

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de L'enseignement Supérieure et

De la Recherche Scientifique

Université Abderrahmane Mira – Bejaia-



Faculté des lettres et des langues

Département français

Mémoire de master

Option : sciences du langage

Analyse sémiologique des affiches de sensibilisation contre

La Covid-19 dans une école primaire à la ville de Bejaia

Présenté par :

M^{lle}. MANADI RAHMA.

M^{lle}. MEKAUCHE SALMA.

Le jury :

Dr ;ATMANE Seghir Encadrant

Dr ; BEDDAR MohandPrésident

Dr ; BOUNOUNI ouidadExaminatrice

Année universitaire :2021/2022

Remerciements

Nous commençons par remercier Dieu, notre créateur de nous avoir donné la force et la volonté et la patience d'accomplir ce modeste travail.

Nous tenons à remercier notre cher encadrant Dr. SEGHIR ATMANE, la personne qui nous a suivis tout au long de cette période avec patience et dévouement et de précieuses informations.

Et je remercie mon cher binôme pour ses efforts et pour tout ce qu'elle a fait pour bien réussir ce travail.

Par ailleurs nous remercions nos chers parents parce que grâce à leurs encouragements et leurs prières que nous sommes là. Sans oublier ma chère sœur Nadia qui a tout fait pour nous, afin d'e réussir notre étude.

Et enfin nous remercions les membres de jury d'avoir bien voulu juger et examiner notre travail.



-RAHMA & SALMA-

Dédicace

*A ma famille, mon père qui est l'exemple de l'homme parfait,
MANADI SLIMANE, et à ma raison de vivre, la plus douce
maman IDIR HASSINA, et à ma force et fierté mes deux frères
FATAH et SOFIANE.*

*Aux meilleures sœurs au monde NADIA, YASMINA, SAMIRA et
NORIA et*

A ma belle-sœur SAMAH.

A Ma meilleure amie ISMAIL KHADIDJA.

*A mes beaux-frères, à la personne qui m'a toujours aidé et
encouragé à réaliser ce travail mon beau-frère ABDELGHANI.*

*A mes chers neveux et adorables nièces et spécifiquement à mon
neveu ZIYAD.*

A toute la famille MANADI

*A mon binôme MEKAOUCHE SALMA et à ses parents et toute la
famille MEKAOUCHE.*



-MANADI RAHMA-

Dédicace

Je dédie mon travail à mon très cher père MEKAOUCHE AKLI, qui a toujours été pour moi un exemple du père respectueux, honnête, compréhensif et tout ce que je suis aujourd'hui est grâce à lui, merci pour ton amour, ta générosité, merci d'être toujours à mes côtés, pour me soutenir et m'encourager à chaque étape dans ma vie.

Mes premières pensées vont à la plus belle personne dans ma vie, la femme qui m'a tout donné, ma mère FARIDA, qui a donné un sens à mon existence en m'offrant une éducation digne de confiance, et qui m'a soutenu jour et nuit durant mon parcours.

A mes très chers deux frères NADJIB et Adél.

À mes adorables sœurs SUZANNE, MAYA

A ma belle-sœur SIHAM.

A celui que j'aime beaucoup, et qui m'a soutenu tout au long de ce mémoire, et qui avait toujours confiance en mes capacités ; mon fiancé FAHEM MEKAOUCHE.

A ma belle-mère Ania que je respecte beaucoup

À mes deux beaux-frères LHACEN et ALI.

A ma très chère binôme RAHMA MANADI, à toute sa famille, ses sœurs, son père et sa mère, ma douce sœur qui a eu la patience de me supporter durant ce projet et je souhaite que l'amitié qui nous a réunis restera pour toujours et que nous arrivons à réaliser nos rêves.

A toutes mes amies qui m'ont accompagnées tout au long de mes études en particulier CELIA, THANINA, RAHMA. Pour leurs amitiés sincères et leurs encouragements et compréhension.

A tous mes proches, ma famille et mes voisins.



-MEKAOUCHE SALMA-

Liste d'abréviations

Covid -19 : Correspond à : **C**oronavirus **D**IEASE (maladie) 20**19**.

SRAS : **S**yndrome **R**espiratoire **A**igu **S**évère.

MSPRH : **M**inistère de la **S**anté, de la **P**opulation et de la **R**éforme **h**ospitalière.

L'OMS : **L'**organisation **m**ondiale de la **S**anté.

URSS : **U**nion des **r**épubliques **s**ocialistes **s**oviétiques.

APA : **L'**Allocation **P**ersonnalisée d'**A**utonomie.

Liste des figures

Figure I 1: <i>Les masques les plus utilisés</i>	7
Figure I 2: <i>Masque enfants avec de dessins animé</i>	7
Figure I 3: <i>les nouvelles couleurs des masques médicaux</i>	8
Figure I 4: <i>masque de la mariée avec dentelle et perle</i>	9
Figure I 5: <i>Le signe linguistique selon Ferdinand de Saussure</i>	25
figure I 6 : <i>Le triangle sémiotique de Peirce</i>	27
Figure II 1: <i>Affiche de sensibilisation numéro 01</i>	37
Figure II 2: <i>Affiche de sensibilisation numéro02</i>	39
Figure II 3: <i>Affiche de sensibilisation numéro03</i>	41
Figure II 4 : <i>Affiche de sensibilisation numéro 04</i>	44
Figure II 5: <i>Affiche de sensibilisation numéro 05</i>	46

Sommaire

Remerciements

Dédicace

Liste d'abréviations

Liste des figures

Sommaire

Introduction générale..... 1

Chapitre I : La sémiologie des affiches de sensibilisation

Introduction 5

1. Aperçu historique sur la maladie du corona virus 5

2. Le masque comme une nécessité pour se protéger 6

3. Sensibilisation et publicité 9

4. La communication..... 11

5. L'affiche 12

6. La théorie de l'image..... 14

7. La sémiotique 21

8. La sémiologie 22

9. Le signe 24

10. Entre la sémiotique et la sémiologie 28

11. Sémantique 29

Conclusion..... 30

Chapitre II : Analyse et interprétation des données

Introduction 32

1. Définition du mot couleur 33

2. La signification des couleurs 34

3. Le pouvoir des couleurs dans la transmission des messages 36

4. La méthode d'analyse..... 37

5. Description et interprétation des affiches de sensibilisation contre laCovid-19 dans une école primaire 37

Conclusion..... 47

Conclusion générale 48

Les références bibliographiques

Annexes

Table des matières

Introduction Générale

Introduction générale

Avant de donner n'importe quelle introduction possible, et sans aucune technologie avancée et secrète. Chaque individu est devenu une arme biologique, ou une bombe bactériologique, qui se transmet sans armées entre les peuples, et là où règnent le silence et l'insécurité, et la suspicion, l'appréhension et la peur cachée règnent, tous les sentiments deviennent insipides et inodores. Dont Les caractéristiques sont différentes et les noms sont nombreux, mais la maladie est la même. C'est le cas de la pandémie (Covid-19) qui a frappé le monde au début de l'année (2019/2020).

Cette pandémie mondiale doit bientôt prendre fin, mais ses effets et ses dangers continueront d'une manière qui changera nos vies pour toujours, que ce soit au niveau local ou au niveau mondial. Dans lequel les politiques et même les systèmes mondiaux changeront.

La fameuse pandémie, considéré comme une situation d'urgence sanitaire appelée aussi SARS, est le sujet d'actualité de l'année 2020. Apparue en décembre 2019 en Chine le coronavirus s'est rapidement propagé dans le monde, provoquant une crise sanitaire et économique majeure. Le Covid-19 est une maladie infectieuse, découverte à l'automne 2019, qui peut provoquer plusieurs symptômes ressemble à une grippe, comme la toux, la fatigue, les courbatures et les difficultés respiratoires. Elle peut aussi entraîner une perte de goût (agueusie) et plus rarement des diarrhées. Il leur faut une grande sensibilisation.

Le terme de sensibilisation consiste à rendre sensible, réceptif, attentif, à quelque chose, auquel on ne manifestait pas d'intérêt auparavant.

Avant toute chose, il est indispensable de savoir qu'est-ce que les affiches de sensibilisation, qui font partie des bons supports de communication.

C'est un bon moyen pour annoncer une idée. Généralement une affiche est un support de publicité, destiné à être vu dans la rue, plus généralement dans les espaces publics, elle nous permettra de ne pas passer inaperçu. L'affiche peut être imprimée sur papier, du tissu ou des supports synthétiques, elle adopte des dimensions variables, pouvant aller jusqu'à plusieurs mètres.

De nos jours les gens négligent les affiches et les panneaux de sensibilisation contre la COVID et de prendre en compte les précautions de cette pandémie.

La publicité et la sensibilisation : Font appel à la conscience sociale ou environnementale, pour attirer l'attention sur un enjeu en particulier. C'est un objectif très présent dans la publicité sociale.

Motivation et choix du sujet

Les raisons pour lesquelles nous avons choisi ce thème sont :

Premièrement ; c'est un sujet d'actualité, il s'agit d'une maladie qui a touché le monde entier.

Deuxièmement ; il s'inscrit dans notre spécialité « sciences du langage ».

Troisièmement ; pour sensibiliser contre ce dangereux virus, en analysant les images publiées dans un établissement scolaire. Et enfin nous avons choisi de consacrer cette étude à l'enfant vu que l'enfant est considéré moins conscient que l'adulte.

La problématique

Notre problématique tourne autour des deux questions une question principale et une question secondaire que nous formulons comme suit :

Quelles sont les logiques et les images utilisés dans la reformulation, et la transmission des messages et comment s'assurer une meilleure interaction aux signes utilisés ?

Quelles sont les couleurs utilisées dans les affiches de sensibilisation dans une école primaire ? Et quelle est leur signification ?

Les hypothèses

Afin de répondre à ces questions nous émettrons les hypothèses suivantes :

- Les images et les signes utilisés dans la sensibilisation ont souvent pour objet d'éclaircir la compréhension d'un message visé, et aussi sont considérés comme des éléments linguistiques.
- Généralement les couleurs sont en relation avec le message, chaque message a ses propres couleurs et chaque couleur a sa propre signification.

