenu.

Avant de parler de la collecte de notre corpus et de son classement, il est important de donner des informations sur le tourisme et la promotion touristique.

2- LE TOURISME

L'organisation mondiale du tourisme (OMT) définit le tourisme comme un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits qui n'appartiennent pas à leur environnement habituel, pour des raisons personnelles, professionnelles ou pour affaire. L'organisation mondiale du tourisme appelle ces personnes des visiteurs qui peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents. Le tourisme est fondé sur les dépenses touristiques provenant des activités faites par les visiteurs.

Certains termes (écrits en caractères gras) de la définition donnée ci-dessus méritent de plus amples explications.

Selon l'OMT, un visiteur est une personne qui fait un voyage, pour une période inférieure à un an, vers une destination qui n'est pas son environnement habituel. L'objectif principal de la visite peut prendre différentes formes, plus précisément, affaires, loisirs ou un autre motif personnel, sauf effectuer un travail dans le pays ou le lieu visité. L'OMT appelle un visiteur un touriste s'il passe au moins une nuit sur place et un excursionniste dans le cas contraire. Finalement, les dépenses touristiques renvoient à « la somme payée pour l'acquisition de biens et de services de consommation, mais aussi de biens de valeur, en vue de leur usage personnel ou pour les offrir, pour et durant des voyages touristiques » (OMT)

D'après l'OMT (2014, p. 2), au fil des soixante dernières années, le secteur du tourisme n'a pas cessé de se croître et de se diversifier. Le tourisme est en effet un secteur en plein développement. Il a connu une croissance presque ininterrompue. Il est devenu alors l'un des plus grands secteurs économiques au niveau mondial.

3- La promotion touristique :

Le mot Promotion qui vient du latin « *promotio* », est l'action et l'effet de promouvoir pour encourager un processus ou une chose, prendre l'initiative de faire quelque chose, élever quelqu'un à un poste plus important/prestigieux. Le terme peut

être utilisé pour les activités visant à faire connaître ou accroître les ventes de quelque chose.

« Touristique » est, à son tour, un adjectif qui désigne quelque chose appartenant ou lié au tourisme. Ce concept fait référence à l'ensemble des activités que les gens développent au cours de leur voyage et séjour dans différents lieux situés en dehors de leur environnement habituel pendant une période de temps consécutive ne dépassant pas un an.

L'idée de promotion touristique, par conséquent, se réfère à la diffusion d'une place en tant que destination pour les touristes. Il est important de souligner que l'arrivée de visiteurs dans une ville ou dans un pays génère des revenus pour le lieu, d'où l'importance de la promotion du tourisme.

Nous pouvons parler de campagne de l'Algérie de promotion touristique lorsqu'il s'agit de mettre en évidence les activités et les entreprises qui sont développées dans le but que les voyageurs potentiels connaissent les attraits d'une destination et décident de planifier une visite. Ces campagnes cherchent à divulguer les attractions naturelles, historiques, culturelles et d'autres de la destination.

L'Algérie est connue par sa situation géographique stratégique. En prenant la ville d'Annaba comme un exemple et plus précisément la ville de Chetaibi : elle est devenue un pôle d'attraction touristique dans le cadre d'écotourisme vu ses potentialités touristique : sa richesse écologique (faune et flore), sa baie classée parmi les plus belles du monde, ses plages, ses sites archéologiques, etc.

Cependant, le marché pétrolier international connaît depuis presque une année une baisse importante des cours. Cette baisse aura certainement des retombées sur les économies des pays exportateurs en particulier ceux dont les recettes pétrolières constituent la principale ressource en devises (Algérie, Iran, Venezuela). Ces pays ont profité d'une manne financière importante suite à l'envolée des prix du pétrole durant la dernière décennie exception faite de 2009 où les prix ont connu une baisse importante due principalement à la crise financière de 2008. Cette manne a été utilisée en grande partie dans le financement des projets d'investissement notamment dans les

infrastructures (Algérie) et aussi à stimuler la croissance économique via le canal des dépenses publiques. Cette crise économique a forcé l'Algérie à l'investissement dans le secteur touristique pour la relance économique du pays.

Le tourisme joue un rôle très important dans les différents secteurs en Algérie notamment, le secteur économique, social et politique.

1- Economique :

- Augmenter les ressources monétaire ;
- Permettre la création d'emploi ;
- Développement régional (décentralisation)
- Favoriser un aménagement de territoire plus équilibré.

2- Social :

- Permet d'avoir des échanges culturels entre les individus ;
- Permet de s'évader d'un environnement stressant, exigeant et pollué.

3- Politique :

- Création d'un mouvement d'affaire intense entre les pays ;
- Favorise la connaissance des pays aux étrangers et leur donne une importance au niveau international.

Donc l'Algérie possède un potentiel touristique énorme qui peut donner la naissance à une industrie touristique étendue et prospère. L'Algérie est mise en valeur par ses côtes littorales, ses montagnes, ses plaines, ses forêts et ses hauts plateaux, son désert et ses paysages multiples. Elle regorge des richesses historiques et archéologiques qui méritent d'être découvertes. Ces atouts lui permettent de devenir une destination primordiale de tourisme littoral, de tourisme vert ou encore de tourisme culturel et historique. Actuellement, le tourisme pour l'Algérie n'est plus un choix mais plutôt une réelle opportunité. Elle devrait donner plus de considération à ce secteur tout en s'inspirant des expériences des pays voisins et tirant partie de leurs succès.

4- La collecte du corpus :

L'objet de notre étude est les dépliants touristiques algériens. Pour les analyser, nous devons les collecter. C'est pourquoi nous avons contacté les structures qui conçoit et celles qui les utilisent.

Nous nous sommes déplacées à la recherche de ces dépliants touristiques au niveau des Agences touristiques, des centres culturels et des hôtels dans plusieurs wilayas de notre pays l'Algérie. Nous avons commencé, tout d'abord, par la wilaya d'El Tarf où nous nous sommes présentées à quatre (4) agences touristiques et à l'institution de formation touristique.

La première agence nous a donné un seul dépliant qui indique seulement la carte géographique de la ville d'Annaba. Cependant nous avons demandé des dépliants de la région « la kala » (El kala) car c'est la première ville touristique à Tarf. Mais malheureusement le responsable de l'agence nous a confirmé que nul ne s'intéresse à la ville du corail. Ceci explique clairement la situation retardée du tourisme en Algérie.

La deuxième agence à El Taref nous a donné un dépliant qui présente la wilaya de Souk Ahras. Les autres agences ne possèdent pas des dépliants ; mais ils sont spécialisés à la réservation de pèlerinage et El Ommra.

Dans la wilaya de Skikda, nous nous sommes présentée au centre culturel « Issat Idir » où son responsable nous a orienté vers l'agence touristique « Zouhir voyage ». Dans cette agence, nous avons récupéré trois dépliants dont deux concernent le tourisme en Tunisie et l'autre présente quelques stations Balnéaire en Algérie telles que : Ain Tourque, Beni Saf, Bordj El Bahr, etc.

Dans la wilaya d'Annaba, au niveau des deux agences que nous avons visitées, il n'existe ni dépliant de Bonne, ni celui d'autres régions. Toutefois l'Hôtel « L'orient », situé au centre ville, nous a fourni un dépliant concernant le tourisme au Tassili (parc national Tassili).

En outre, dans la wilaya de Souk Ahras, nous nous sommes rendue à la direction du tourisme où nous avons trouvé deux guides de la même wilaya, un livre qui

s'intitule « Taghoust » et un dépliant qui explique " le site archéologique classés " : « Mdauros » de la wilaya de Souk Ahras. Ce dépliant était le même que nous avons trouvé à Tarf.

Enfin, nous avons contacté un grand nombre d'agences touristiques et hôtels pour nous fournir le maximum de dépliant. Nous avons utilisé aussi les réseaux sociaux pour demander l'aide afin de collecter notre corpus.

Mais malheureusement nos déplacements et nos contacts ne nous ont fourni que trois (3) dépliant. En plus, à cause de la contrainte de temps, nous avons arrêté la collecte de notre corpus pour commencer notre analyse.

5- Présentation de la source :

L'agence de voyage et tourisme : Dida voyage à El Taref

C'est une agence de voyage et de tourisme. Elle se situe au centre ville d'El Taref, nommée « Dida voyage », elle s'intéresse à la réservation d'hôtels en Algérie, aux voyages organisés, Pèlerinage, Omra, transport aérien, maritime et terrestre, location de voiture avec chauffeur, billetterie, circuit au grand sud Algérien, etc.

Agence de voyage et tourisme à Skikda : Zohir voyage

C'est une agence de voyage et de tourisme, elle est fondée en 2003, sous la direction de monsieur BOUKERFA. H.

Elle se situe au centre commercial UGtA, cite des oliviers N°08 La CIA-SKIKDA. Elle est considérée comme la première agence dans le côté du service et de la sincérité.

Hôtel l'orient à Annaba : Hôtel l'orient

Il est considéré comme un Patrimoine historique et touristique de la ville d'Annaba. Il est l'un des premiers à avoir été classé à l'est du pays. Situé au beau milieu du majestueux cours de la révolution, cet établissement touristique n'offre plus une prestation de service à la hauteur de sa réputation : chambres et literies salles,

accueil glacial, prolifération des cafardes, et autres rongeurs alimentaires en eau potable déficiente, caractérise actuellement cet hôtel.

6- Le classement des dépliants :

Nous avons classé les trois (3) dépliants touristiques selon les zones en trois classes : Villes côtières, villes du centre et villes sahariennes.

- **Villes côtières** : telles que la wilaya de Skikda.

Le mot « côtière » vient de l'adjectif côtier qui signifie dans l'ancien français du mot Coste, cote. C'est une expression relative aux rivages de la mer ; qui se pratique ; qui se trouve sur les cotes. ¹

- **Villes du centre** : telles que la wilaya de souk Ahrass

Ville du centre est la ville principale d'une agglomération aux diffusions municipales.²

- **Villes sahariennes** : telles qu'illizi où se situe la « Tassili »

Du Sahara, qui rappelle les aspects climatiques du Sahara ; torride ; une chaleur saharienne.³

Conclusion :

Nous avons vu dans ce chapitre la présentation de notre corpus collecté, la définition du tourisme, la promotion touristique, l'importance de tourisme en Algérie, la collecte du corpus, la présentation de la source et enfin le classement de chaque dépliant selon la zone.

¹ - <http://www.dictionnaire.larousse.fr>

² - <http://fr.m.wikipedia.org>

³ - <http://www.dictionnaire.larousse.fr>

Chapitre II

L'analyse des dépliants

Introduction :

Nous présentons dans ce chapitre notre grille d'analyse empruntée à la sémioticienne Martine Joly. Cette grille résume les grandes lignes de la méthode de l'analyse sémiotique des dépliants touristiques qui est l'objet de notre étude. Cette grille sera suivie automatiquement par l'analyse des dépliants. Nous avons commencé d'abord, par l'analyse de chaque dépliant, puis l'analyse de chaque page de dépliant, ensuite, l'analyse de chaque image. Nous terminons notre analyse par la synthèse de l'analyse de chaque image puis la synthèse générale.

1- Grille d'analyse**1-1-la description globale du dépliant.****1-2-Le message plastique**

- le support
- le cadre
- le cadrage
- l'angle de prise de vue
- la composition
- les couleurs
- les formes
- l'éclairage
- le texture

1-3-Le message iconique

- Les motifs
- Les signifiants iconiques (dénotation)
- Les signifiés du premier niveau
- Connotation 01
- Connotation 02

1-4-Le message linguistique :

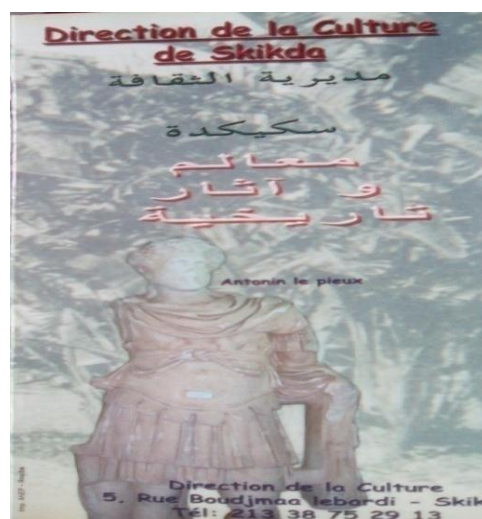
- La forme de la plasticité
- Le contenu linguistique
- Le rapport texte/ image

1-5-Synthèse générale à partir des trois messages.**2- L'analyse des dépliants :****2-1- l'analyse du dépliant de la ville côtière : la ville de Skikda****2-1-1- la description globale du dépliant :**

Le dépliant de la ville de Skikda se compose de huit (08) pages et dix-neuf (19) images.