Démarche et méthodologie de travail

Notre travail de recherche consiste à analyser les différentes affiches de sensibilisation contre la COVID19 dans une école primaire à Bejaia.

Notre recherche s'inscrit dans le domaine de la sémiologie, qui a pour objet d'analyser les différents aspects sémiologiques des affiches de sensibilisation, afin de savoir leurs utilités et nécessités. Et assurer une bonne interprétation des images.

Au début de ce travail nous allons définir brièvement tous les concepts clés de notre recherche.

Le premier chapitre abordera une présentation des théories (méthodes) utilisées : en commençant par une étude sur cette pandémie en passant par voir l'évolution du masque au fil du temps et parler aussi sur la sensibilisation, la publicité, les affiches, les logos, et slogans, la photographie, les images, le signe selon Saussure et Peirce et enfin définir la sémiotique et la sémiologie et faire une petite distinction entre les deux, pour finir avec une petite définition de la sémantique.

En prenant appui sur un ensemble de livres comme la couleur de Maurice délibéré. Et l'image et les signes de martine JOLY, et de Karine BERRHELOT-GULET analyser les discours publicitaires.

Dans le deuxième chapitre nous allons d'abord introduire notre chapitre par citer notre terrain d'analyse, ensuite nous allons parler brièvement sur les couleurs utilisés dans les affiches que nous allons choisir, et pour quelle raison ils les ont choisis et après faire une analyse sémiologique pour les affiches de sensibilisation que nous avons trouvé dans un établissement scolaire (école primaire). Enfin citer nos résultats finaux dans une conclusion bien déterminée.

Nous allons conclure notre travail de recherche par une conclusion générale, dans laquelle, nous sétons les différents résultats au quel nous avons abouti et quelques suggestions que nous proposant pour les chercheurs qui veulent travailler sur notre sujet.

*Chapitre I : La sémiologie des affiches de
sensibilisation*

Introduction

Coronavirus, cette fameuse maladie qui a bouleversé la vie des gens dans le monde entier, elle est considérée comme un problème mondial.

Les premiers cas de cette maladie sont apparus en Chine, en mois de décembre 2019. Rapidement les cas sont apparus dans tous les pays du monde, l'un après l'autre sans aucune exception, avec une vitesse vertigineuse. Le virus n'a pas épargné ni les pays lointains à climat froid ni les pays chauds. Dans ce cas la seule signification que nous pouvons donner à cette pandémie, pourrait être semblable à celui d'événements comme la Première Guerre mondiale.

Et comme le monde a perdu le contrôle sur cette maladie, le confinement c'était la seule solution possible dans ce cas d'urgence, Pour au moins calmer cet état de panique, en commençant par la Chine qui a été le point de départ de ce fléau.

Sur le plan scientifique et sanitaire cette dernière est considérée comme une leçon d'humilité pour l'humanité en général, et a la communauté scientifique en particulier. Cette pandémie nous a prouvé que malgré tous les moyens actuels et même avec l'avancement scientifique, les plus grandes sociétés scientifiques, pharmaceutique et laboratoire n'ont pas pu trouver une solution possible à cette maladie.

1. Aperçue historique sur la maladie du corona virus

En Chine : exactement à WUHAN en décembre 2019 une épidémie s'est rapidement propagée à d'autres provinces en Chine, et autres pays du monde.

En Algérie : le début de cette pandémie en Algérie c'était le 25 février 2020.

Selon le ministre de la santé de la population et de réforme hospitalière (MSPRH). L'Algérie a signalé 37664 cas de COVID. 26308 cas guéris et 1351 décès en 2020. L'Algérie est classée la 103 dans le monde entier et la 11-ème en Afrique.

La pandémie du COVID-19 a déjà été déclarée dans de nombreux pays comme la plus grave urgence sanitaire de l'histoire moderne. La manière dont le monde a réagi à cette crise mondiale sans précédent fera partie des livres d'histoire.

Le nouveau coronavirus, également connu sous le nom COVID19-, est un type de virus qui a provoqué des maladies respiratoires. Cela peut entraîner une inflammation et une accumulation de mucus et de liquide dans le conduit d'air, et dans les poumons (pneumonie). Il existe de nombreux coronavirus différents. La plupart d'entre eux sont des virus qui n'affectent que les animaux, mais parfois ces virus peuvent changer, ils infectent les humains.

La COVID a non seulement touché la santé mentale mais aussi l'état psychologique des individus. Durant cette pandémie notamment le stress qui est classé parmi les problèmes psychologiques les plus dangereux qui peut provoquer d'autres complications tel que : le changement des habitudes alimentaires, les difficultés de sommeil et de concentration et une aggravation des problèmes de santé chronique et mentale.

1.1. Pourquoi le nom corona

Covid -19 : Correspond à : Corona virus DISEASE (maladie) 2019.

2019 années de son apparition à WUHAN en chine, cette appellation choisie par l'organisation mondiale de la santé. Le nom temporaire était 2019-ncov DISEASE.

Mais là il ne s'agit pas de nom de virus mais le nom de la maladie provoquée par le virus.

Ce dernier se nomme le sars-cov-2 car il est très proche du virus du SRAS (Syndrome Respiratoire Aigu Sévère). Abrégé SARS en anglais qui était apparu en chine 20 ans en arrière.¹

2. Le masque comme une nécessité pour se protéger

Le masque est l'une des mesures clé contribuant à réduire la transmission du virus, et a sauvé des vies. Le port du masque est bien exigé fait partie des mesures que chacun de nous doit appliquer au même titre que la distanciation physique, et l'évitement des lieux clos, et les lieux où le contact est très proche.

¹ [https://www.who.int/fr/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/fr/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it)

Figure I 1: *Les masques les plus utilisés*

Source : <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTQR>

L'OMS recommande trois types de masque au grand public :

- Les masques non médicaux, réutilisable qui conforment à la norme astmf3502 ou à l'accord du travail CEN17553, ou un masque non médicale répondant au paramètre essentiel du L'OMS.
- Les masques médicaux jetable, qui conforment aux normes des masque médicaux EN14683 type I. Ils sont aussi recommandés aux catégories de personnes indiqué (les personnes âgés) car il risque davantage de développer une forme grave de la maladie, d'en mourir en cas d'infection.
- D'autre types de masque non médicaux bien ajusté : notamment multi couches fait maison, qui sont acceptable lorsque d'autre option n'est pas disponible.

2.1. Le masque et l'enfant

Figure I 2: Masque enfants avec de dessins animé

Source : https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSOQ5iSi02VxI24LYXJqTtQcS-k_Rlke8dNkH1BKLuLAQ3GT9yQNQK-GMjjbKxjQzPogA8&usqp=CAU

Le premier ministre ABDELAZIZ DJERAD a indiqué que le port du masque était désormais étendu aux écoles pour tous les niveaux. Selon l'organisation mondiale de la santé les enfants en bonne santé qui ne souffrent pas de trouble respiratoire peuvent porter un masque non médical (en tissu) mais à condition qu'il doit respecter les normes du masque : être de bonne taille, couvrir tout le nez, la bouche, et le menton de l'enfant.

2.2. Le masque et la mode

Après le dé-confinement qui a été à partir le mois de juin, seulement dans quelques wilayas autorisées par le premier ministre, sous conditions des mesures de sortie du confinement ne doivent en aucune manière signifier le retour à la vie normale, mais au contraire incite à la prudence et à la vigilance. Parmi les conditions exigées ; le port du masque comme nécessité de protection. C'est une loi qui a ouvert les portes des créateurs à moderniser le masque pour qu'il devient un accessoire de mode, et de changer son sens d'une obligation à une tendance. Dont on trouve le masque avec plusieurs couleurs et avec des motifs fleurés, et même des masques avec des dessins animés pour les petits enfants et des masques personnalisés pour les adolescents, et encore des masques pour les mariées, tout simplement pour répondre à leurs désirs.²

Figure I 3: les nouvelles couleurs des masques médicaux



Source : <https://m.media-amazon.com/images/I/71ssNwKvNYS. SX522 .jpg>

² <https://www.jeuneafrique.com/996498/politique/algerie-ce-quil-faut-savoir-sur-le-deconfinement-progressif/>

Figure I 4: *masque de la mariée avec dentelle et perle*

Source : <https://www.mariage.fr/shop/photos/masque-dentelle-perle-mariage-covid.jpg>

3. Sensibilisation et publicité

3.1 La sensibilisation

La sensibilisation vient du verbe « sensibiliser » avec le suffixe –ation du latin « sensibilis » « sensible » action d’appliquer au concret. La sensibilisation désigne l’action qui consiste à déclencher une réaction suite à l’exposition d’une substance ou tout autre stimulus.³

La sensibilisation est produite après une exposition répétée, et pour réussir une campagne de sensibilisation, il faut suivre quelques stratégies : tout d’abord en commençant par l’établissement des objectifs pour notre campagne de sensibilisation afin de faire passer les bons messages, et après nous devons identifier le public cible de notre campagne qui est très important, puis nous cherchons notre cause pour définir les différentes stratégies à mettre en place et enfin nous lançons notre campagne qui est la dernière étape à suivre.

3.2 Une campagne de sensibilisation

C’est un effort organisé visant à sensibiliser, et à mener le public à faire pression sur des institutions, et des personnes de manière à influencer sur leurs actions, la sensibilisation concerne des sujets comme la santé, l’environnement, le développement durable et le réchauffement climatique, et parmi les objectifs de la sensibilisation nous avons :

³<https://www.dict.com/anglais-francais/SENSIBILISATION>

- Transmettre un message fort et clair.
- Permettre une prise de conscience et de faire évaluer les comportements.
- Mobiliser les gens directement touchés par un problème, afin de se regrouper pour améliorer ou changer une situation.

Les campagnes de sensibilisation jouent un rôle très important dans nos vies car elles peuvent être utilisées pour contribuer au changement politique en faisant pression sur les décideurs politiques et en encourageant la société à agir ces campagnes peuvent informer la communauté d'un problème existant en le mettant en évidence et en attirant l'attention sur lui d'une manière qui permet à l'information d'apporter des changements. ⁴

3.3. La publicité

La publicité à notre époque est un enjeu vital, et nécessaire pour quiconque souhaite développer son activité, et gagner des clients, et donc doubler ses bénéfices, comme l'une des activités importantes et fondamentales.