L'analyse de la page 01 :

Description globale de la page : elle se compose d'une seule image et cinq (05) textes. : Deux (02) textes sont écrits en arabe et trois (03) en français.

L'analyse de l'image :**Image 01 :**

Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Absent	Imaginaire
Le cadrage	Plan américain	Insister sur le sujet
L'angle de prise de vue	Plongé	Domination du spectateur
La composition	Décentré	L'objet est complètement décentré
Les couleurs	Marron claire et gris	Couleurs de la pierre.
L'éclairage	Naturel	/
Texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Première plan : statue en pierres	Un homoncule	L'histoire	-la religion -Dynastie romain
L'arrière plan : des plantes	Palmiers	La hauteur	La force

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : Cette image contient cinq (05) textes : deux (02) en arabes et trois (03) en français. Les textes sont écrits en caractère gras pour attirer l'attention des lecteurs.

Le contenu de chaque texte :

Texte 01 : « Direction de la culture de Skikda » : ce texte indique la source qui distribue ce dépliant.

Texte 02 : « Antonin le pieux » : c'est un homoncule qui représente la dynastie romain. L'appellation du « pieux », montre que « Antonin » est un homme de religieux.

Le Rapport texte / image : Il y'a un rapport de complémentarité entre le texte et l'image. Le texte donne des informations concernant le personnage « Antonin le pieux », qui ne peuvent être jamais apparus dans l'image seule, alors le texte complète le contenu de l'image.

La synthèse générale à partir des trois (03) messages: la ville de Skikda est connue par ces monuments historiques, cette image représente un homoncule d'un personnage religieux de la dynastie romaine « Antonin le pieux ».

L'analyse de la page 02 :

Description globale de la page : Elle contient quatre (04) images et dix (10) textes : Trois (03) textes en arabe et sept (07) en français.

L'analyse des images :

Image 01 :



Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	Insiste sur toute l'image
Le cadrage	Gros plan	Insiste sur les détails du sujet.
L'angle de prise de vue	Plongé	Domination du spectateur
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Dominantes : - blanc, - Vert	-la pureté, la joie - la nature, fraîcheur
L'éclairage	Naturel	
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Cour royale	Hôtel de la ville	Le voyage	Le repos
Des plantes	Des fleurs et des arbres	L'aire pur	Fraîcheur, douceur.

Les messages linguistiques :**Les messages linguistiques :**

La forme de plasticité : cette image comprend trois (03) textes : Un (01) en arabe et deux (02) en français. Ils sont écrits en caractère gras pour attirer l'attention des lecteurs.

Le contenu linguistique : « l'hôtel de la ville avec ses admirables fresques et tableaux à l'empreinte de grands maîtres ».

L'hôtel de la ville est considéré comme un lieu historique riche par ses admirables fresques et tableaux à l'emprunte de grands maîtres.

Le rapport texte / image :

Il y a une fonction de complémentarité entre le texte et l'icône. Le texte donne des informations sur le contenu de l'image.

Synthèse générale : La ville de Skikda est connue par des lieux touristiques et historiques. Cet hôtel est caractérisé par son aspect artistique et stylistique selon ses admirables fresques et tableaux à l'emprunte de grands maîtres.

Image 02 :



Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Absent	Imaginaire
Le cadrage	Gros plan	Insister sur le lieu
L'angle de prise de vue	Contre plané	Hauteurs
La composition	Séquentielle	S'intéresse à toute l'image.
Les couleurs	Vert : Gris :	La nature, fraîcheur froid
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiant iconique	Signifié du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Un palais	Mosquée	-La religion de l'Islam - Lieu de culte	-Habitants musulmans -Ville musulmane. -Lieu de prière, de paix et de confort spirituel.

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : cette image contient trois (03) textes. Un (01) en arabe et deux (02) en français. Qui sont écrits en caractères gras.

Le contenu de chaque message :

« Mosquée Sidi Ali lekbir vestige religieux de la ville de Collo »

« Mosquée Sidi Ali lekbir ».

La mosquée de la ville de Collo est un lieu historique et très ancien. Selon l'appellation « lekbir », elle est très grande.

Le rapport texte / image : Il y a une fonction de complémentarité entre le texte et l'image. Le texte apporte des informations concernant le lieu, qui ne peuvent jamais apparaître dans l'image.

Synthèse globale : La ville de Collo se trouve à la wilaya de Skikda. Elle est connue par un lieu historique, religieux et très ancien tel que la « Mosquée Sidi Ali elkabir ». Elle est considérée comme un vestige de la ville. C'est un lieu de prière, de paix et de confort spirituel.

-Image 03 : Elle contient deux (02) images



L'analyse sémiotique et comparative des images :

Les messages plastiques :

Le cadre : présent dans les deux images. On s'intéresse à toute l'image.

Le cadrage : gros plan. Les deux images ont les mêmes plans.

L'angle de prise de vue : plongé dans les deux images. Domination du spectateur.

Les couleurs : le vert : signifie la nature ; le jaune : signifie la brillance ; le blanc : signifie la paix et la joie.

L'éclairage : Naturel dans les deux images.

La texture : lisse. Visuel.

Les messages iconiques :

Image	Signifiants iconiques	Signifiés du 1 ^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Image 01	-Palais -écriture	-La gare ferroviaire - architecture	-Le voyage -l'histoire	-Le déplacement -la richesse artistique.
Image 02	Palais	La banque centrale	L'argent	-Le commerce -les échanges financiers

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : cette image est constituée de quatre (04) textes : Un (01) en arabe et trois (03) en français. Ils sont écrits en caractère gras pour attirer les lecteurs.

Le contenu du message linguistique :

« La gare ferroviaire, l'Agence de la banque centrale et leur architecture est un ornement de style mauresques. ». Ce texte indique que la banque centrale et la gare ferroviaire sont des lieux historiques qui sont caractérisés par leur architecture et leur ornement de style mauresques.

Le rapport texte/ image : Il y a une fonction de complémentarité entre le texte et l'icône. Le texte donne des informations sur les deux lieux « la gare et la banque » qui ne peuvent jamais apparues dans l'image.

La synthèse globale : Les deux images représentent des palais (la gare ferroviaire et la banque centrale) qui sont caractérisés par leur architecture et leur ornement de style mauresques. Il s'agit donc de deux lieux historiques connus par leur richesse artistique.

L'analyse de la page 03 :

Description de la page 03 : Elle est formée de trois (03) images avec neuf (09) textes : Trois (03) en arabe et six (06) en français. Ils sont écrits en caractères gras pour attirer les lecteurs.

L'analyse des images :**Image 01 :**

Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	Intéresse à toute l'image
Le cadrage	Gros plan	/
L'angle de prise de vue	Normal	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Blanc :	La paix, la joie
	Noire :	La tristesse.
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Lieu de religion chrétien	L'église	La religion chrétienne	Présence des chrétiens.
un animale	Coq	La France	Les gaulois

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : Cette image contient deux (02) textes : Le premier en arabe et le deuxième en français. Ils sont écrits en caractères gras pour attirer les lecteurs.

Le contenu du message linguistique : « l'église de Skikda »

« L'église Sainte Thérèse (église du coq) » : l'église de la ville de Skikda est nommée par rapport au Sainte Thérèse, et l'appellation du « coq » par rapport à son origine. Le coq signifie que cette église est d'origine française.

Le rapport texte/ image : Il y a un rapport de complémentarité entre le texte et l'icône. Le texte complète le contenu de l'image. Il donne des informations sur l'image qui ne peuvent pas être apparues dans l'image seule. Il montre que cette église qui est nommée « Sainte Térése » est d'origine française.

La synthèse : L'église de la ville de Skikda est un lieu culte, de prière et de religion chrétienne. Elle est nommée l'église Sainte Thérèse par rapport à « Sainte Thérèse ». Elle est d'origine française par rapport à l'appellation du coq. La dominance de la couleur blanche montre que l'église est un lieu de liberté, de joie et de paix.

Image : 02

Les signes plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	S'intéresse à toute l'image
Le cadrage	Gros plan	/
L'angle de prise de vue	Plongé	Domination du spectateur
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante.
Les couleurs	Blanc : Gris : D'orée :	La joie, la paix Froid Soleil, l'or
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Un lieu	Le théâtre	Le spectacle	-L'art -Le goût artistique.

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : Cette image comprend deux (02) textes qui sont écrits en caractère gras pour attirer les lecteurs.

Le contenu du message linguistique : « le théâtre municipal », « le théâtre municipale avec son style et son architecture ».

La relation texte image : Il y a une relation de complémentarité entre le texte et l'image. Le texte complète le contenu de l'image représente un théâtre et indique ses caractéristiques.

La synthèse globale : le théâtre municipal c'est un lieu qui appartient à la commune de la ville de Skikda. Nous avons constaté que la couleur blanche est la plus dominante pour montrer que le théâtre est un lieu de joie et du calme. Il se caractérise par son art, son style et son architecture.

Image 03 :



Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés iconiques
Le cadre	Absent	Imaginaire
Le cadrage	Plan d'ensemble	Il sert à la personne dans son environnement
L'angle de prise de vue	Normale	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	-rouge moyen -gris	-la performance sur certains états intenses de l'âme. La froid
L'éclairage	Naturel	
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés di 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Un lieu où dispose des pièces et des monuments historiques	Le musée	L'art	Des pièces antiques rares
Homoncule	Effigie d'une femme pierreuse	L'histoire	La richesse artistique.

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : cette image est constituée de trois (03) textes qui sont écrits en caractères gras pour attirer les lecteurs.

Le contenu linguistique : « musée de Skikda. Mémoire historique de la wilaya où sont disposées d'innombrables pièces, témoins des civilisations successives » : ce texte montre que la musée de la ville est un lieu historique, il se caractérise par la richesse des pièces antiques, témoins des civilisations successives.

Le Rapport texte/image : Il ya un rapport de complémentarité. Le texte donne des informations sur l'image qui ne peuvent pas apparu dans l'image seule. Il compète le contenu de l'image.

La synthèse globale : le musée de la Wilaya de Skikda contient d'innombrables pièces qui témoignent des civilisations successives et des monuments historiques comme l'homoncule. Ce dernier signifie la richesse historique et artistique de la ville.

L'analyse de la page 04

Description globale : cette page se compose de quatre (04) images et sept (07) textes, écrits en caractères gras pour attirer les lecteurs.

L'analyse des images :**Image 01 :****Les messages plastiques :**

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	S'intéresse au contenu de l'image
Le cadrage	Plan moyen	Il sert à tout le lieu
L'angle de prise de vue	Contre plané	Valorisé le contenu
La composition	Décentré	Surprendre le spectateur.
Les couleurs	Les plus dominantes : -le blanc -le vert -le rouge -le bleu ciel	-la joie, la dureté -la nature -la puissance - le calme
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Une maison	Un château	La richesse	Le royaume
Plante	Fleurs	-Le calme - L'ornement	-Fraîcheur - La beauté

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : cette image contient deux (02) textes : le premier en arabe et le deuxième en français. Ils sont écrits en caractères gras pour attirer l'attention des lecteurs.

Le contenu linguistique : « le château Meriem Azza, actuellement résidence de la wilaya ». Ce texte donne des informations sur le château Meriem Azza, qu'est actuellement résidence de la Wilaya de Skikda.

La relation texte image : le texte donne des informations sur le lieu qui est « le château » ; alors il ya une relation de complémentarité entre le texte et l'icône.

Synthèse générale : le château Meriem Azza de la wilaya de Skikda est un monument historique. Il explique la richesse de la ville. Ce château est considéré comme un lieu de confort, de royaume et de beauté.

Image 02 + 03**Etude comparative des deux images :****Les messages plastiques :**

Le cadre : il est présent dans les deux images. Sa présence signifie qu'il faut s'intéresser uniquement au contenu de l'image.

Le cadrage : plan américain dans les deux images parce que' il insiste sur le visage de la personne.

L'angle de prise de vue : normal ou neutre. Les deux images sont en égalité.

Le couleur : l'argenté signifie la richesse, le rouge signifie la puissance, le noir signifie la tristesse et la mort et le jaune signifie la brillance.

L'éclairage : naturel dans les deux images.

La texture : lisse. Visuel.

Les messages iconiques :

Image	Le plan	Signifiants iconiques	Signifiés du 1 ^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Image 02	1^{er} plan	tableau	Portrait	L'art	La peinture
//	//	Etre humain	Femme	féminité	Royauté
//	//	bijoux	Deux chaînes	La richesse	La beauté
//	2^{ème} plan	Arrière noire	L'ombre	La peur	L'importance
Image 03	1^{er} plan	Photo d'une personne	Un homme	La virilité	La puissance
//	//	Une cigarette	Tabac	Le malaise	La mort
//	2^{ème} plan	plante	Des palmiers	La hauteur	La force

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : cette image est constituée de cinq textes écrits en caractères gras pour attirer les lecteurs. Un grand titre écrit en caractère gras en utilisant une taille de police plus grande que les restes, au dessus des images. Deux textes sont écrits en arabe et deux en français.