Dans le domaine du marketing des biens, des services et des idées, Nul ne peut ignorer le rôle que peut jouer la publicité dans les sociétés modernes, avec économie compétitive.

La publicité est considérée comme l'une des formes de communication non personnalisée, et non interactive qui a pour objectif de promouvoir les produits, ou les services d'une entreprise à travers les médias. C'est une forme de communication commerciale, elle est financée par un annonceur qui paie un support médiatique, pour enfin diffuser un message qui est généralement créé par un intermédiaire. ⁵

La publicité a un impact considérable dans la fidélisation des clients avec un produit dont on a déjà entendu parler.

La publicité est un système de communication qui met en relation des producteurs et des consommateurs par la communication de masse.

La publicité est une industrie culturelle, dont le but est de diffuser une culture de masse.

La publicité comme arme pour vendre un produit ou faire circuler un sujet au service.

⁴ <https://www.sensibilisation-prevention.fr/comment-faire-une-campagne-de-sensibilisation-reussie?fb>

⁵ <https://www.etudier.com/dissertations/La-Publicité-Entre-Sensibilisation-Et->

La publicité est une forme capitaliste de publicité et d'exploitation des consommateurs.⁶

3.3.1. La publicité a plusieurs types

A : La publicité informative : a pour but d'informer le public sur un nouveau produit, et les inviter à faire connaître le contenu visé, et enfin les inviter à faire l'achat d'une manière indirecte.

B : La publicité persuasive : c'est le genre le plus dominant, généralement on la trouve sous forme d'une publicité comparative. Son but est de donner une confiance et une bonne image pour le produit visé, et même pour faciliter le contact entre le vendeur et le consommateur.

C : La publicité de rappel : elle est faite pour que le consommateur garde la marque, ou le produit dans sa mémoire le plus souvent.

D : La publicité après-vente : elle est faite spécialement pour les produits avec le taux d'utilisation faible. Qui a pour objectif d'innovation de la marque.

3.1.2. La publicité et ses objectifs

A : Faire connaître ; quand il s'agit d'un nouveau produit, elle cherche à donner une bonne première image pour le produit, faire découvrir par le public, donc elle a une visée informative.

B : Faire aimer ; quand il s'agit d'un nouveau produit bien déterminé et on cherche à toucher l'affection du consommateur et attirer le public à bien aimer le produit et de le convaincre à l'acheter.

C : Faire agir ; c'est à ce niveau qu'on parle de la réussite et l'échec de produit, la publicité à ce niveau cherche le bon retour et comment le public a réagi face à ce produit.⁷

4. La communication

C'est l'action de communiquer et de transmettre des informations, des connaissances. Elle désigne aussi le contenu de ce qui est communiqué. En sociologie ou en linguistique la communication est l'ensemble des phénomènes qui peuvent intervenir lorsqu'un individu

⁶<https://www.afriksurvey.com/diverses-formes-de-publicite/>

⁷<https://www.afriksurvey.com/diverses-formes-de-publicite/>

transmet une information à un ou plusieurs autres individus, à l'aide du langage articulé ou d'autres. La communication est un facteur important dans la continuité de l'activité de l'entreprise, en effet un grand pourcentage du budget de chaque entreprise est alloué à la communication, enfin la communication joue un rôle très important dans notre vie de tous les jours dans notre profession, qu'elle soit mais également dans toutes les entreprises.⁸

5. L'affiche

C'est une forme d'Art appari entière, même si son usage affaibli depuis l'apparence des nouveaux médias sociaux. Elle est toujours utilisée dans nos jours, quel que soit pour faire une publicité pour un produit, ou un lieu, ou pour faire connaître un personnage, un événement ou pour sensibiliser, éduquer les gens, en 1477 William Caxton a réalisé la première affiche (1.39*0.7) en caractère d'imprimerie sur les cures de Salisbury jusqu'au début du XIX siècle les affiches sont de petit format en noir et blanc et l'illustration reste rare.

5.1 L'évolution de l'affiche

Depuis le début du XIX siècle l'affiche a un caractère culturel, tel que l'affiche de librairie qui montre des spécimens de l'illustration du livre ou agrandit le frontispice, tel que le diable boiteux de Tony Johannot (1803-1852), dans les fins du XIX siècle (après 1875). L'affiche de spectacle et l'affiche publicitaire en couleur, l'image de la femme est utilisée comme argument de vente comme le Théâtrophone de Jules Chéret (1836-1932). En 1890-1900 l'affiche art à nouveau style privilégiant les aplats les courbes omniprésences de la femme comme l'exemple de la dame aux camélias d'Alfons Mucha (1860-1939). Dans les débuts du XX siècle c'est la conception moderne de l'affiche publicitaire, personnages réduits à des formes simples et associés au nom d'une marque, comme le Pierrot cracheur de feu, et l'Autogène thermogène (1909), par Leonardo Capello (1875-1942).

Pendant les années 1914 -1918 l'affiche de propagande vise à soutenir l'effort de guerre par la mise au point d'un répertoire de slogans, comme L'oncle Sam, le doigt tendu vers le passant pour le convaincre, de s'engager dans l'armée américaine par James M FLAG et entre les deux guerres l'affiche s'inspirant des recherches du Bauhaus (Allemagne) et du constructivisme (URSS), elle exprime un maximum de lisibilité, avec un minimum de moyens privilégiés. La typographie, la géométrie et le photomontage comme l'Etoile du nord (1927)

⁸<https://www.cairn.info/la-communication--9782804159740-page-7.htm>

par cassandre (1901-1968) et pendant les années 1950 c'est les formes simplifiées et stylisées aux couleurs vifs gags visuels dans les affiches publicitaires, comme l'exemple de la vache Mon savon de Raymond Savignac (1907-1989).

5.2 L'affiche de sensibilisation

Elle fait partie des bons supports de la communication, c'est un bon moyen pour annoncer une idée, et pour mieux comprendre son fonctionnement, on peut distinguer plusieurs affiches tel que : -L'affiche publicitaire –l'affiche politique –l'affiche de cinéma.

L'affiche de sensibilisation peut avoir différentes tailles, son principal rôle est d'envoyer un message dans la plupart du temps, il faut avoir sur une affiche des messages en version texte, et des messages en version image, ces deux aspects sont complémentaires.

5.2.1 L'importance des affiches de sensibilisations

- Changer les attitudes et les comportements généraux.
- Informer le public des enjeux importants et des solutions existantes.
- Récolter des fonds pour financer notre cause.
- Inscrire notre problème à l'agenda politique public.
- Rendre le problème clair et crédible dans un débat politique et influencer les décideurs et les leaders d'opinion.

5.3. L'affichage

C'est une action d'afficher et de faire connaître le public par des affiches ou des panneaux, c'est une technique de communication à l'extérieur, pour faire connaître un produit ou une marque ou annoncer un événement particulier ou soutenir un programme par la santé, l'affichage en tant que support de formation est destiné aux passants dans la route. L'affichage devient plus graphique que littéraire en 1900 Albert Lasker est le premier qui a lancé un programme d'affichage national aux états unis.⁹

⁹<https://fr.calameo.com/books/0007818844e7b1a3398d6>

6. La théorie de l'image

Il y a eu de nombreuses définitions sur l'image, dont certaines sont mentionnées telles qu'elles sont venues dans le Robert

- C'est tout ce que nous regardons à la télévision, au cinéma et sur l'ordinateur et les choses qu'il offre.
- Remplacez quelques choses en dessinant ou en photographie.
- Une grande ou petite vision de notre vérité sur une personne, ou quelque chose (- mémoire) que l'image signifie un essai de transférer la réalité.

De nos jours, nous entendons parler beaucoup de l'image, du coup nous vivons dans une civilisation de l'image. Aujourd'hui elle joue un rôle majeur dans notre vie quotidienne. Nous sommes entourés de différents types d'images, elle est devenue une partie essentielle dans notre vie quotidienne. Elle est toujours l'image de quelque chose d'autre.¹⁰

Il est possible de trouver des définitions et des classifications différentes du mot image dans plusieurs domaines, soit dans l'éducation ou dans le dictionnaire de la didactique des langues, tout simplement parce que plusieurs chercheurs ont réalisé des travaux sur la classification de l'image, de plus en plus, l'image nous entoure de partout, elle occupe tous les domaines de la vie quotidienne. Qui est un objet principal dans la civilisation de l'image.¹¹

Le mot image a plusieurs sens, significations et usages. Dans le langage courant le mot (image) nous l'utilisons pour quelque chose qui ressemble à quelque chose d'autre et selon MARTINE JOLY l'image est une réflexion et une présentation, c'est une réalité qui n'est pas au même temps une réalité. L'image est l'une des innovations que l'homme est parvenu à obtenir sous une forme complètement similaire à une chose spécifique, généralement un corps physique ou une personne. (Martine Joly, 1994)

L'image c'est le signe iconique qui met en œuvre une ressemblance qualitative entre le signifiant et le référent elle répond à certain nombre des qualités de l'objet comme les couleurs la texture la forme ...

¹⁰<https://lecolefrancaise.fr/histoire-de-la-photographie/>

¹¹<https://gerflint.fr/Base/Turquie3/ozge.pdf>

Au XVIII^e siècle, le Français Nicéphore Niepce fut le premier à fixer une image sur du papier grâce à la découverte des sels d'argent. Et vers 1800 l'anglais Thomas Wedgwood réussit à produire une image en natif et en noir et blanc. (Martine Joly, 1994).

6.1. L'image fixe et l'image animée

L'image fixe trouve sa valeur réelle au pré de l'image animée, l'image fixe c'est là où nous trouvons une négation de temps, comme nous constatons un moment de vie sans bouger, mais en donnant le sentiment comme si nous étions dans ce moment qui se réalisent sur deux dimensions : la largeur et la hauteur et parfois même la profondeur qui existe encore dans l'image animée. Et aussi le cadre qui joue un rôle important dans l'image fixe, et qu'il prend toujours une valeur esthétique vu que dans les frontières du cadrage se trouve la liberté de l'imagination, comme l'image fixe évidemment une peinture ou une photographie.