Le contenu linguistique de chaque texte:

- « Tableau de grands maitres » : montre que les deux tableaux appartiennent aux grands maitres.

- « Mercoyrole, portrait de Lucrece Grevili d'après Leonard de Vinci » : ce tableau est dessiné par Leonard de Vinci, c'est un portrait d'un personnage très célèbre « Lucrece Grevili ».

- « le veuf J.F Raffaell » : le texte résume l'histoire de veuf.

La relation texte image : il ya une relation d'encrage ente le texte et l'icône. Le texte identifie les personnages présents dans l'image.

Synthèse globale : La ville de Skikda est une ville d'art. Les deux tableaux appartiennent aux grands maitres. Le premier portrait de «Lucrece Grevili » signifie la royauté et la puissance et le deuxième portrait de « le veuf J.F Raffaell » : cet homme qui porte des habits noirs en tenant à la main une cigarette signifie qu'il est triste et désespéré.

L'analyse de la page 05

Description globale de la page : La page comprend trois (03) images et deux (02) textes écrits en caractères gras pour attirer les lecteurs. Les deux premières images sont presque identiques (il y a un reflet).

L'analyse des images : image 01 + image 02. (Les deux images ont le même contenu iconique.)



Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	Insiste sur le contenu de l'image
Le cadrage	Plant d'ensemble	Des personnes dans leur environnement
L'angle de prise de vue	Normal	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Vert Blanc Rouge Bleu	La nature, fraîcheur La joie La puissance Le calme
L'éclairage	Naturel	
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Trois (03) personnes	Trois femmes d'Alger	Les traditions et les coutumes	La beauté
Une personne	Un homme	Virilité	L'histoire
Tableau	Portrait	L'art	La peinture

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : l'image contient deux textes : Le premier en arabe et le deuxième en français. Ils sont écrits en caractères gras.

Le contenu linguistique : « femmes d'Alger dans leur Appartement. D'après E.Delacroix » : le texte représente un portrait des femmes d'Alger dans leur

appartement. D'après E.DélaCroix. La scène de cette image représente les traditions et les coutumes des femmes algériennes à l'antiquité.

Le rapport texte/ image : Il y a une relation d'encrage entre le texte et l'image. Le texte donne des informations sur l'image c'est lui qui indique le genre des personnages dans cette image.

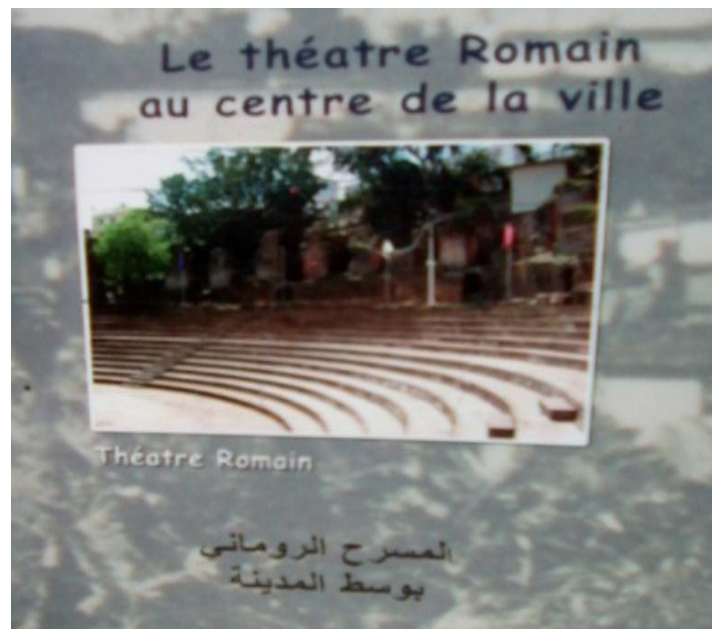
La synthèse globale : La ville de Skikda est connue par un aspect artistique à travers ce tableaux qui représente un portrait des femmes d'Alger dans leur appartement cette ville est très historique et antique.

L'analyse de la page 06 :

Description de la page : cette page se compose de deux images et quatre textes : Trois (03) en français et un (01) en arabe. Ils sont écrits en caractères gras pour attirer les lecteurs.

L'analyse des images :

Image 01 :



Les messages plastiques :

	Signifiants plastique	Signifiés
Le cadre	Présent	S'intéresse à toute l'image
Le cadrage	Gros plan	
L'angle de prise de vue	Normal	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Marron Vert	L'ancienneté La nature
L'éclairage	Naturel	
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Tribun	Le théâtre	Le spectacle	La scène de l'art
Plate	Arbre	Fraîcheur	L'aire pur

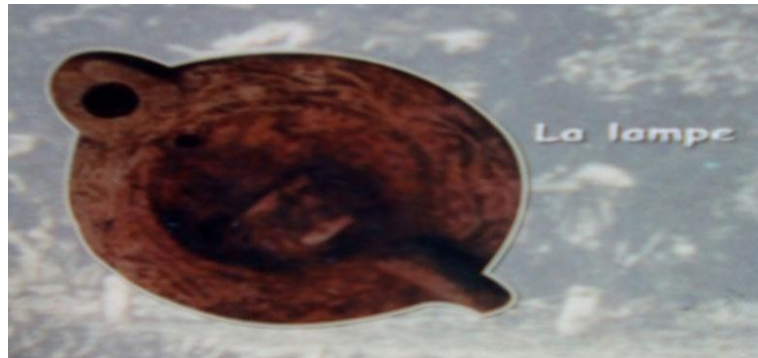
Les messages linguistiques : « le théâtre romain » : le théâtre romain au centre ville.

Ce texte explique la situation du théâtre dans la ville de Skikda.

Le rapport texte / image :

Il y a une relation de complémentarité entre le texte et l'icône. Le texte donne des informations sur l'image de théâtre et indique que ce théâtre appartient à l'époque romaine.

Synthèse globale : la ville de Skikda est connue par ses lieux historiques. Ce théâtre qui est d'origine romaine se situe au centre ville.

Image : 02Image: 02

Les messages plastiques :

	Signifiants iconiques	Signifié
Le cadre	Présent	Insiste sur l'image
Le cadrage	Normal	Neutre
L'angle de prise de vue	Gros plan	/
La composition	Séquentielle	S'intéresse à toute l'image
Les couleurs	Marron Vert	L'ancienneté La nature
La forme	Fermer	La fermeture
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiant iconique	Signifié du 1 ^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Pièce traditionnelle pour allumer	Lampe traditionnelle	Lumière	La civilisation

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : elle contient une seule image et un seul texte.

Le contenu linguistique : « la lampe » : indique le genre de la pièce présentée dans l'image. C'est une lampe traditionnelle.

Le rapport texte image : il y a un rapport de complémentarité entre le texte et l'icône. Le texte complète le contenu de l'image.

La synthèse globale : la ville de Skikda est connue par des pièces traditionnelles et historiques. L'image présente une lampe historique, il considère comme une pièce de la lumière

L'analyse de la page 07 :

Description de la page : Elle contient deux (02) images et trois (03) textes : Un (01) en arabe et deux (02) en français.

L'analyse des images :**Image 01 :**

Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Absent	Imaginaire
Le cadrage	Plan moyen	/
L'angle de prise de vue	Normale	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Rouge Blanc Gris	Chaleur, puissance pureté /
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Meubles des pièces pierreuses	Des monuments historiques	L'époque romaine	L'histoire
Statue debout	Homoncule sans tête et sans bras	La guerre	La Résistance

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : cette image comprend deux (02) textes : le premier en arabe et le deuxième en français.

Le contenu linguistique : « Monument. Epoque romaine » : ce texte nous donne des informations sur les monuments historiques qui sont d'origine romaine.

Le rapport texte/ image : il y a un rapport complémentaire entre le texte et l'image. Le texte donne des informations sur les monuments historiques.

La synthèse globale : la ville est connue par son aspect historique. Cette image représente un ensemble de monuments historiques de l'époque romaine. Parmi ses pièces, la statue debout sans tête et sans bras signifie la guerre et la Résistance.

Image 02 :



Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifié
Le cadre	Présent	S'intéresse à l'image
Le cadrage	Gros plan	/
L'angle de prise de vue	Normale	Neutre
La composition les couleurs	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
La forme	Fermer	Fermeture
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Une grosse dalle horizontale posée sur deux pierres verticales.	Dolmens	Abri	La protection
Des plantes odoriférantes	Menthe	Bon odeur	La nature

Les messages linguistiques : « les dolmens Collo » :

La forme de plasticité : l'image est formée d'un seul texte écrit en caractères gras.

Le contenu linguistique : ce texte explique le contenu de l'image. Il montre que la ville de Collo contient des dolmens qui sont des grosses dalles horizontales posées sur deux pierres verticales.

La relation texte image : il y a une relation de complémentarité entre le texte et l'icone. Le texte donne des informations sur l'image.

La synthèse globale : la ville de Collo est parmi les plus belles villes historiques et touristiques de la Ville de Skikda. Les dolmens de Collo se sont des mégalithiques préhistoriques.

L'analyse de la page 08 :

La description globale de la page : elle est constituée de sept (07) textes écrits en caractères gras et deux (02) images.

L'analyse des images :

Image 01 :

Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Absent	Imaginaire
Le cadrage	Plan d'ensemble	Des personnes dans leur environnement
L'angle de prise de vue	Normal	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute t'image est intéressante
Les couleurs	Blanc Bleu Vert	Joie, pureté Le calme La nature
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du premier niveau	Connotation 01	Connotation 02
Pigeon	El –Hamam	relaxation	Hygiène
Trios personnes	Trois hommes	Clientèle	Pigeon pour les hommes.

Les messages linguistiques : « source thermale Hammam El-Hamma. Azzaba »

La forme de plasticité : l'image contient deux textes écrits en caractères gras.

Le contenu linguistique : le texte donne des informations sur Hammam EL Hamma de Azzaba. Il est une source des eaux minérales chaudes.

La relation texte/ image : il ya une relation de complémentarité entre le texte et l'icône.

La synthèse : la ville d'Azzaba est connue par Hammam El Hamma. Ce dernier se caractérise par ses eaux minérales chaudes : un lieu de relaxation et d'hygiène.

Image 02 :

Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Absent	Imaginaire
Le cadrage	Plant d'ensemble	Des personnes dans leur environnement
L'angle de prise de vue	Normale	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Bleu Vert Blanc	Calme le spectateur La nature La joie
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques

Signifiants iconiques	Signifié du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
La mère et les blocs de roche	La corniche	La plage	-Ville côtière -Tourisme
Station des bateaux	Porte de pêche	La pêche	Fortune de poisson

Les messages linguistiques : « la corniche de Stora avec ses point de vue et son porte de pêche et de plaisance »

La forme de plasticité : l'image contient trios (03) textes écrits en caractère gras.

Le contenu linguistique : le texte explique la richesse de la fortune aquatique et de poisson à travers la corniche de Stora et sa porte de pêche.

Le rapport texte image : il y a une relation de complémentarité entre le texte et l'image. Le texte complète le contenu de l'image, il donne des informations qui ne peuvent pas être apparues dans l'image seule.

La synthèse globale : Skikda est une ville côtière qui se caractérise par ses plages et ses corniches. La corniche de Stora est le plus beau lieu historique de la ville ; il se caractérise par sa fortune aquatique : les poissons.

2-2- l'analyse du dépliant de la ville du centre : Souk Ahras (Madauros).

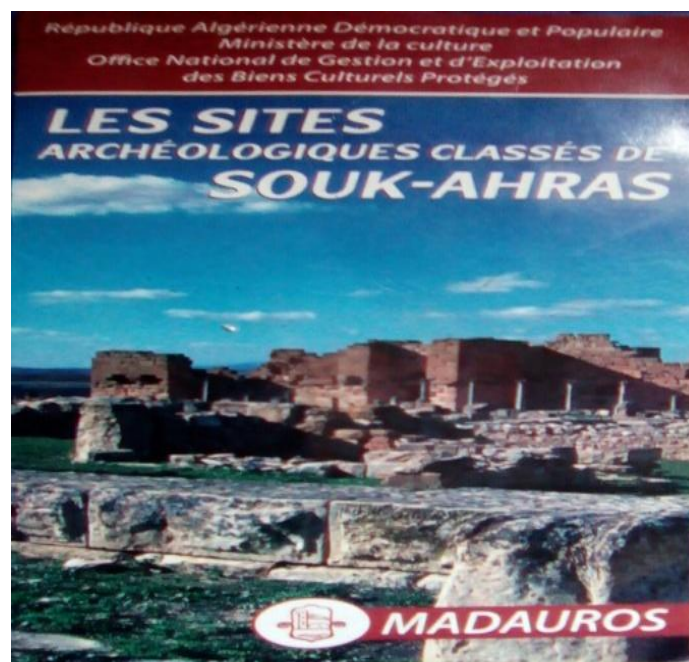
Description globale du dépliant :

Le dépliant de la ville de Souk Ahras présente les sites archéologiques de Souk Ahras situés à Mdaouros. Il se compose de six pages dix (10) images.

Description de la première page : elle contient une seule image et trois textes qui sont écrits en caractères gras pour attirer les lecteurs.

L'analyse de l'image :

L'analyse de la page : 01



Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Absent	Imaginaire
Le cadrage	Gros plan	/
L'angle de prise de vue	Contre plongé	Valorisé le contenu
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Bleu ciel Vert Gris Marron	Calme le spectateur La nature / L'ancienneté
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les signes iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Des restants	Des ruines	L'histoire	-La civilisation romaine -Ville ancienne

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : l'image est accompagnée de trois (03) textes écrits en caractères gras.

Le contenu linguistique de chaque texte :

Texte 01 : « République Algérienne Démocratique et populaire. Ministère de la culture. Office National de Gestion et d'exploitation des biens Culturels protégés » : ce texte indique le patronyme de ce dépliant

Texte 02 : « les sites archéologiques classés de Souk Ahras » : le texte donne des informations sur le contenu de dépliant en général.

Texte 03 : « Mdaouros » : Montre que ce dépliant décrit les sites archéologiques de « Mdauros ».

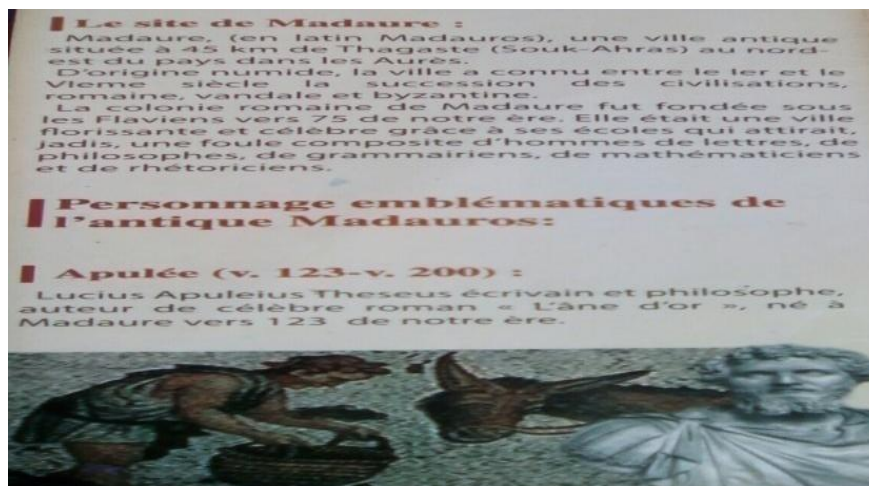
La relation texte / image : il y a une relation de complémentarité entre le texte et l'image. Le texte complète le sens de l'image.

La synthèse globale : la ville de Souk Ahras est connue par ses sites archéologiques. Elle est ancienne. Elle se caractérise par les ruines, les monuments et les vestiges de la civilisation de la ville antique « Mdauros » (ville romaine).

L'analyse de la page 02 :

Description globale de la page : cette page contient une seule image et deux (02) textes écrits en caractères gras pour attirer les lecteurs.

L'analyse de l'image :



Les messages plastiques

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Absent	Imaginaire
Le cadrage	Gros plan	Correspond à la taille du visage
L'angle de prise de vue	Normal	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Gris Vert Marron	/ La nature L'ancienneté
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Homoncule d'un homme	Personnage emblématique	Ecrivain	Philosophe
Animale	Ane	La puissance	La force
Un être humain	Homme	Serviteur	berger de troupeau
Petit sac à dos	Petit panier	La nourriture	Le blé

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : Il existe trois (03) textes qui sont écrits en caractères gras.

Le contenu linguistique de chaque message :

Texte 01 : « le site de Madaure » : ce texte donne des informations sur la situation géographique et l'origine de la ville du Madaure.

Texte 02 : « personnage emblématiques de l'antique Madauros » : ce texte classe les personnages célèbre et emblématiques de l'antiquité Madauros.

Texte 03 : Apulée (v.123-v.200) : ce texte donne des informations sur l'écrivain et le philosophe 'Lucius Apulée'.

La relation texte / image : il y a une relation d'encrage entre le texte et l'image. Le texte donne des informations sur l'image, il explique l'identité de l'écrivain romain Apulée et son histoire « l'âne d'or ».

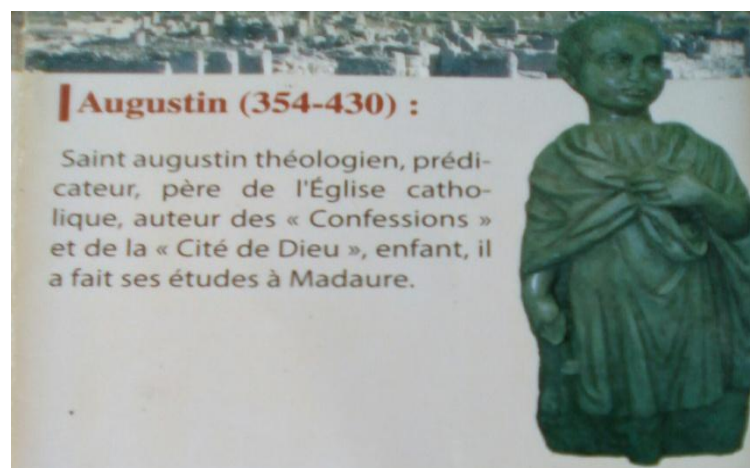
Synthèse globale : Madaure est une ville antique qui se situe à Souk Ahras, il est d'origine numide. Il se caractérise par des personnages emblématiques tels que : Apulée qui est un écrivain, philosophe et auteur du célèbre roman « l'âne d'or ».

L'analyse de la page 03 :

Description de la page 03 : Elle se compose de deux (02) images et trois (03) textes qui sont accompagné avec des titres écrit en caractère gras pour attirer les lecteurs.

L'analyse des images :

Image 01 :



Les messages plastiques :

	Signifiants iconiques	Signifié
Le cadre	Absent	Imaginaire
Le cadrage	Américain	Personne jusqu'à les cuises
L'angle de prise de vue	Plongé	Dévalorisé le contenu
La composition	Décentré	La personne est complètement décentrée
Les couleurs	Gris	La couleur des pierres
L'éclairage	Naturel	/
la texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Effigie d'un homme pierreux	Homoncule	Personnage emblématique	Personnage de religion

Les messages linguistiques :

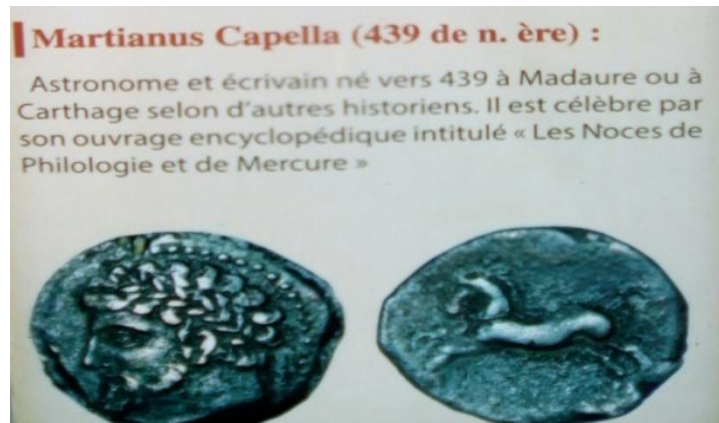
La forme de plasticité : le texte se compose de deux parties : un titre écrit en rouge et en caractères gras accompagnant un petit paragraphe.

Le contenu linguistique : « Augustin 354-430 » : ce texte explique l'identité d'Augustin. Il était un père de l'église catholique. Il a fait ses études à Madaure.

La relation texte / image : il y a une fonction de complémentarité entre le texte et l'icône qui l'accompagne. Le texte donne des informations sur le personnage.

La synthèse globale : le site de Madaure de Souk Ahras est connu par des personnages emblématiques. Augustine est un personnage emblématique de l'antiquité. Il était le père de l'église catholique. Il a fait ses études à Madaure.

Images 02 :



Les messages plastiques :

	Signifiants iconiques	Signifiés
Le cadre	Absent	Imaginaire
Le cadrage	Gros plan	S'intéresse au visage du personnage.
L'angle de prise de vue	Normale	Neutre
La composition	Centrale	L'image est complètement centrale
Les couleurs	Blanc Gris	pureté couleur des pierres
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

	Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Image 01	Tête d'un homme pierreux	Homoncule	L'histoire	Personnage emblématique.
Image 02	Animale	Cheval	La vitesse	La force

Les messages linguistiques : Martianus Capella (439 de n. ère)

La forme de plasticité : ce passage linguistique contient deux (02) textes : un titre écrit en caractères gras et un paragraphe.

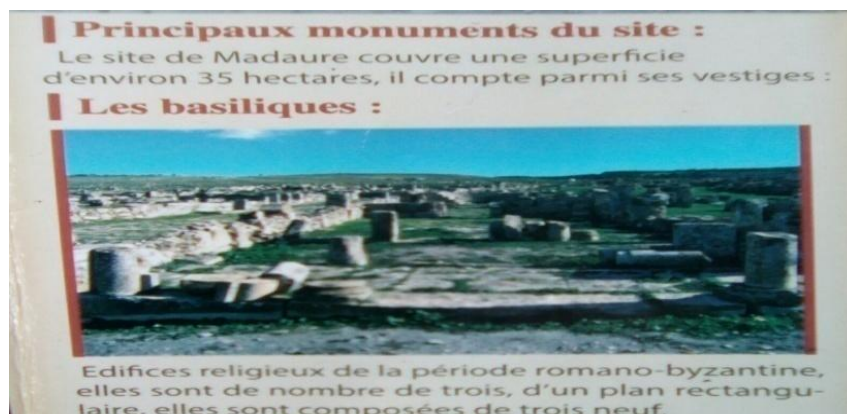
Le contenu linguistique : le texte identifie la personnalité et l'identité de Martianus Capella (439 de n. ère). Il était un écrivain très célèbre. Il est connu par son ouvrage encyclopédique intitulé « Les Noces de Philologie et de Mercure ».

La relation texte / image : il y a une relation de complémentarité entre le texte et l'icône. Le texte complète le contenu de l'image. Il donne des informations sur le personnage.

La synthèse : La ville de Madaure est connue par ses personnages emblématiques de l'antiquité. Martinus Capella est un personnage très célèbre dans la civilisation de Madaure. Il était un écrivain et astronome, il est célèbre par son ouvrage encyclopédique intitulé : « les Noces de Philologie et de Mercure »

L'analyse de la page 04 :**Description globale de la page 04 :**

Elle se compose de deux (02) images et trois (03) textes écrits en caractères gras pour attirer les lecteurs. Chaque image est accompagnée d'un texte.

L'analyse des images :**Image 01 :**

Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	Intéresse à l'image
Le cadrage	Plan moyen	/
L'angle de prise de vue	Normal	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Vert Marron Bleu ciel	La nature l'ancienneté Le calme
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Restant des édifices	Les basiliques	-Monuments -historiques	-La civilisation -Lieu ancien

Les messages linguistiques : « principaux monuments du site » : les basiliques.

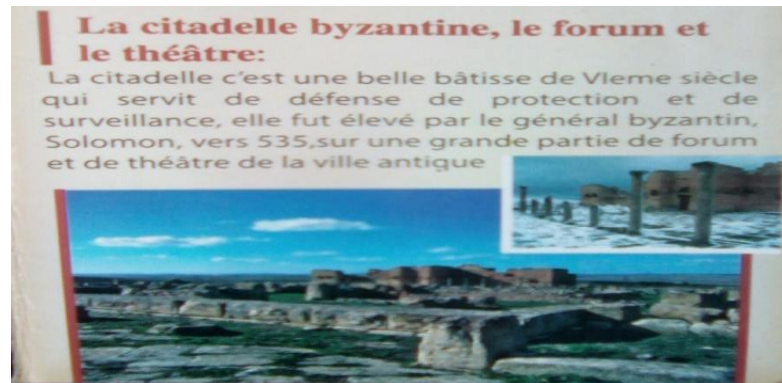
La forme de plasticité : ils se composent de deux textes qui sont accompagnés par des titres écrits en caractère gras.

Le contenu linguistique : ces textes expliquent les principaux monuments du site de Madaure comme les basiliques.