L'image animée appelée aussi l'image numérique qui se transmet par différents types de communication de masse, elle concerne de plus l'image médiatique comme les vidéos.¹²

6.2 L'image publicitaire

Il est indispensable de parler de l'image sans faire appel à l'image publicitaire, qui est en premier lieu une communication de masse, et généralement crier par une agence publicitaire. Nous payons un média pour diffuser un message, pour persuader le consommateur avec de nouvelles manières, et techniques mais toujours en cachant le caractère commercial de la publicité, et capter plus de clients et enfin gagner leurs confiances pour vendre plus, grâce à la diversité des images de produits. Donc l'image joue un rôle très important dans l'efficacité de la publicité.¹³

Généralement pour réussir une image publicitaire, il faut toujours s'adresser aux rêves des individus et créer un monde artificiel en plaçant le produit au centre de ce monde pour parler indirectement de son importance comme un objet magique, elle crée la volonté d'achat indirectement.

L'image publicitaire comme toute autre image trouve son efficacité et sens et ses valeurs par l'existence des lecteurs. C'est la raison pour laquelle nous pouvons dire que la réussite de l'image publicitaire est liée à ses lecteurs.

¹²<https://gerflint.fr/Base/Turquie3/ozge.pdf>

¹³https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1974_num_22_1_4106

6.3. Les fonctions de l'image

Comme l'image a diverses définitions donc elle peut représenter et faire passer diverses fonctions :

- Une fonction informative : lorsqu'il s'agit des informations précises sur un sujet précis, rapporté par une photo, ou un film, ou un documentaire.
- Une fonction descriptive et explicative : un schéma, une carte géographique, en nous montrons tous les détails d'une personne, ou un objet peut être utilisé comme une preuve pour une explication écrite.
- Une fonction symbolique : quand on utilise par exemple l'image de quelque chose pour parler d'une autre chose, qui la symbolise par exemple, une maman qui embrasse sa fille pour parler de la sécurité ou de l'affection.
- Une fonction divertissante : les caricatures, les dessins humoristiques ...
- Une fonction illustrative : L'image de décore par exemple pour des pages, des couvertures. Comme les dessins utilisés dans livres d'enfants.
- Une fonction argumentative : le cas des images publicitaire, qui ont pour but de persuader et convaincre les gens à faire l'achat.
- Une fonction esthétique : comme les photos artistiques, l'image dans ce cas est un objet d'art.

6.4. Les éléments plastiques de l'image

- Le format : le format d'une image dépend du support utilisé.
- Le cadre ou le plan : qui sert à encadrer où entourer la limite de l'image, il est en trois modèle : le plan large et le plan moyen et le plan serré.
- Le point de vue : C'est la position par rapport au sujet. Lorsque l'opérateur prend la place d'un personnage de la scène, on parle de point de vue subjectif, et quand c'est le contraire on parle d'un point de vue objectif.
- La lumière : Sa qualité est variable : dure, ponctuelle, douce, étendue.

- La couleur : les couleurs jouent de leurs nuances et de leurs oppositions pour avoir dans les images des rôles multiples, elles sont liées directement à la lumière.

6.5. L'influence de l'image

L'image joue un rôle très important dans notre vie quotidienne, d'ailleurs l'image nous entoure par tout. La réussite de la majorité des domaines est liée à l'image par exemple ; Le succès des réseaux sociaux basés sur l'image, et même le shopping est devenu plus rapide et facile grâce aux images sur des sites internet. Avec les images la vie est devenue plus stable et facile, donc, nous pouvons récapituler en disant que l'image est devenue une partie essentielle et indispensable dans notre vie. ¹⁴

Selon Ivan Tourgueniev qui est un écrivain, romancier, nouvelliste et dramaturge russe. L'image puisse montrer ce qu'un écrivain ne pourrait pas dire en 100 pages. Vu son importance, elle joue un rôle important et sensible dans les guerres et les crises, où la situation sociale difficile et tragique émerge. ¹⁵

Une image très bien informée elle a la capacité de casser les barrières linguistiques et de se propager rapidement et d'influencer. Si elle est utilisée de manière optimale elle joue un rôle important dans la communication entre les peuples, les sociétés et les nations. En soutenant le pont de la connaissance et de la compréhension mutuelle entre les pays et leurs peuples

Généralement on dit que l'image est plus honnête et convaincante que mille mots, mais tout cela c'est quand le photographe adhère aux normes éthiques de la photographie. Elle s'adresse à tous les êtres humains, les éduqués et les analphabètes, les jeunes et les vieux, et elle brise la barrière des langues, donc c'est la plus répandue. ¹⁶

6.6 L'image naturelle, non faite par la main de l'homme

Comme dans l'Antiquité le mot image ne désigne pas seulement les images fabriquées il désigne aussi les images naturelles, qui font partie de la nature sont des objets du monde qui correspond tout à fait avec la définition moderne de l'indice.

¹⁴<https://gerflint.fr/Base/Turquie3/ozge.pdf>

¹⁵<https://journals.openedition.org/aad/660>

¹⁶<https://gerflint.fr/Base/Turquie3/ozge.pdf>

Platon donne une définition splénétique au eikones en disant : j'appelle images (eikones), d'abord les ombres en suite les reflets ou les fantômes, et toute autre représentation de ce genre. Donc pour lui sont les ombres et les images virtuelles qu'on peut les découvrir dans les miroirs. Elle est tout à fait contraire avec l'image publicitaire qui est faite par l'homme.

Pour PLATON ces images ont une fonction spécifique, du coup il est essentiel d'admettre que le visible se devise en vrai et en faux et cette dernière a deux objets celui de l'opinion et celui de la connaissance.¹⁷

6.7 L'image entre le sens et la signification

Pour ne pas confondre avec le sens commun, et comprendre les deux, il suffit juste d'examiner le sens et la signification, à l'une des productions plastiques, pourrait donner une lumière nouvelle à la compréhension des deux concepts en profitant, au-delà de la fraîcheur théorique qui vienne du déplacement de la problématique, de la diversité et de la complexité des œuvres.

Le sens et signification sont pourtant des concepts distincts pour la sémiotique, Le sens peut informer, lorsqu'il est articulé par l'analyse, devient une signification. Il précède alors la signification, mais reste sans elle insaisissable.

6.8 La photographie comme image spécifique

Dès le début du XIXe siècle la photographie est massivement considérée comme une imitation parfaite de la réalité, qui permet de faire apparaître une image de manière automatique objective et naturelle.

Lorsque on cherche dans l'histoire de la photographie nous trouvons que ça vient du grec, photo qui signifie lumière graphie, de graphein, c'est-à-dire peindre, dessiner. Le mot photographie été inventé par le scientifique John Herschel. Elle est le fait d'enregistrer des images formées par la lumière dans une chambre noire qui s'appelle un appareil photographique. Littéralement le mot photographie peindre avec la lumière, son préfixe qui est photo désigne la lumière et son suffixe qui est graphie désigne écrire et peindre. (R. BARTHES 1961, pp-138)

¹⁷<https://journals.openedition.org/philosophique/1408>

La première photo a été prise en France en 1826 par Nicéphore Niepce qui a réussi à fixer une image sur une plaque recouverte, de produit chimique à l'intérieur d'une chambre noire.

La photographie occupe une place et un espace importants dans la vie des gens, en raison de ses connotations profondes et influentes et des idées et messages qu'elle véhicule.

Au contraire, l'image est plus éloquente que la description des descripteurs, quelles que soient leurs cultures et leurs connaissances, et la plus convaincante et crédible si elle est utilisée correctement sans abus ni altération.¹⁸

Le développement que la photographie a connu, ainsi que le développement technologique et une révolution dans le domaine de la technologie moderne, ont contribué à de la diffusion par satellite, d'Internet, de la prise de vue vidéo, de la fourniture de téléphone portable avec des caméras de haute technologie, et à l'émergence des images en trois dimensions.¹⁹

Selon PHILIPPE DUBOIS une photo ne peut être qu'une preuve d'existence et non pas une preuve de sens, c'est un objet d'obtenir l'image durable des objets par l'action de la lumière sur une surface blanche ou en couleur. Son origine grecque qui a une relation avec la lumière. C'est une abréviation usuelle du mot photographie.²⁰

6.9. Le slogan

Un slogan est une phrase distinctive, utilisée dans la publicité et la communication. Facile à retenir un produit, une action ou une idée, c'est un moyen de communication indirecte, il est généralement court et facile pour être compris par un maximum de personnes. C'est une formule utilisée de plus en plus en publicité.

6.10 Le logo

Le logo est une abréviation du mot logotype. Il correspond à la représentation symbolique et graphique d'une marque, d'une entreprise et fait partie de son identité visuelle.

Selon Larousse le logo est un N.M qui désigne Rationalité suprême, conçue comme gouvernant le monde dans certaines philosophies. Abréviation usuelle de logotype.

¹⁸<https://journals.openedition.org/marges/2763>

¹⁹<https://lecolefrancaise.fr/histoire-de-la-photographie/>

²⁰file:///C:/Users/HP/Downloads/LITT_165_0062.pdf

Une Définitions Marketing le définit comme « une représentation graphique d'une marque ou d'une entreprise qui est utilisé sur les différents supports de communication ».

Le logo est un morceau du discours et une image, empruntant simultanément ses logiques de fonctionnement de l'expression soit lisible et visible.

6.11. L'image sémiotique

L'image représente, que ce soit à l'âge ancien ou moderne et contemporain, l'un des signes linguistique ou non linguistique les plus importants.

Roland Barthes dans son célèbre livre *éléments sémiologique* :la référence doit suivre les normes APA. Sémiologie linguistique ou non linguistique, c'est le premier qui a appliqué une méthodologie d'analyse sémiologique de l'image, dans laquelle il a expliqué l'objectif de cette science.

Il a dit que « tous les systèmes symboliques, quels que soit leurs essences ou leurs contenus étaient les images, les signes ». (Barthes Roland. Rhétorique de l'image 1964)

En Mettant en évidence la sémiotique de l'image, son concept, sa relation avec la langue, puis ses classifications et ses symboles.

Pour le sémioticien, l'approche sémiologique nous aidera beaucoup plus mieux à comprendre la spécificité de la communication par l'image et plus spécifiquement nous aidera à bien découvrir ce qu'il y a en commun entre un schéma de montage et une photographie par exemple.

6.12. L'image sémiologique

La sémiologie de l'image a des qualités similaires à celles des choses qu'elle représente, et elle évoque des sensations similaires dans l'esprit, et contrairement à la sémiologie générale, elle n'a aucun rapport dynamique avec la chose qu'elle représente, uniquement parce que le signifiant ressemble à ce qu'il représente, c'est purement iconique.

Selon Susanne Katherina Langer, La sémiologie de l'image est essentiellement un symbole et non un double de ce qu'elle représente, et les images ne ressemblent à ce qu'elles représentent qu'à certains égards, et ce qu'elles ont tendance à reconnaître dans une image sont des relations similaires entre les parties et le tout, et pour Charles Peirce, la sémiologie de

l'image incluait tous les schémas. Il y a une ressemblance sensuelle entre lui et son objet, mais il n'y a de ressemblance qu'entre les relations de leurs parties respectives.

7. La sémiotique

Vient du grec *sêmeiôtikê* de *sêmeioûn* qui veut dire étude l'examen de signes. Elle s'est développée en 1867 à partir des travaux du philosophe américain CHARLES SANDRES PIERCE. Le premier qui a donné naissance à cette science.

La sémiotique est une science qui tire ses origines et ses principes de plusieurs domaines de connaissance telle que la linguistique. C'est l'étude des signes, des systèmes de signes, et de leur signification. C'est une discipline voisine voire jumelle de la sémiologie. Elle concerne tous les domaines de l'action humaine vu qu'elle est considérée comme le moteur de toutes les sciences. Elle étudie les systèmes, les règles. « Une partie de la psychologie sociale, et par conséquent de la psychologie générale » (De Saussure F, 2002 ; p 22)

Jean-Marie Klinkenberg, (sémiotique générale, Ed. Seuil, Paris, 1996) a bien déclaré Que la sémiotique : elle est partout et nulle part à la fois. Et nous avons aussi MARTINE JOLY (l'image et les signes 1994) qui a lié le concept sémiotique à une philosophie du langage, car la sémiotique ne pourrait être qu'une extension générale de la linguistique.²¹

Il nous apparait clairement à travers la définition que la sémiotique est une science qui étudie les signes linguistiques, et non linguistique dans divers milieux sociaux, car la linguistique n'est qu'un point dans cet océan.

La sémiotique de Peirce est basée sur ce principe : Le processus sémiotique est un rapport triadique entre un signe ou représentant (premier), un objet (second) et un interprétant (troisième). Chacun de ces trois termes se subdivise à son tour selon les trois catégories. *Le processus interprétatif. Introduction à la sémiotique de Ch. S. Peirce, 1990).*

Selon Jean-Claude ,1987. Sémiotique en jeu : la sémiotique existe en trois grands niveaux.²²

²¹ <https://journals.openedition.org/linx/1031>

²² <http://www.signosemio.com/peirce/semiotique.asp#:~:text=un%20processus%20s%C3%A9miotique,Le%20processus%20s%C3%A9miotique%20est%20un%20rapport%20triadique%20entre%20un%20signe,une%20pure%20potentialit%C3%A9%20%3A%20un%20premier>

Premièrement : La sémiotique générale a pour but de construire et de structurer son objet théorique, de développer des modèles purement formels de portée générale.

Deuxièmement : la sémiotique spécifique, basée sur l'étude de système symbolique d'expression et de communication particulière.

Troisièmement : la sémiotique appliquée concerne l'application d'une méthode d'analyse utilisant des concepts sémiotiques.

KLINKENBERG, dans son livre, *Précis de sémiotique générale* 1996 la sémiotique se classe en sept sou branches sont les suivantes :²³

- La sémiotique du texte et du discours.
- La sémiotique de médias.
- La sémiotique visuelle.
- La sémiotique de l'espace.
- La sémiotique du geste.
- La sémiotique du récit.
- La sémiotique des spectacles.

8. La sémiologie

La sémiologie ou sémiologie, vient du grec ancien « sémeion » qui veut dire « signe » et « logos » qui renvoie à « parole, discours, étude ». Exactement en 1855 le terme sémiologie a été créé par Emile Littré et pour lui ce terme se rapporte à la médecine, qui renvoie aux signes qui veut dire symptômes d'une maladie.

En Linguistique la sémiologie est née en Europe chez le père fondateur de la linguistique, la sémiologie est l'étude des signes et des processus interprétatifs et voilà un ensemble de signes :(couleurs, panneaux, feux, symptômes d'une maladie, vêtements, gestes,) tous ces signes relèvent d'une pratique sociale porteuse d'un message qui signifie en dehors de la langue. En 1917 en Europe, le linguiste F.de Saussure, dans le cours de linguistique générale introduit le terme de sémiologie pour nommer « la science des signes au sein de la vie sociale ». De Saussure F. : Cours de linguistique générale, Ed. Talantikit, Bejaïa, 2002, p.22

²³<https://www.africmemoire.com/part.4-i-3-2-les-types-de-semiotique-922.html>

Saussure a inscrit la linguistique comme une branche de la sémiologie, elle s'intègre à la psychologie comme branche de la psychologie sociale, la linguistique est nécessaire à la sémiologie pour poser convenablement les problèmes des signes.

La sémiologie est une discipline issue de la linguistique, mais elle ne se résume pas qu'au langage, parce qu'elle aborde tous les champs d'expressions, en sémiologie nous considérons que le monde est un système de signe, où se dégage un sens. Nous analysons leurs fonctionnements en société. Elle étudie tous types de signes, signe verbaux « parole » ou bien non verbaux « geste, mimiques ».

8.1. La sémiologie de la communication et La sémiologie de la signification

Les études sémiologiques se subdivisent en deux courants : la sémiologie de la communication, et la sémiologie de la signification.

8.1.1. La sémiologie de la communication

Cette branche a été développée par Barthes, elle étudie le code de la route, les signaux ferroviaires, maritimes et aériens, le morse, les sonneries militaires, les insignes, les langages machines, la notation musicale, le langage de la chimie, des ordinateurs, les langues parlées, le tam-tam, son domaine est le monde des signes. Cette dernière considère la langue comme un instrument et un processus de transmission des informations au moyen d'un système explicite de convention.

8.1.2. La sémiologie de la signification

Selon Roland Barthes « La sémiologie est peut-être appelée à s'absorber dans une translinguistique dont la matière sera 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 soient parlés (à travers la presse, le prospectus, l'interview) ... [...]. La linguistique n'est pas une partie même privilégiée de la science générale des signes. C'est la sémiologie qui est une partie de la linguistique » (BARTHES R., 1964, p.1.)

La sémiologie cherche à étudier l'émergence de la signification ou des significations qu'elles soient les manifestations de l'image, des textes, des gestes ou des objets. La sémiologie de la signification s'intéresse à tout ce qui signifie quelque chose sans se préoccuper si cela est volontaire ou pas. Ce terme phénoménologique peut donc interpréter

des phénomènes de société des systèmes de signes et la valeur symbolique de certains faits sociaux.

9. Le signe

Nous avons vu que la notion de signe apparaissait dès l'Antiquité avec les nuances de la signification telles que « symbole » ou « indice ». L'homme dès son existence sur terre et jusqu'à nos jours il les utilise pour exprimer et interpréter toutes sortes de données dans sa vie et avec les gens qui l'entoure dans son milieu. C'est dans ce sens que Umberto Eco, signale que l'homme vit dans un monde du signe « non parce qu'il vit dans la nature mais parce que, alors même qu'il est seul, il vit en société ». (Eco, 1988 :26)

Avec la pensée logique de Umberto Eco nous pensons que l'homme est toujours considéré comme un élément intégré dans la société, et il partage des signes avec le milieu qu'il entoure. Alors il distingue deux styles de signes.

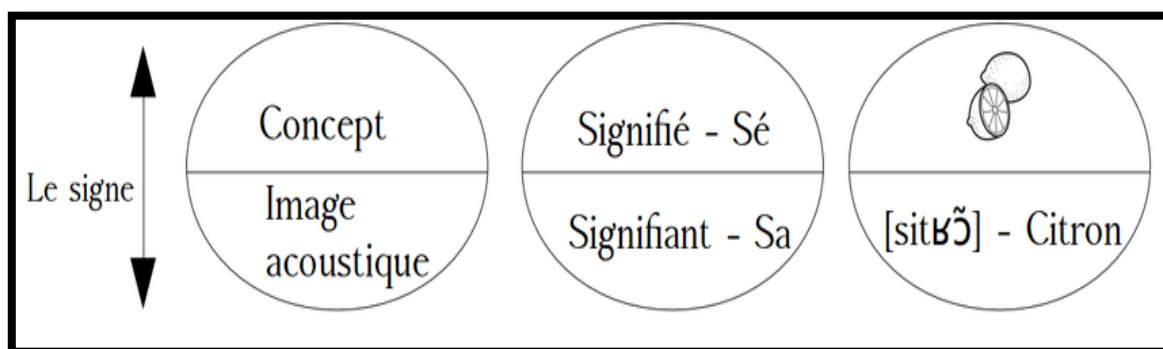
Peirce le définit comme un signe général, triadique et pragmatique. Le signe est quelque chose qui tient lieu pour quelqu'un de quelque chose sous quelque rapport ou à quelque titre.