La relation texte image : il y a une relation de complémentarité entre le texte et l'icône. Le texte complète le contenu de l'image.

Synthèse globale : le site de Madaure connu par ses principaux monuments historiques. Les basiliques sont considérées comme des restants des édifices religieux de la période romano- byzantine.

Image 02 :



Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	S'intéresse à l'image
Le cadrage	Plan moyen	/
L'angle de prise de vue	Normale	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Gris Vert Bleu ciel	Le froid La nature Le calme
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Des édifices en ruine	Les citadelles	Défense	La protection

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : ils se composent de deux (02) textes qui sont écrit en caractère gras pour attirer les lecteurs et un petit paragraphe.

Le contenu linguistique :

« La citadelle byzantine, le forum et le théâtre » : La citadelle.

La citadelle c'est une belle bâtisse qui sert de défense, de protection et de surveillance.

La relation texte image : le titre et l'icône se complètent et que chacun des deux pôles tend vers canaliser le sens de l'autre, alors il ya une relation de complémentarité.

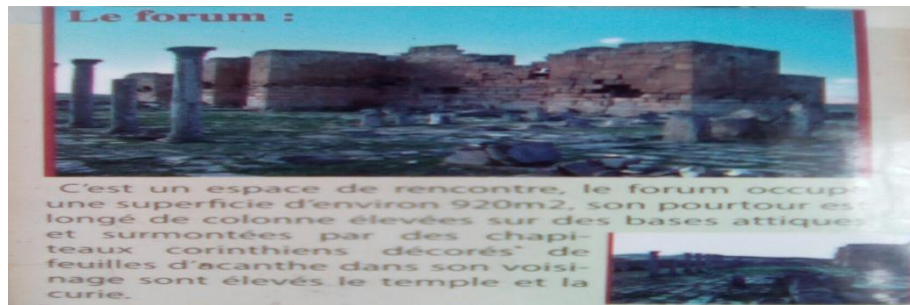
La synthèse globale : le site Madaure se caractérise par ses nombreux monuments historiques romain et byzantine. La citadelle c'est une belle bâtisse il se caractérise par ses paysages naturels. Elle sert de défense, de protection et de surveillance, elle fut élevée par le général byzantin, Solomon, vers 535.

L'analyse de la page 05 :**Description de l'image :**

Cette page se compose de deux (02) images et deux (02) textes qui sont écrits en caractère gras pour attirer les lecteurs.

L'analyse des images :

Image 01 :



Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	S'intéresse uniquement au contenu de l'image
Le cadrage	Plan moyen	/
L'angle de prise de vue	Normale	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Vert Marron Gris	La nature L'ancienneté La couleur des pierres
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Un espace de rencontre	Le forum	Des monuments historiques	La ville des lois et des règles

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : ils contiennent deux (02) textes : un titre écrit en caractères gras et un petit paragraphe.

Le contenu linguistique : « le forum » : le forum est un espace de rencontre, son pourtour est longé de colonne élevée sur des bases attiques et surmontées par des chapiteaux corinthiens décorés de feuilles d'acanthé dans voisinage sont élevés le temple et la curie.

La relation texte / image : il y a une fonction de complémentarité entre le texte et l'icône. Le texte complète le contenu de l'image. Il donne des informations sur le forum.

La synthèse : Parmi les monuments historiques de Madaure, on montre ici le forum qui montre que cette ville était un lieu des rencontres, des discussions et des lois.

Image 02 :

Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	S'intéresse à l'image
Le cadrage	Plan moyen	/
L'angle de prise de vue	Normal	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Marron vert	La chaleur La nature
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Restants des tribuns hémicycle	Le théâtre	Spectacle	Lieu d'art

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : le texte se compose d'un titre écrit en caractères gras et un petit paragraphe.

Le contenu linguistique : le texte donne des informations sur le théâtre qui signifie un monument historique du site de Madaure. Ce théâtre se situe à l'intérieur de la citadelle au voisinage immédiat du forum. Il est d'une forme hémicycle. **La relation texte / image :** il y a une relation de complémentarité entre le texte et le contenu de l'image. Le texte donne des informations sur le contenu de l'image.

La synthèse : le théâtre du site de Madaure est un monument historique. Il se situe à l'intérieur de la citadelle au voisinage immédiat du forum, il prend une forme hémicycle. Il montre que le Madaure était un lieu d'art qui a ses spectateurs

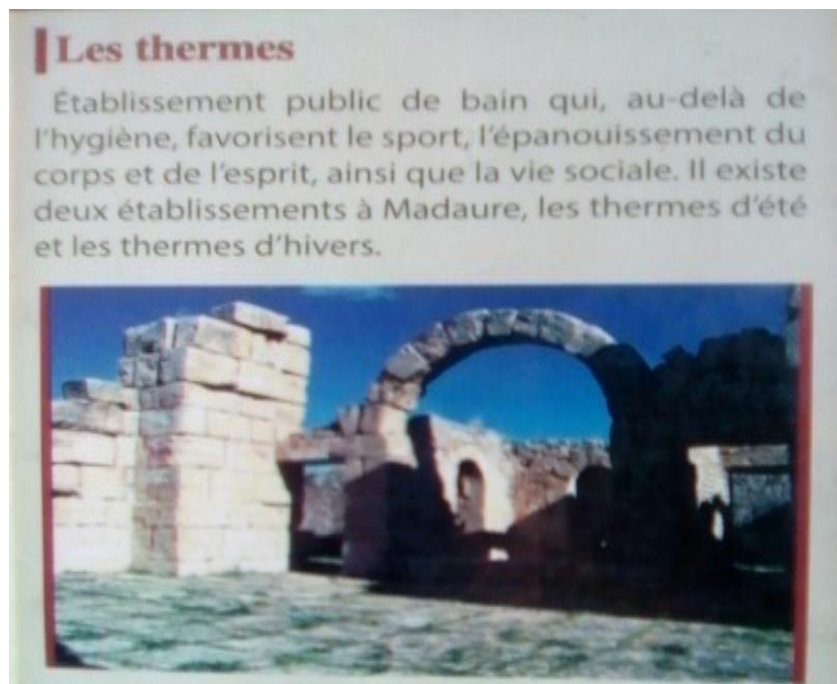
L'analyse de la page 06 :

Description de la page 06 :

Elle contient deux images et deux textes qui sont écrits en caractère gras pour attirer les lecteurs.

L'analyse des images :

Image 01



Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	S'intéresse au contenu de l'image
Le cadrage	Plan moyen	/
L'angle de prise de vue	Normal	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
Les couleurs	Bleu Marron vert	Le calme L'ancienneté La nature
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Etablissement public du bain	Les termes	-L'eau chaude - L'hygiène du corps	- l'épanouissement du corps et de l'esprit -la vie sociale -Le sport

Le message linguistique :

La forme de plasticité : ce texte se compose de deux (02) partie : un titre écrit en caractères gras et un petit paragraphe.

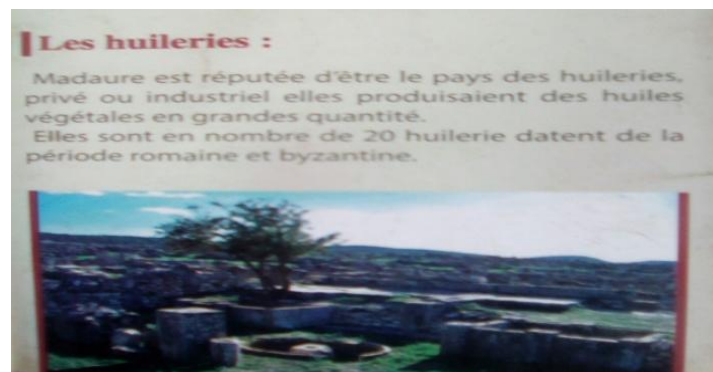
Le contenu linguistique : « les thermes »

Les thermes se sont des établissements publics de bain.

Le rapport texte image : il y a une relation de complémentarité entre le texte et l'icône. Le texte complète le contenu de l'image. Il donne des informations sur les thèmes qui ne peuvent jamais apparus sur l'image seule.

La synthèse globale : les thermes sont des monuments historiques très célèbres de site de Madaure. Ils sont des établissements publics de bain qui au-delà de hygiène, favorisent le sport, l'épanouissement du corps et de l'esprit, ainsi que la vie sociale.

Image 02 :



Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Le cadre	Présent	S'intéresse au contenu de l'image
Le cadrage	Plan moyen	/
L'angle de prise de vue	Normal	Neutre
La composition	Séquentielle	Toute l'image est importante
Les couleurs	Vert Bleu ciel Gris Blanc	La nature Calme le spectateur La couleur des pierres La joie, la paix
L'éclairage	Naturel	/
La texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifié du 1^{er} niveau	Connotation 01	Connotation 02
Plante	Arbre d'olive	Les huiles	-La richesse -végétale
Etablissement de la fabrication des huiles	Les huileries	L'industrie des huiles	-L'argent -Le commerce

Les messages linguistiques :

La forme de plasticité : le texte se compose de deux parties : un titre écrit en caractères gras et un petit paragraphe.

Le contenu linguistique : « les huileries » : ce texte donne des informations sur les huileries durant la période romaine et byzantine.

La relation texte / image : il y a une relation de complémentarité entre le texte et l'icône. Le texte complète le sens de l'image. Il donne des informations sur le contenu de l'image.

La synthèse globale : Madaure est connu par ses huileries privées ou industrielles. Elles produisent des huiles végétales en grande qualité. Elles constituent en effet un fort commerce. Elles sont devenues par la suite des monuments historiques qui caractérisent la région.

2-3- L'analyse du dépliant de la ville saharienne :

La ville d'Illizi : le parc National du Tassili.

La description globale:

Le dépliant du parc National du Tassili. Il se compose de trois (03) surfaces et ce dernier contient six(6) pages. Ce dépliant représente la richesse Historique et naturelle de la ville d’Illizi à partir de ce parc.

L’analyse de la première surface : Elle se compose de : La page (01) + la page (02) il contient une image doublé avec six (06) textes.



- Les messages plastiques :

	Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Présent	Insister sur le contenu de l’image
Cadrage	Plan moyen	Personne en pied.
Angle de prise de vue	Normal	Neutre
Composition	Axiale	Valorise l’image
Forme	/	/
Couleurs	Dominantes : marron, gris	La couleur de roche
Eclairage	Naturelle	/
Texture	Lisse	Visuel

- Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés de premier niveau	Connotation 01	Connotation 02
Conteur d'un être vivant	Un être humain	L'homme Tahgannit	-L'existence d'une vie passée - Région peuplée
Conteur d'un objet porté à la main	Une arme	La chasse	La puissance, la force
Une partie du corps est élevé	Le bras élevé	Geste de la vie quotidienne	L'activité quotidienne

- Les messages linguistiques :**La forme de la plasticité :**

Cette image contient six(06) textes : trois(03) en haut de l'image et deux (02) en bas de l'image.

-Le texte deux (02) « **Ministère de la culture** » est une partie du texte quatre (04)

« **UNESCO Biosphère Reserve** », sont écrits en caractères gras pour attirer l'attention des lecteurs sur ce qui s'intéressent à cette région.

- Le texte trois (03) écrit en italique. La taille de police que celle des autres textes annonce le concepteur du dépliant.

Le contenu de chaque texte :

Texte (01) : « République Algérienne Démocratique et Populaire », il montre que ce document est un dépliant algérien.

Texte(02) : « Ministère de la culture ». Le ministère de la culture est le patronage de ce dépliant.

Texte (03) : « Office du Parc National du tassili » : l'office de ce parc national est le concepteur de ce dépliant. Ce texte est accompagné par son logo.

Texte (04) : « UNISCO Biosphère Réserve », montre que Tassili est réservé par l'UNISCO. Ce texte est accompagné par son logo.

Texte (05) : informations relatives à l'office du parc sur : B.P, N .T, Fax et Tél/Fax.

Texte (06) : « Sous la Direction de Borj-El Haoues, Sous la Direction d'Illizi », montre les autres participants de ce dépliant : la direction de Borj El-Haaoues et la direction d'Illizi.

Le Rapport texte image :

Tous les textes ont une relation de transposition parce que le statut et l'époque des images sont différentes de celui des textes.

La synthèse :

Le parc national du Tassili est connu par l'homme Taghanite. Cet être primitif est représenté sous forme de gravures gravées sur les roches. Il signifie l'existence d'une vie passée dans une région peuplée. Ses gestes (les bras levés) connotent l'activité quotidienne. Il exerçait la chasse qui signifie l'existence.

L'analyse de la deuxième surface : page (03) + (04) + (05)

Cette surface contient 05 images qui sont accompagnées d'un seul texte très long qui les pénètre.



L'analyse sémiotique et comparative des images :

Les messages plastiques :

Le cadre : présent dans toutes les images à l'exception de l'image (05)

Le cadrage : les cinq images ont le même plan pour insister sur l'environnement saharien ou désertique.