On peut d'abord distinguer les signes intentionnels (signe de vie, signe d'amitié), et des signes non intentionnels (les nuages pour la pluie, la pâleur pour la fatigue, le chat noir pour le mauvais sort). De ce fait le signe existe dans notre quotidien nous l'apercevons comme (les gestes, la couleur, un objet) pour représenter quelque chose abstraite ou pour dire (oui ou non) avec le geste de la tête, comme un message qui peut être envoyé à une autre personne comme une réponse à une question.²⁴

²⁴<http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/12697/memoire%20finale%20meriem.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

9.1. Le signe linguistique selon Ferdinand de Saussure

Figure I 5: Le signe linguistique selon Ferdinand de Saussure



source : <https://www.researchgate.net/profile/Marion-Richard-18304@1527300841290/Le-signe-linguistique-selon-Ferdinand-de-Saussure.png>

Pour Saussure la langue n'est pas le reflet de la réalité ni de la pensée. Les mots de la langue ne sont pas des étiquettes misent sur la réalité du monde. Et la langue ne traduit pas la pensée qui aurait une forme précise antérieure. De ce fait le signe est vu selon trois caractéristiques : premièrement, dernière n'est pas le son matériel de chose purement physique mais d'empreinte physique. De ce sens la représentation que nous en donne le témoignage de nos sons elle est sensorielle et s'il nous arrive de l'appeler « Matérielle ». C'est seulement dans ce sens et par opposition à l'autre terme de l'association, le concept généralement est plus abstrait (Saussure, 1971 : 28).

Le signe linguistique est l'association d'un contenu sémantique (signifie), et d'une expression phonique (signifiant) ce sont des constituants inséparables et solidaire. La deuxième caractéristique du signe linguistique est la linéarité il est donc ordonné et orienté dans une chaîne parlée (une suite d'éléments discontinus discrets se situe d'une façon linéaire) et il y a un troisième terme en plus des deux termes de signe linguistique à savoir le référent et le rapport entre le signe linguistique c'est à dire entre l'association du signifie et du signifiant et le référent c'est à dire la réalité extralinguistique et c'est ce qu'on appelle maintenant la dénotation ou la désignation (Touratier, 2010: 19).

Le rapport entre signifiant et signifie est nécessaire, et conventionnel en ce qu'il est établi par les conventions linguistique valable dans la communauté concernée, et ne peut être changer sans l'établissement dans cette communauté de nouvelle convention.²⁵

²⁵https://www.persee.fr/doc/rbph_0035-0818_1960_num_38_3_2321?fbclid=I

Selon Saussure elle est totalement arbitraire pour Joly (1994) « un signe a une martialité que nous percevons avec l'un ou plusieurs de nos perceptions (cri, bruit, magique) pour le sentir (odeurs diverses, parfum fumée) nous pouvons le voir (un objet, une couleur, un geste) l'entendre et le toucher ou encore le gouter »

Donc le signe se présente sous beaucoup de formes et de manières, il renvoie à des indices, des objets et des phénomènes qui portent une signification a titre.

Nous pouvons ajouter cette définition de Charles Morris qui considère que « quelque chose est signe uniquement parce qu'il est interprète comme signe de quelque chose par un interprète quelconque.²⁶

9.2. Le signe non linguistique

Ce sont des systèmes de communication et d'expression non linguistique utilisé par l'homme et les signes olfactifs tactiles ainsi que les signes gustatifs le signe n'est pas toujours linguistique dans une image la sémiologie distingue deux sortes de signe :

9.2.1 Le signe iconique

Un signe iconique peut être défini comme la représentation d'un objet réel, la question de l'conicité existe entre l'image et son objet c'est la relation entre (la ressemblance et la représentation).

C'est un signe figuratif qui renvoie à tout ce qui est non verbale, c'est un type de représentation qui moyennant un certain nombre de règle de transformation visuelle permet de reconnaître certain « objet de monde ». Il renvoie à l'objet du monde réel dont C.S Pierce a donné la définition suivante « le signe est iconique quand il peut représenter son objet principalement par sa similarité du coup, ce concept est fait pour désigner une unité visuelle procédant une ressemblance et une relation avec l'objet du monde. (Peirce, 1978 : 72).

9.2.2. Le signe plastique

Les signes plastiques sont les caractéristiques matérielles et substantielle de l'image ce type de signes a été considéré comme une partie du signe iconique,

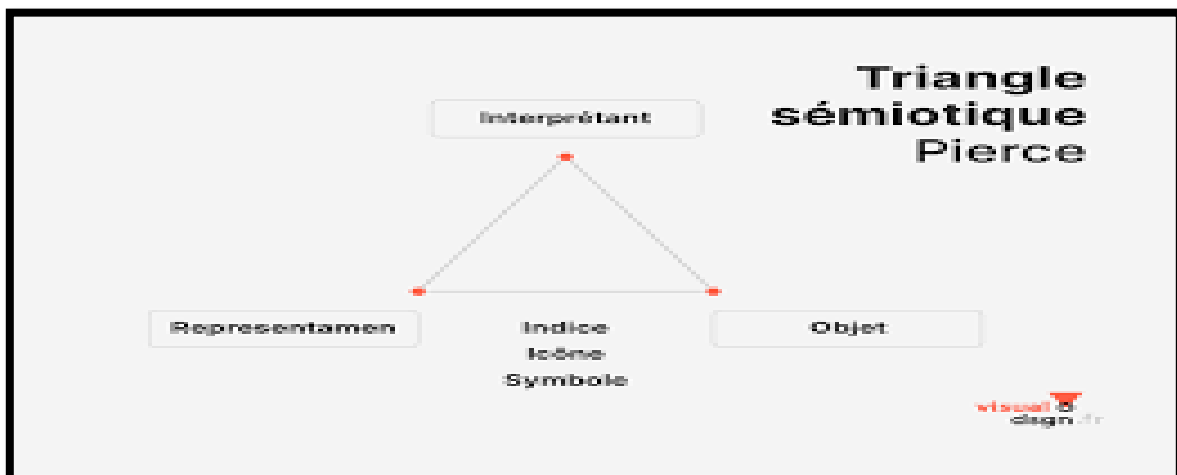
²⁶<http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/12697/memoire%20finale%20meriem.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Jean-Jacques Boutaud affirme que les signes plastiques « consistent les traits de manifestation du message » (Boutaud, 1998 :178)

Les signes qui contiennent un message visuel et qui montrent les éléments plastiques des images (couleurs, forme, composition, texture).

9.3. Le signe selon Charles Sanders Peirce

figure I 6 : Le triangle sémiotique de Peirce²⁷



Source : <https://visualdsgn.fr/wp-content/uploads/2020/01/peirce-triangle-semiotique-1024x768.png>

Peirce a proposé une classification des signes qui se divise en trois types :

9.3.1. L'indice

Un indice est un signe qui fait référence à l'objet qu'il dénote en vertu de fait qu'il est réellement affecté par cet objet, il a nécessairement certaine qualité en commun avec cet objet et c'est sous ce rapport qu'il se réfère. Il implique par conséquent une certaine relation iconique à l'objet mais une icône d'un genre particulier, et ce n'est pas la même ressemblance à son objet, même sous ces rapports qui en font un signe mais les modifications réelles qu'il subit de la part de l'objet. L'indice se caractérise par la relation de contiguïté naturelle entre le représentant et l'objet.²⁸

²⁷ <https://visualdsgn.fr/wp-content/uploads/2020/01/peirce-triangle-semiotique-1024x768.png>

²⁸ <http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/12697/memoire%20finale%20meriem.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

9.3.2. L'icône

Une icône est un signe qui fait référence à l'objet qu'il dénote, tout simplement en vertu de ses caractères propres. Auxquels elle possède qu'un objet existe réellement ou non., que ce soit une qualité, un existant individuel ou une loi.

Dans la mesure où il ressemble à cette chose qu'on utilise comme le signe de l'icône, entretient avec ce qu'elle représente, c'est une relation de continuité et de ressemblance entre le signe et l'objet,

On trouve trois sous catégories relatives à l'icône, l'image qui met en œuvre une ressemblance qualitative entre le représentant et le réfèrent, il entretient une relation d'analogie avec ce qu'il représente, qui est le réfèrent un dessin figuratif.

9.3.3. Le symbole

Un symbole est un signe qui réfère l'objet qu'il dénote en vertu d'une loi, il fait partie de la classe des signes qui maintiennent une relation conventionnelle rampant toute ressemblance et toute contiguïté avec la chose qui exprime le symbole et qui concerne tous les signes arbitraires.²⁹

10. Entre la sémiotique et la sémiologie

Il est nécessaire de dire qu'il est indispensable de parler sur la sémiologie sans faire appel à la sémiotique. Nous avons Jean-Marie Klinkenberg qui a donné son avis sur les deux disciplines en disant que « La sémiotique est aussi parfois appelée sémiologie, bien que ce deuxième terme tende à céder la place au premier » (JM Klinkenberg· 1996.P.279).

Si nous cherchons dans les origines des deux nous trouvons que La sémiologie comme terme renvoie à la tradition européenne, tandis que le terme sémiotique qui a été traduit en arabe par (السميائية) qui est une des traditions de la pensée américaine.

Ainsi, J. M. Floch pense « qu'à défaut de se confondre, les deux termes désignent presque la même chose » Paris, 1995, p.7.

²⁹<http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/12697/memoire%20finale%20meriem.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

La sémiotique est la théorie qui étudie « le mode de fonctionnement du sens chez les humains », alors que la sémiologie est la théorie qui étudie « le fonctionnement de certaines techniques expressément mises au point pour communiquer en société ». Paris, 1996. Ibid p.24.

La sémiologie renvoie davantage à Saussure, à Barthes, à Metz, et de façon plus générale à la tradition européenne ou les sciences dites humaines, restent plus au moins attachées aux mouvements littéraires, esthétiques philosophiques. Cette branche est fondée par Bussyens avec MOUNIN, Martinet et Prieto.

Selon MOUNIN c'est « l'étude des procédés de communication c'est à dire des moyens utilisés pour influencer autrui, et reconnus comme tels qu'on veut influencer » (Paris, 1970, p.13)

L'usage de terme sémiologie utilise par Saussure pour qualifier la science des signes, dura jusqu'à aux années 1960, a sa fondation en 1969 l'association internationale de sémiotique trancha pour l'usage anglo-saxon qui s'est imposé dans les milieux académiques. Mais dont la communication est pour faire une distinction plus claire et plus directe on peut également mentionner ces différences entre les deux d'une manière plus précise :

- La sémiotique est d'origine américaine.
- Étudie tous les signes y compris le signe linguistique.
- Privilégie l'étude des signes en situation.
- Ses auteurs les plus connus sont Thomas Sebeok, Gerard deledalle, David savon.
- Le père de la sémiotique est Charles sandres Peirce (1839-1914).
- La sémiologie est d'origine européenne.
- Étudie des signes ayant un aspect particulier et le signe non linguistique.
- Privilégie l'étude des signes organisés en système.
- Ses auteurs les plus connus sont Roman Jakobson, Louis Hjelmslev, Ronald Barthes Umberto Eco.
- Le père fondateur de la sémiologie est Ferdinand de Saussure (1857-1913).