La composition :

- Image (01) et (02) : séquentielle, insiste sur tout le paysage.
- Image (03) : décentrée pour valoriser l'arrière plan.
- Image(4) et (05) : axiale, les animaux sont mis au centre de l'image, ils ont une valeur.

L'angle de prise de vue :

- image (01), (02), (04) et (05) : normale, il est neutre.
- image (03) : contre plongé, valorise toute la scène premier plan et arrière plan.

Les couleurs :

- Le jaune : le support de la majorité des images, il signifie le climat chaud, le désert, la chaleur etc.
- Le bleu e le gris : ils sont des couleurs froides qui signifient dans cette image la fraîcheur.
- **L'éclairage :** naturel, toutes les images représentent des paysages naturels et l'environnement saharien et dans ce cas l'éclairage est naturel.
- **Texture :** lisse, visuel.

Les messages iconiques :

L'image	signifiants iconiques	Signifiés de premier niveau	Connotation 01	Connotation 02
Image 01	maisons côte à côte	L'agglomération	La vie	
	Plantes	Palmier	-La force -la puissance	La hauteur
Image 02	Bloc de roche+ Source d'eau	Paysage naturelle	La beauté naturelle	La fraîcheur, la douceur
Image 03 Premier plan	Deux être humain préparent le thé	Scène de la vie quotidienne des Touaregs	La modestie	La vie primitive
Image 03 Deuxième plan	Des gravures sur une grande	Montagne gravée	L'histoire de la région	La civilisation
Image 04	Animal dans le désert	Le chameau	La résistance, la puissance,	L'adaptation, Le désert
Image 05	Animale dans le désert	Tigre	La force	La richesse de faune désertique.

Les messages linguistiques :**La forme de plasticité :**

Nous avons trouvé dans cette surface deux textes :

Texte 01 : « bien venu au parc national du tassili, un haut lieu de la civilisation et de la culture universelle. »

Ce texte est identique, la taille de police plus grande que le texte (02).

Texte 02 : trop long.

Le contenu linguistique :

Texte 01 :

Ce texte écrit pour accueillir des lecteurs. Il montre que Tassili est un lieu de la civilisation.

Texte 02 : des recommandations adressées aux touristes pour la préservation des lieux visités. Il s'implique en utilisant le pronom « nous » (émetteur) par exemple :

- Demandez l'autorisation avant de photographier toute personne.
- Respectez les œuvres rupestres en prenant soin de ne pas les toucher.

Le rapport texte image :**Texte 01 :**

Il y a un rapport de complémentarité, le contenu du texte complète l'image et l'image a une relation avec le texte. C'est-à-dire, l'un complète l'autre.

Texte 02 : il y a une relation de complémentarité entre le grand texte et les images puisque le texte englobe le contenu de toutes les images.

Synthèse globale :

Le parc National du Tassili est connu par ses paysages naturels. Les habitants de cette région conservent leurs traditions et leurs costumes : ils portent des habits bleus pour les préserver contre la chaleur du désert. L'existence des chameaux et des tigres explique la richesse de la faune désertique.

L'analyse de la surface 03 : elle se compose de la page (06), cette page contient une carte géographique.



Les messages plastiques :

	Signifiants plastique	Signifiés
Le cadre	Présent	Concret
Le cadrage	Large	Distance
L'angle de prise de vue	Plongé	Domination de spectateur
La Composition	Séquentielle	Toute l'image est intéressante
La Forme	Carte	Situation géographique
Les couleurs	Jaune, marron, gris, bleu, vert.	la désert, la chaleur, le calme, l'ancienneté
L'éclairage	Naturel	/
Texture	Lisse	Visuel

Les messages iconiques :

Signifiants iconiques	Signifiés du premier niveau	Connotation 01	Connotation 02
Une carte et une clé	Carte géographique de la ville d'Illizi accompagnée d'une clé.	Situation géographique d'Illizi	-Région archéologique - richesse de la région

Le rapport texte image :

Dans cette surface, il ya trois (03) messages linguistiques. Il y a une relation de complémentarité ente le texte « le parc nationale du tassili » est son icône.

Synthèse globale

D'après la carte géographique, nous avons constaté que le parc national de Tassili se situe à Illizi et cette région est connue par ses richesses historiques et archéologiques.

3- Bilant de résultat :

Notre analyse a dévoilé les stratégies de communication utilisées dans ces dépliants. Ces stratégies ont une relation étroite avec la conception des dépliants au niveau plastique, iconique et linguistique.

Au niveau plastique, le cadre, le cadrage, le choix de l'angle de prise de vue et les couleurs ont une signification.

Le gros plan est le plus utilisé dans ces dépliants pour insister sur les lieux touristiques dans les villes en question. Les couleurs qui sont dominantes sont : le bleu signifie le calme, le vert signifie la nature, le marron connote l'ancienneté.

Au niveau iconique, le concepteur a choisi la photographie des lieux touristiques. Ceci permet aux visiteurs de les reconnaître facilement.

Au niveau linguistique, le concepteur a utilisé des assertions dans les deux premiers dépliants (ville côtière, ville de centre) pour informer les lecteurs sur les différents lieux touristiques qui existent dans ces deux villes (Skikda, Souk Ahras). Toutefois dans le troisième dépliant, le concepteur emploie des injonctions (l'impératif) afin d'inciter les destinataires à préserver les lieux touristiques se trouvant dans le parc du Tassilli.

Etant donné que le dépliant touristique contient des images et des textes, le choix de la relation entre ces deux parties constitue une autre stratégie dans la conception de ce type de dépliant. L'analyse a montré que la relation dominante est celle de complémentarité : l'icône représente le lieu touristique au moment où le texte apporte des informations sur ce lieu.

Ces stratégies montrent clairement que les dépliants touristiques ont pour but d'informer les touristes sur les lieux existant dans telle ou telle ville, les inciter à visiter et conserver ces régions. Néanmoins l'objectif fondamental de ces stratégies est la promotion touristique.

La conclusion :

Nous avons vu dans ce chapitre l'analyse sémiotique des trois (03) dépliants à la manière de la sémioticienne Martine Joly. Après avoir analysé ses dépliants nous

avons terminé notre étude par un bilan de résultats obtenus ou' nous avons mis l'accent sur les stratégies de communication utilisé dans les dépliants touristiques.

conclusion
générale

Conclusion générale

L'étude sémiotique et comparative des dépliants touristiques : cas de la ville de Skikda, souk Ahras et Tassili est le thème de notre mémoire qui s'inscrit dans le domaine de la sémiotique de l'image puisque l'objet de notre étude qui est les dépliants touristiques sont des catégories d'image.

Devant ce type de dépliants, nous avons posé notre problématique concernant les stratégies y utilisées pour promouvoir les lieux touristiques.

Nous avons émis tout d'abord des hypothèses suivantes. Telle l'affiche publicitaire, le choix de l'image (les couleurs, les icônes, etc.) et celui du texte qui l'accompagne dans un dépliant touristique seraient des stratégies pour inciter les touristes à visiter le lieu touristique qu'on veut promouvoir.

Pour vérifier ses hypothèses, nous avons collecté un corpus large mais nous avons trouvé seulement trois (03) dépliants. Nous les avons analysé en nous basant sur des critères en relation avec notre problématique.

Nous avons classé ces dépliants en trois (03) classes selon la zone : villes côtières, villes de centres et villes sahariennes.

Patrons de ce classement, nous avons analysé les trois (03) dépliants à la manière de la sémiologue française Martin Joly puisque sa méthode d'analyse nous semble globalisante, claire et méthodique en comparaison avec les autres approches sémiotiques.

Dans cette perspective, nous avons choisi une grille d'analyse inspirée de celle de Martine Joly. Cette grille consiste à décrire, tout d'abord, et d'une manière globale le dépliant de chaque ville, puis le message plastique en analysant respectivement les signes plastiques : le cadre, le cadrage, l'angle de prise de vue, les compositions les formes, les couleurs, l'éclairage et la texture.

Ensuite, le message iconique. Nous avons décrit dans ce cas les motifs dans chaque affiche tout en précisant les signifiants du premier niveau (la dénotation) ainsi que les signifiants de second niveau (la connotation).

Conclusion générale

Enfin, c'est le tour du message linguistique. A savoir l'image des mots ou la plasticité et le contenu linguistique entrent dans la signification de l'image.

L'analyse de chaque message est suivie d'une synthèse pour arriver à la fin à une synthèse générale à partir des trois (03) messages : plastique, iconique et linguistique.

L'analyse sémiotique et comparative des trois (03) dépliants en suivant cette grille se termine par un bilan des résultats obtenus où nous avons mis l'accent sur les stratégies de communication utilisées dans ces dépliants. Ces stratégies apparaissent au niveau plastique (cadre, cadrage, angle de prise de vue, etc.), au niveau iconique, et au niveau linguistique pour promouvoir les lieux touristiques.

Au niveau plastique, l'utilisation du grand plan, à titre d'exemple, est une stratégie pour montrer tout le lieu historique. Les couleurs qui sont dominantes sont : le bleu signifie le calme, le vert signifie la nature, le marron connote l'ancienneté.

Au niveau iconique, le concepteur a choisi la photographie des lieux touristiques. Ceci permet aux visiteurs de les reconnaître facilement.

Au niveau linguistique, le concepteur a utilisé des assertions dans les deux premiers dépliants (ville côtière, ville de centre) pour informer les lecteurs sur les différents lieux touristiques qui existent dans ces deux villes (Skikda, Souk Ahras). Toutefois dans le troisième dépliant, le concepteur emploie des injonctions (l'impératif) afin d'inciter les destinataires à préserver les lieux touristiques se trouvant dans le parc du Tassilli.

Etant donné que le dépliant touristique contient des images et des textes, le choix de la relation entre ces deux parties constitue une autre stratégie dans la conception de ce type de dépliant. L'analyse a montré que la relation la plus utilisée pour le concepteur est celle de complémentarité : l'icône représente le lieu touristique au moment où le texte apporte des informations sur ce lieu.

Ces stratégies montrent clairement que les dépliants touristiques ont pour but d'informer les touristes sur les lieux existant dans telle ou telle ville, les inciter à

Conclusion générale

visiter et conserver ces régions. Néanmoins l'objectif fondamental de ces stratégies est la promotion touristique.

Se sont les stratégies que nous avons pu ressortir en analysant notre corpus à la manière de la sémiologue Martine Joly. Nous souhaitons que notre étude apporte un plus dans le domaine de la sémiotique de l'image.

Notre étude s'est intéressée uniquement aux dépliants touristiques de la ville Algérienne. L'extension des lieux ouvrirait la porte sur d'autres recherches sémiotiques et comparatives plus approfondies dans des thèses de doctorat.