11. Sémantique

La sémantique apparaît à la fin du XIX^{ème} siècle avec Bréal, comme l'étude du langage considéré du point de vue du sens. Dans certains usages des pays anglophones, chez Morris en

particulier, la sémantique a tendance à être désignée comme la sémiotique mais qui tend actuellement à se définir comme la science qui étudierait la signification des mots.³⁰

La sémantique est considérée comme une branche de la linguistique, qui étudie les significations et non pas les systèmes des signes et ni le processus d'interprétation aussi.

La sémantique étudie la question du sens, son évolution et ses changements au fil du temps. Elle étudie aussi le sens produit par la langue mais pas la signification des mots, elle étudie les signifiés indépendamment.³¹

La sémantique s'intéresse au produit d'un système sémiotique tandis que la sémiologie étudiera le système en soi.

Conclusion

Dans notre premier chapitre nous avons essayé de parler sur tout ce que nous avons estimé d'être en relation avec notre thème de recherche, et qui nous facilitera la réalisation de notre chapitre pratique, en appliquant ces notions dans l'analyse des affiches de sensibilisation.

Comme nous avons défini le sens des affiches de sensibilisation et leurs importances dans la transmission des messages, afin de réaliser un objet principal qui est la sensibilisation contre cette fameuse maladie. Et que La sémiologie s'intéresse plus particulièrement à l'image non seulement au signe, car c'est une sous-catégorie de signe.

³⁰<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/108/7/2/137419>

³¹http://fl.univ-bouira.dz/wp-content/uploads/2020/03/Jean-marie-klinkerberg-pr_%D8%B1cis-de-semiotique-generale-envoi-aissa.pdf

*Chapitre II : Analyse et interprétation des
données*

Introduction

Dans ce chapitre pratique nous commençons par une étude simple des couleurs pour pouvoir analyser les affiches de sensibilisation contre la covid-19, dans une école primaire à Bejaia, et faire un entretien auprès des enfants, pour enfin faire une analyse finale pour ces affiches.

Dans une école primaire de la wilaya de Bejaia, ABD EL-HAMIDE IMACHE connue par le nom « AMIMOUNE », c'est l'une des écoles les plus anciennes à la wilaya de Bejaia qui se situe à l'ancienne ville.

Le 15 avril 2022 à 10h du matin nous avons eu la chance d'être près des enfants et de travailler avec eux pendant quelques heures.

D'abord nous avons passé par l'administration pour demander la permission de la directrice de l'école, qui a été très gentille avec nous, elle nous a donné l'accès de travailler avec une classe de 5^{ème} année vu qu'ils sont les plus murs et même ils ont l'habitude de faire l'analyse des images.

Ensuite dans une classe de 20 élèves là où nous avons eu l'occasion d'avoir le sentiment des enseignantes pour la première fois, nous étions très à l'aise et spontanées tout simplement parce qu'ils étaient contents et sympas avec nous.

Nous avons commencé la séance en demandant leurs noms et prénoms l'un après l'autre. Et la première chose que nous avons remarquée qu'ils sont assis chacun par table, mon binôme leur a demandé la cause de cette distance, ils ont répondu tous par la même réponse « c'est le protocole du covid » nous avons remarqué qu'ils étaient d'accord et à l'aise avec ce protocole sanitaire.

Et pour rentrer dans le sujet moi et mon binôme nous avons partagé les rôles, moi j'ai essayé de travailler avec eux, je leur ai montré les affiches, et puis j'ai posé des questions sur le contenu et sur les couleurs pour enfin arriver à un récapitulatif selon leurs avis et mon binôme écrivait leurs réponses pour ne pas oublier.

La première chose que nous avons remarquée, qu'ils n'arrivent pas à bien communiquer en français et ça nous a donné l'idée de leur demander la langue qu'ils préfèrent ou bien la langue qu'ils aiment travailler avec, et presque la totalité ont choisi la langue arabe, donc nous

avons essayé de parler en français mais d'expliquer à chaque fois en arabe pour qu'ils reçoivent bien le message.

Avant de commencer notre analyse sémiologique nous sommes intéressées à parler sur les couleurs, leurs significations, leurs importances et leurs impacts sur les affiches de sensibilisation et sur notre quotidien :

Une personne commence à comprendre ce qui se passe autour d'elle après les six premiers mois de sa vie. Avant cela, sa vue était si floue, qu'il ne pouvait distinguer que sa mère, et qu'il connaissait, qu'à son odeur. Mais après les six premiers mois, une personne commence à voir ce qui l'entoure et découvre des choses à travers les couleurs.

Avec les couleurs le monde devient plus beau et plus lumineux et charmant. Les couleurs sont partout : à la maison, sur nos vêtements, nos rues, nos voitures, nos journaux, nos films... tout ce qui est coloré est affecté par le goût humain. Tout au long de l'histoire, les couleurs ont joué (et jouent toujours) un rôle important et majeur dans la vie des gens.

Elles ont également un effet psychologique dans leurs capacités d'exciter ou calmer, un sentiment de force ou de faiblesse.

La couleur a un effet sur le corps et l'âme, le caractère humain, elle élève l'esprit et nourrit les nerfs, détend les sens et a un impact clair sur notre vie quotidienne.

Selon de nombreuses études dans le domaine de la psychologie, chaque couleur a ses détails et relations avec l'humeur humain. Là où le comportement d'une personne est déterminé en changeant la couleur qu'il préfère ou ce qu'il voit devant lui, c'est un facteur important. Les couleurs ont également un impact positif ou négatif sur leur santé et leur humeur.

Les couleurs sombres qui provoquent généralement l'ennui et la tristesse, contrairement aux couleurs claires et gaies qui vous font ressentir de la joie.

1. Définition du mot couleur

Couleur : un nom féminin qui désigne qualité de la lumière renvoyée par la surface d'un objet.

Selon LA ROUSSE : la couleur est une sensation résultant de l'impression produite sur l'œil, par une lumière émise par une source et reçue directement (couleur d'une source, flamme)

La couleur est une sensation physiologique qui nous permet de distinguer des objets dans un environnement. La perception de la couleur est subjective elle peut varier d'un peuple à un autre, d'un individu à un autre, elle peut également évoluer tout au long de la vie

2. La signification des couleurs

La signification des couleurs est une affaire de psychologie, de biologie et de culture. Certaines couleurs ont un effet profond sur nous, parce qu'elles sont très présentes dans notre entourage. Le rouge, par exemple, la couleur du feu, est associée à la chaleur, tandis que le vert est associé à la nature. Aussi nous faisons plus attention aux couleurs vivantes, car les plantes et les animaux vénéreux arborent souvent ces couleurs-là.

Nous sommes attirés par les fruits rouges plus que par les fruits verts, parce que les fruits bon et doux sont plus souvent rouges que verts. Et généralement les significations des couleurs ça diffère d'une culture à une autre par exemple : en Chine, le rouge est synonyme de chance, alors qu'en Afrique du Sud, c'est la couleur du deuil. Les Américains associent le vert à l'argent, car c'est la couleur des billets de banque, mais ça n'est pas le cas partout. Le noir est la couleur du deuil dans les pays occidentaux, tandis que pour plusieurs pays d'Asie, c'est le blanc. Aux États-Unis, le vert est la couleur de l'envie, alors qu'en Allemagne, c'est le jaune....

2.1. Le rouge

C'est la couleur chaude par excellence, elle est dynamique brutale exaltante jusqu'à l'énervement. C'est la couleur guerrière celle de l'Amour vainqueur elle s'impose sans discrétion elle peut être discutée et elle doit l'être, mais elle figure en bon rang dans le choix des préférences les plus manifestés, ou elle occupe le deuxième rang de peu derrière le bleu. C'est une couleur qui est souvent préféré par les filles, et c'est la couleur préférée dans le monde entier. Le rouge évoque la vitalité, La joie, l'activité, lingerie, la chaleur, la passion, le feu, la tentation, mais aussi le surmenage, le danger, la violence, la colère, la provocation.

2.2. L'orange

Il est apprécié autant des hommes que des femmes ; l'orange signifie énergie, la vitalité, excitation, l'aventure, la chaleur, la sante. L'orange symbolisera joie, la jeunesse, l'efficacité l'amusement, l'affirmation de la vie stimule les émotions ou encore l'appétit mais évoques aussi le fanatisme, la rudesse et l'arrivisme .il est souvent associé aux économies.

2.3 Le jaune

C'est la couleur qui attire le plus l'intention. Le jaune représente le soleil, la lumière la maturité, la chaleur, la clarté, la planification, la loi, l'optimisme, la sensibilité, le luxe, la joie de vivre, la bonne humeur, la gentillesse mais il évoque aussi l'arrogance, la jalousie, l'avarice, l'égoïsme, le mensonge, l'incertitude, l'absence d'émotions le jaune est souvent associe au danger.

2.4. Le vert

C'est la couleur universelle de l'écologie. Le vert symbolise l'endurance, la fraîcheur, la ténacité, la relaxions, la nature, la renaissance, l'argent le calme, la sante, la confiance, mais il suggère aussi l'indécision, la paresse et une attitude impersonnelle. Le vert nous fait immédiatement penser à l'environnement et la nature.

2.5. Le bleu

La couleur la plus utilisée dans l'identité corporative. Le bleu est une valeur sure, il symbolise la relaxation, l'apaisement, les résultats, la sympathie, la confiance, la gentillesse, la fiabilité, les loisirs, l'harmonie, la satisfaction, le calme c'est une couleur froide. Elle est associée à la mer au ciel et à la science.