Les références bibliographiques

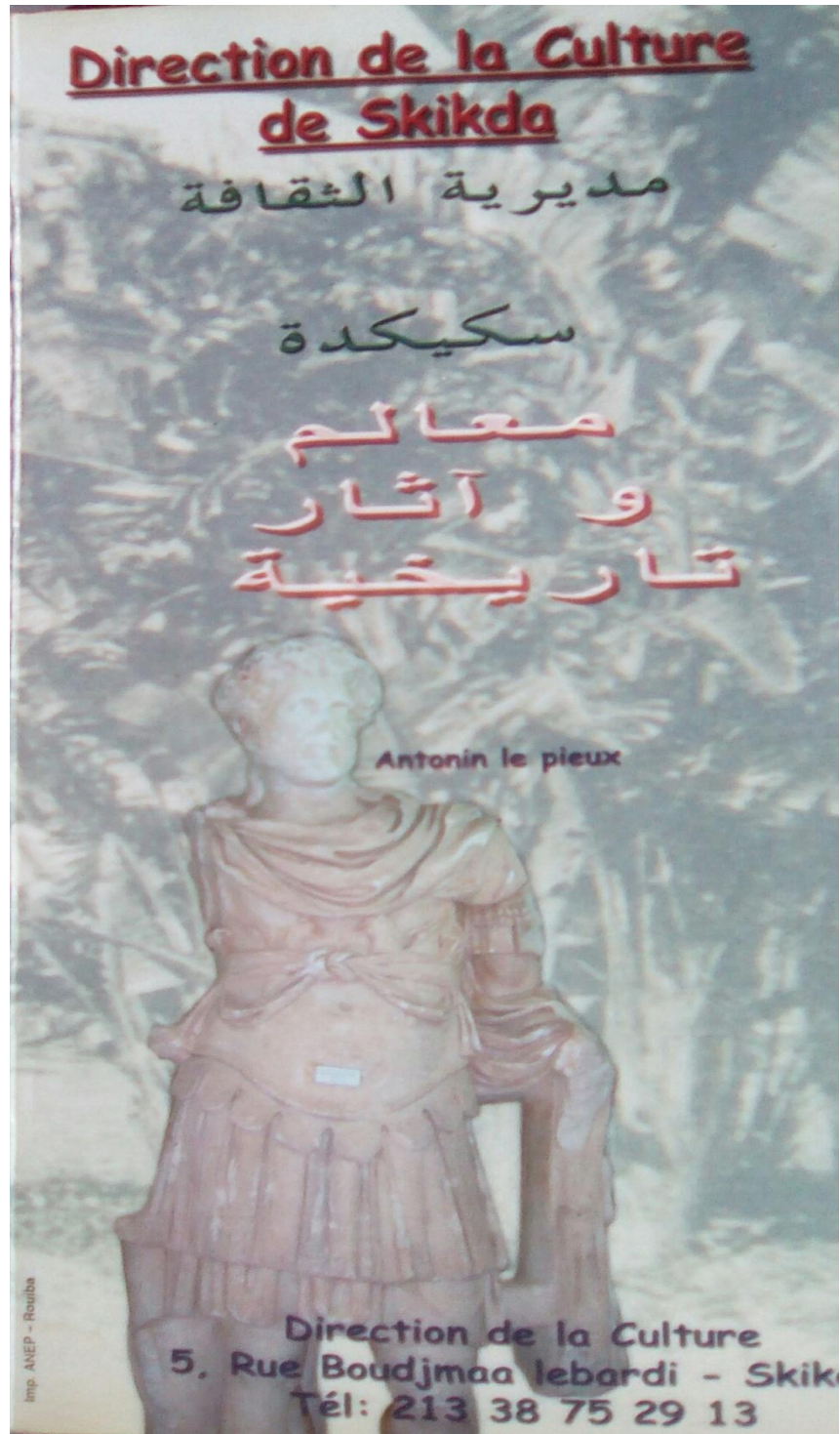
Les références bibliographiques

- 1- **BARTHES, R.** (1964). *Eléments de sémiologie*, *Communications*, N° 4,
- 2- **DELEDALLE, G.** (1978). *Ecrits sur le signe*, Seuil, Paris.
- 3- **Domenjoz, J-C.** *Approche Sémiologique*. Ecole des arts décoratifs
- 4- **MARTINE J.** (1998) *.Introduction à l'analyse de l'image*, Éd. Nathan. France.
- 5- **MARTINE J.** (2005). *L'image et les signes*, Éd. Armand Colin. Paris.
- 6- **MOUNIN Georges.** (1970). *Introduction à la sémiologie*, Ed. des Minuit, Paris.
- 7- <http://www.dictionnaire la rousse.fr>
- 8- <http://Fr.m.wikipedia.org>
- 9- <http://www.dictionnair la rousse.fr>
- 10-<http://www.Lemensuel.net/2007/01/01/texteer-image-relationconjugale/>,
consulté le : 11.02.2009

Annexes

1-Dépliant de la ville de Skikda

La page 01 :



La page 02 :





La page 04 :

Le château Meriem Azza,
actuellement résidence
de la wilaya

قصر مريم عزة،
حاليا إقامة الولاية



Tableaux de grands maitres:



MERCOYROLE
Portrait de
lucrece grevili
D'après leonard
de vinci

لوحة فنية
للوكرس غريفيلي
من طرف ليوناردو فانسي



Le veuf
(J.F Raffæll)

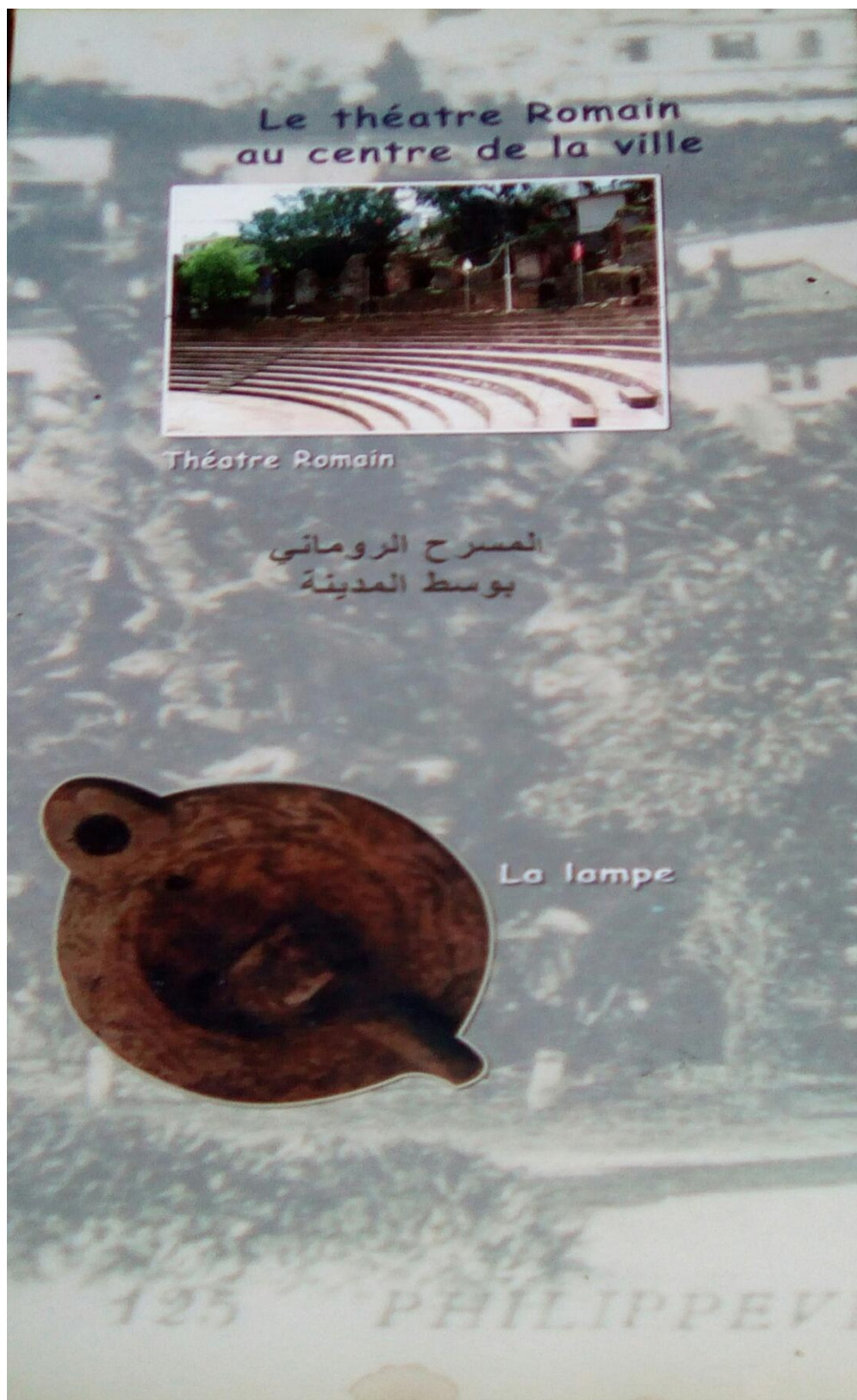
لوحة فنية
للأرمل غفاييل

هذا كل الع

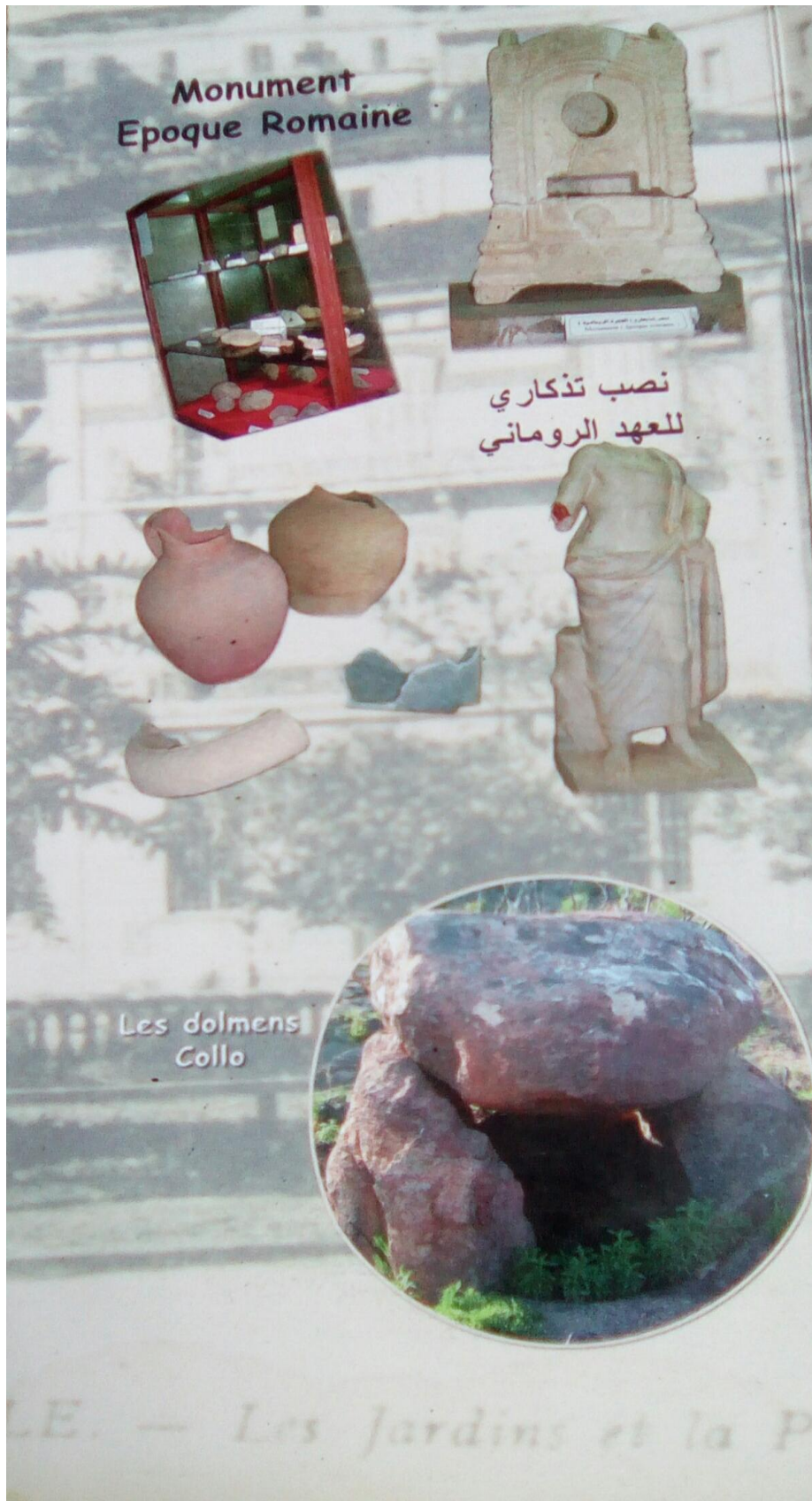
La page 05 :



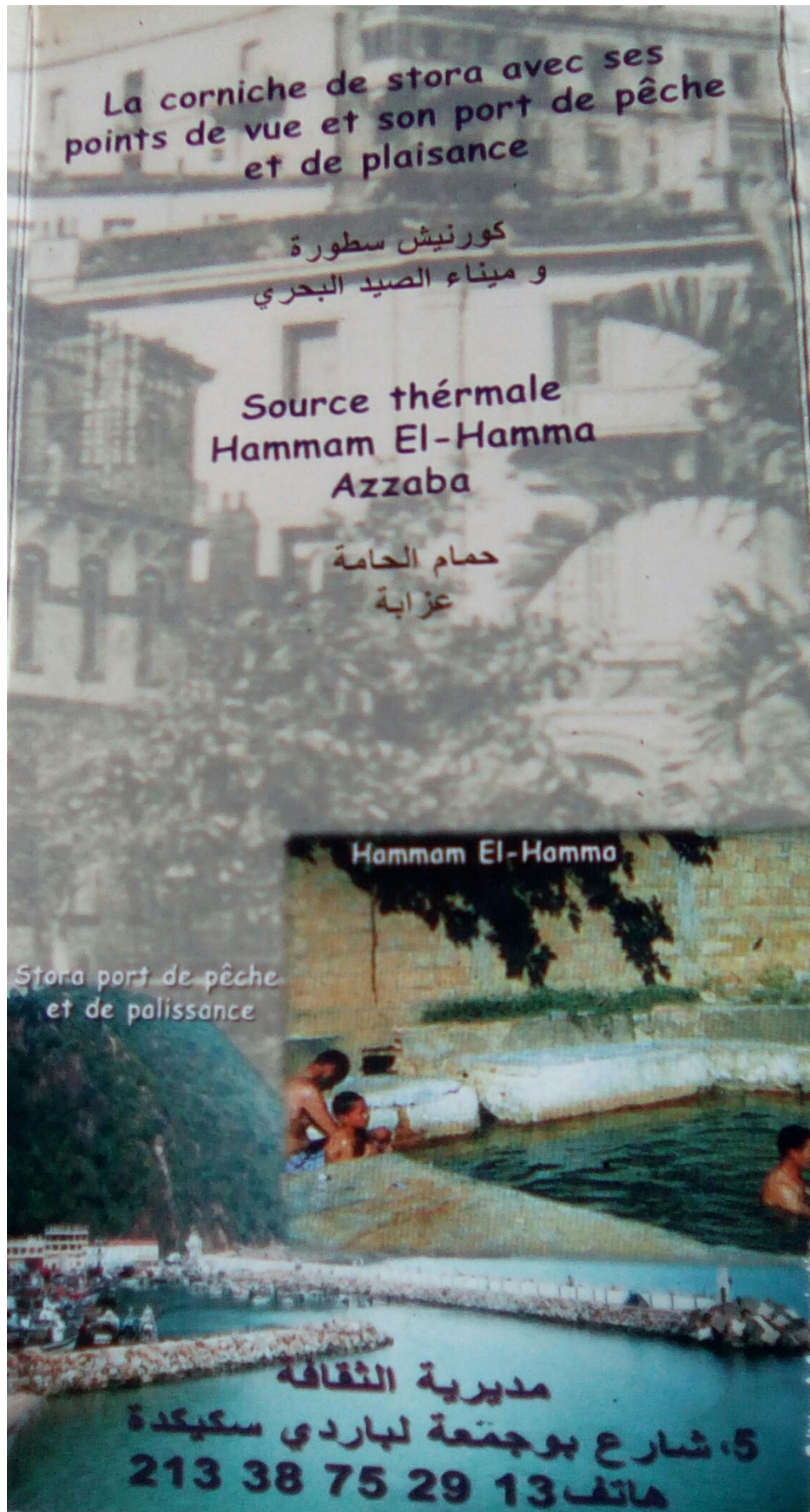
La page 06 :



La page 07 :

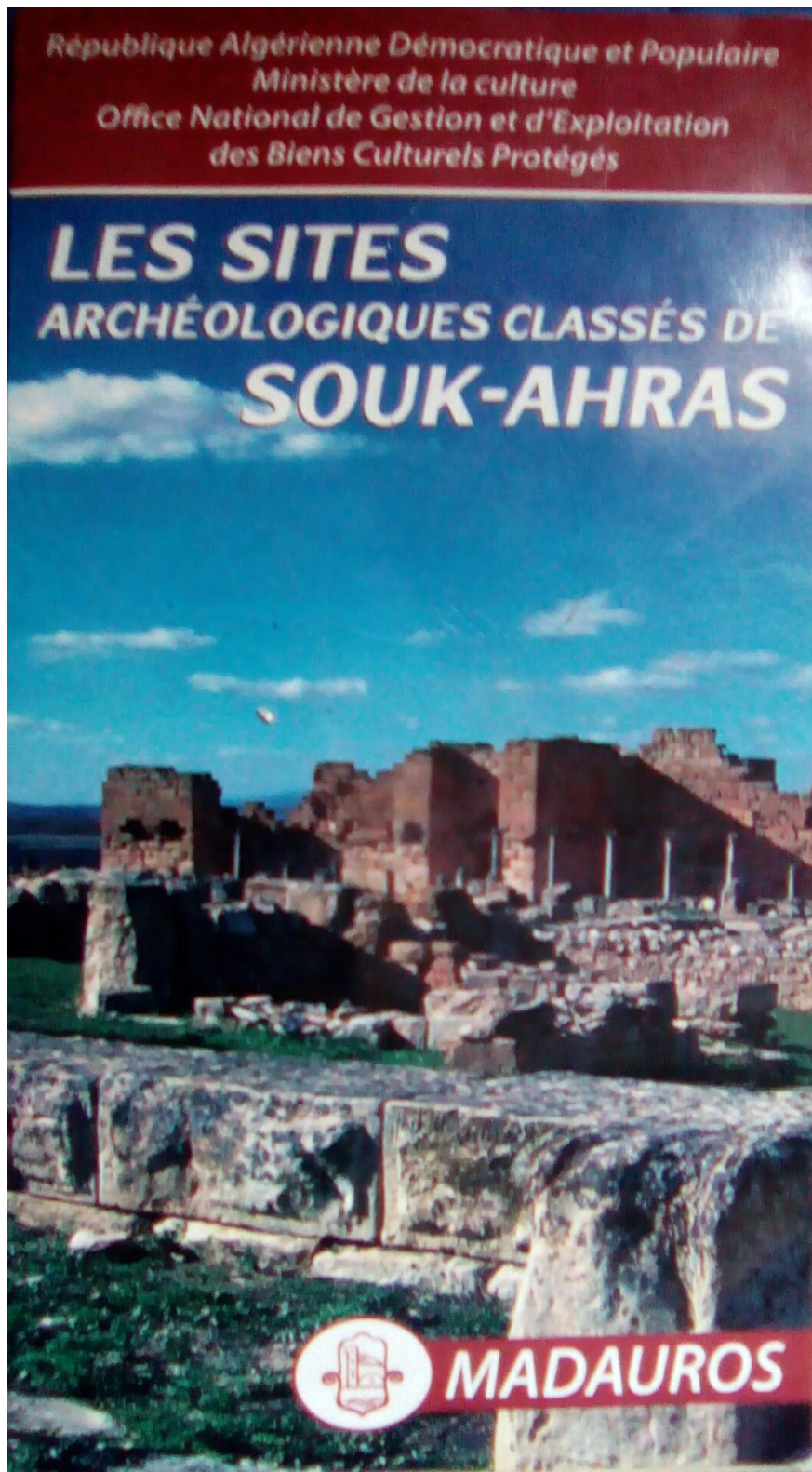


La page 08 :



2- Le dépliant de la ville de Souk Ahras : Madauros

La page 01 :



La page 02 :

Le site de Madaure :

Madaure, (en latin Madauros), une ville antique située à 45 km de Thagaste (Souk-Ahras) au nord-est du pays dans les Aurès.

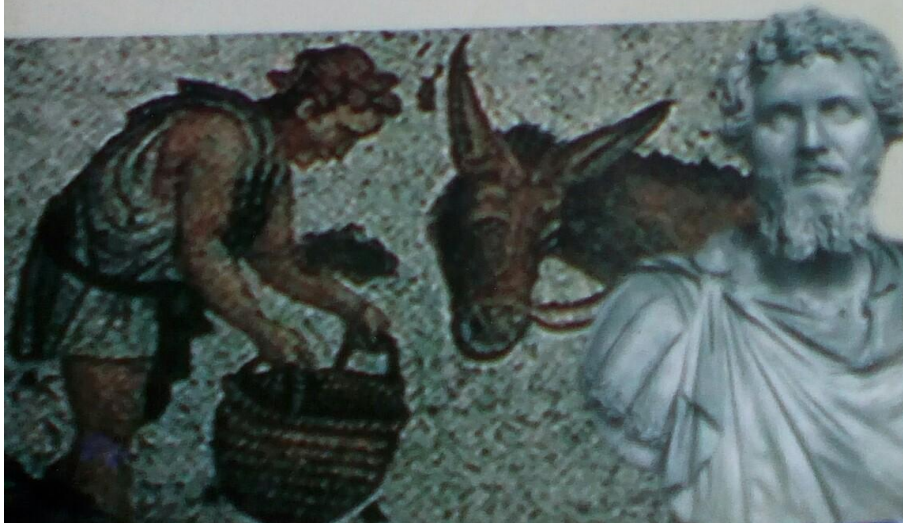
D'origine numide, la ville a connu entre le I^{er} et le VI^{ème} siècle la succession des civilisations, romaine, vandale et byzantine.

La colonie romaine de Madaure fut fondée sous les Flaviens vers 75 de notre ère. Elle était une ville florissante et célèbre grâce à ses écoles qui attirait, jadis, une foule composite d'hommes de lettres, de philosophes, de grammairiens, de mathématiciens et de rhétoriciens.

Personnages emblématiques de l'antique Madauros:

Apulée (v. 123-v. 200) :

Lucius Apuleius Theseus écrivain et philosophe, auteur de célèbre roman « L'âne d'or », né à Madaure vers 123 de notre ère.



La page 03 :



La page 04 :

Principaux monuments du site :

Le site de Madaure couvre une superficie d'environ 35 hectares, il compte parmi ses vestiges :

Les basiliques :



Edifices religieux de la période romano-byzantine, elles sont de nombre de trois, d'un plan rectangulaire, elles sont composées de trois neuf.

La citadelle byzantine, le forum et le théâtre:

La citadelle c'est une belle bâtisse de VIème siècle qui sert de défense de protection et de surveillance, elle fut élevée par le général byzantin, Solomon, vers 535, sur une grande partie de forum et de théâtre de la ville antique



La page 05 :

Le forum :



C'est un espace de rencontre, le forum occupe une superficie d'environ 920m², son pourtour est longé de colonne élevées sur des bases attiques et surmontées par des chapiteaux corinthiens décorés de feuilles d'acanthe dans son voisinage sont élevés le temple et la curie.



Le Théâtre :



Edifié probablement au début de III^eme siècle, il se situe à l'intérieur de la citadelle, au voisinage immédiat du Forum, il est d'une forme hémicycle et son diamètre atteint 33m. Ces gradins sont répartis en deux, les gradins inférieurs pour les notables et les supérieurs pour le reste des spectateurs.

La page 06 :

| Les thermes

Établissement public de bain qui, au-delà de l'hygiène, favorisent le sport, l'épanouissement du corps et de l'esprit, ainsi que la vie sociale. Il existe deux établissements à Madaure, les thermes d'été et les thermes d'hivers.



| Les huileries :

Madaure est réputée d'être le pays des huileries, privé ou industriel elles produisaient des huiles végétales en grandes quantité.

Elles sont en nombre de 20 huilerie datent de la période romaine et byzantine.



3- Le dépliant de la ville d'Illizi : Le Parc National du Tassili

Surface 01 :



Surface 02 :

Bienvenue au Parc National du Tassili, un haut lieu de la civilisation et de la culture universelle.



L'ensemble du personnel du Parc National du Tassili vous souhaite un séjour riche et agréé en vous permettant d'admirer des paysages sublimes et de découvrir une culture plusieurs fois millénaires.

Nous vous serions reconnaissant de respecter les recommandations suivantes :

- Ne rien laisser sur les sites visités. Prenez la peine de vous munir de sacs en plastique pour rassembler vos déchets personnels (lingettes, mouchoirs, mégots, piles, etc...).



Veuillez ramener les déchets au centre urbain point de départ du circuit.

- Contribuez à la propreté des endroits visités pour préserver des milliers d'années d'histoire.
- Soyez vigilants afin de ne pas piétiner les surfaces archéologiques.

- Afin de permettre la préservation de la mémoire collective et de comprendre le milieu et les cultures des sociétés préhistoriques du Tassili, évitez de franchir les enclos autour des abris.

- Participez à la préservation de la mémoire collective en évitant de déplacer les objets archéologiques. Ces pierres sont les témoins de l'histoire de l'humanité et font, en permanence, l'objet d'études par les spécialistes.

- Respectez les œuvres rupestres en prenant soin de ne pas les toucher

- Ni de les piétiner
- Ni de faire usage de flash lors de la prise de vue de vos photographies.

- Pour ne pas porter atteinte à l'écosystème et à la biodiversité, évitez de déplacer tout objet particulièrement les ossements, les fossiles et les échantillons de plantes.

Faites en sorte de ne pas détériorer les habitats naturels de la faune sauvage.

- Évitez de bivouaquer autour des points d'eau et des zones humides et prenez le soin de ne pas faire usage de produits détergents.

Pour vous rendre à votre séjour agréable, demandez à votre guide de vous indiquer les boutiques des artisans pour tout achat d'objets de souvenir.



Respectez les us et coutumes des habitants en restant décentement vêtus à l'approche des campements, des villages et des villes.

- Demandez l'autorisation avant de photographier toute personne.

Pour compléter votre séjour, nous vous invitons à visiter les musées du Parc National du Tassili, il s'agit du musée de Djebine de Djanet, du musée d'Admer de Bordj-El-Haoues et le musée de la ville d'Illizi. Vous y trouverez un personnel qualifié qui mettra à votre disposition toutes les informations sur la diversité naturelle et culturelle du Tassili.

- Pour toute information et orientation, n'hésitez pas à vous rapprocher des différentes structures de l'Office du Parc National du Tassili.



Nous comptons sur votre compréhension et vous souhaitons un excellent séjour.

Surface 03 :