2.6. Le violet

Est une couleur qui est associe à la créativité. Le violet représente le mystère, la magie, la tristesse, le majestueux, la justice, la noblesse, la richesse, la dignité mais également la vanité, l'arrivisme et le conflit c'est une couleur ni chaude ni froide.

2.7. Le rose

Il est une nuance de rouge beaucoup plus douce, il symbolise la femme car cette couleur depuis longtemps est associée à la femme. Il représente la délicatesse, la féminité, l'innocence, le romantisme, la tranquillité, la douceur et l'enfance.

2.8. Le marron

Est la douceur de la terre, le marron signifie la terre. La simplicité, la durabilité, la stabilité il est souvent associé à la maturité.

2.9. Le noir

Est une couleur neutre sérieuse. Le noir signifie la puissance, le classique, sophistique. Le noir indique la résistance, la sobriété, l'obscurité, la puissance, il apparaît dramatique, mystérieux, réservé, le sérieux mais il symbolise également la lourdeur, la tristesse l'isolement, le pessimisme, le drame et le désespoir.

2.10. Le blanc

Il est accrocheur en publicité. Le blanc est la somme de toutes les couleurs en termes de synthèse additive. Elle est parfaite et symbolise la lumière, la foi, l'idéal, la bonté, le début, la nouveauté, la propreté, la pureté et la simplicité mais elle présente également le vide et l'inconnue, la stérilité, tout élément hygiénique est blanc le blanc est souvent associé au domaine de la santé.

2.11. Le gris

Le gris indique la neutralité, la sincérité, l'objectivité, la fonctionnalité, la simplicité mais, également la négativité, l'incertitude, la froideur, le manque d'engagement l'inconsolable et la misère.

3. Le pouvoir des couleurs dans la transmission des messages

Les couleurs jouent un rôle essentiel et important dans la transmission des messages, et comme elles peuvent transmettre des messages spécifiques et général de différents sentiments. Elles peuvent même améliorer des conversations et attirer l'attention des autres et améliorer des sentiments. Donc on peut dire facilement que les couleurs sont un moyen de communication indirecte, et même une affirmation d'identité. Les couleurs ont un impact sur

le comportement. De nombreuses études scientifiques ont prouvé que les couleurs influencent beaucoup nos comportements et nos émotions, nos performances et nos pensées. Sachant que de nombreux écrivains utilisent les couleurs pour transmettre des choses qu'ils ne peuvent pas les écrire, ou pour ne pas trop parler. Ils préfèrent d'utiliser la couleur qui le symbolisent par exemple : ont choisi le blanc pour parler de la paix, et la propreté et surtout la sécurité contrairement au noir qui symbolise la guerre, la méchanceté, l'insécurité, toutes choses négative.

4. La méthode d'analyse

Avant de commencer notre analyse, nous rappelons que nous appliquons une étude sémiologique pour nos affiches de sensibilisation dans un établissement scolaire qui est l'un des écoles primaires de la wilaya de Bejaia.

5. Description et interprétation des affiches de sensibilisation contre la Covid-19 dans une école primaire

5.1 Description et interprétation 1^{ère} affiche

Figure II 1: Affiche de sensibilisation numéro 01



5.1.1 Le signe iconique

Cette image représente une affiche de sensibilisation contre la fameuse maladie covid-19, lancée et exposée dans un établissement scolaire, elle nous montre un enfant qui porte un masque bleu dans un cercle jaune, l’affiche a un arrière-plan blanc, le titre de l’affiche est écrite et soulignée en bleu, elle a un message pour sensibiliser écrit en noir, les trois titres sont écrits en caractère gras, ils sont lisibles, simples et clairs, l’affiche a quatre couleurs principales : un arrière-plan blanc, le bleu, le noir, et le jaune.

5.1.2 Le signe plastique

Le signe plastique concerne le côté stylistique de notre affiche de sensibilisation à savoir les points ci-dessous :

- **Le support** : Cette affiche n’est pas imprimée, elle a été tirée d’un site internet, elle concerne plus les enfants du primaire.
- **Le cadre** : Notre première affiche encadrée d’une ligne noire, elle est bien claire comme le fond est blanc avec une forme rectangulaire.
- **Le cadrage** : L’image a une forme verticale et un arrière-plan blanc simple.
- **L’angle de prise de vue** : Un fond blanc qui permet de mieux lire et comprendre l’affiche et qui donne plus de lisibilité. Cette affiche n’est pas une image réelle.
- **Les couleurs et l’éclairage** : L’affiche a un éclairage artificiel diffusé sur toute l’image.

L’affiche a quatre couleurs essentielles :

- **Le blanc** : C’est la couleur dominante dans l’affiche, qui symbolise la lumière, la bonneté, la propreté et la simplicité. Le blanc est généralement associé à la santé.
- **Le noir** : la couleur du message de sensibilisation est noire pour le rendre plus lisible et attirante, c’est une couleur qui indique la puissance elle apparait sévère et sérieuse.
- **Le bleu** : c’est une couleur qui se trouve un peu partout sur l’affiche, l’enfant qui porte un masque bleu et une chemise bleue et le titre en haut et en bas de l’affiche aussi en bleu qui est une couleur froide associée à la mer et au ciel et aussi à la science.
- **Le jaune** : dans cette affiche l’enfant est entouré d’un cercle jaune qui attire le plus l’intention, la couleur jaune ici, elle est associée au danger qui entoure l’humanité en général et les enfants en particulier.

5.1.3 Le signe linguistique

Les phrases de l’affiche sont claires et directes, elles sont écrites en langue française, très simple, nous avons le titre qui se trouve en haut de l’affiche : *contre le coronavirus*. C’est un titre simple écrit et souligné en bleu et en caractère gras. Le deuxième titre qui se trouve presque au milieu de l’affiche : *pour vous protéger et protéger les autres*. Qui est aussi un message simple écrit en noir, et en caractère gras, pour qu’il soit mieux clair et lisible, et même attirant. Le troisième et le dernier titre qui se trouve en bas de l’affiche *port du masque obligatoire*. Ecrit et souligné en bleu, il est en caractère gras. Le titre donne un ordre indirect sur l’obligation et la nécessité et l’importance du masque.

5.1.4 La synthèse

Après avoir analysé cette affiche de sensibilisation avec un groupe d’enfants l’affiche nous mène à mettre en valeur le grand danger de cette maladie, et de sensibiliser les enfants, et aussi de les inviter au port du masque, d’une façon intelligente en choisissant une image d’un enfant qui porte de masque, et qui passe un message pour les autres enfants en utilisant un message simple et lisible *pour vous protéger et protéger les autres*.

5.2 Description et interprétation 2^{ème} affiche

Figure II 2: Affiche de sensibilisation numéro02



5.2.1 Le signe iconique

Cette image est une affiche de sensibilisation contre la Covid -19. L’affiche présente un groupe d’enfants de deux sexes différents, deux garçons et deux filles qui portent des masques bleus et qui embrasent le globe terrestre qui porte aussi un masque bleu et qui a les larmes aux yeux. Les personnages de cette affiche sentent l’insécurité et l’inquiétude et la responsabilité en même temps qui se voit clairement dans leurs yeux. L’affiche a des couleurs principales comme, l’arrière-plan blanc et le bleu qui se trouve un peu partout sur l’affiche et le vert du globe terrestre et nous avons aussi des couleurs secondaires qui sont les couleurs de leurs vêtements, l’affiche n’a pas de titre, de message, de logo, de signature et de date. L’auteur ici ne voit aucune utilité du signe linguistique et il laisse la liberté d’imagination au public.

5.2.2 Le signe plastique :

- **Le support** : cette affiche n’est pas imprimée, elle est tirée d’un réseau social qui est Facebook, elle est destinée aux enfants de la planète.
- **Le cadre** : l’affiche est carrée encadrée d’une ligne en noire
- **Le cadrage** : notre affiche est en mode horizontal qui donne une visibilité totale de contenu.
- **L’angle de prise de vue** : l’affiche a un arrière-plan blanc qui nous permet de bien voir et comprendre ses personnages.
- **Les couleurs et l’éclairage** : les couleurs dominantes dans cette affiche sont le blanc le bleu le vert :

Le blanc qui est assimilé à la lumière, la pureté c’est le symbole de la sagesse et l’innocence.

Le bleu qui est le symbole de fraîcheur et l’eau, la mer associée aux grands espaces, c’est la couleur qui inspire le calme intérieur.

Le vert c’est le synonyme de la nature d’optimisme et d’espérance et de croissance, et dans le contexte négatif elle peut représenter l’infortune, la tristesse, la mélancolie et la solitude, elle désigne également un vide et un froid.

5.2.3 La synthèse

Après avoir analysé l’affiche de sensibilisation avec un groupe d’élèves nous sommes arrivées à voir leurs avis sur cette image, ils ont tous répondu par la même chose que l’affiche

représente une image pure sur la responsabilité de la protection de la planète en mettant les masques qui sont considérés comme une arme contre cette maladie, et que les enfants sont les premiers responsables à protéger, et sauvé la planète en respectant le protocole sanitaire.

La terre est triste pour ce qui se passe dans le monde entier, elle a les larmes aux yeux, et malgré qu'elle porte le masque chirurgical, elle sent le malaise et la maladie qui se voit clairement dans les gestes de ses mains, ou on voit que la main droite est ouverte pour recevoir l'aide, la prospérité et l'unité de l'humanité au moment où la main fermée qui est le symbole de la douleur, la maladie, la résistance, l'incapacité à faire quelque chose.

Les plis du masque du globe terrestre, et les enfants ont la forme d'un message codé, traduisant l'absence de la sécurité et la paix, la protection, et la présence de la peur et l'insécurité.

L'auteur de cette image ne voit aucune utilité du signe linguistique vu le sens large et profond de l'affiche.

5.3 Description et interprétation 3^{ème} affiche

Figure II 3: *Affiche de sensibilisation numéro03*



5.3.1 Le signe iconique

Cette photographie est une affiche de sensibilisation contre la covid-19 , c'est une photo prise dans une classe dans un établissement scolaire qui a des murs en couleur beige et un sol

marron , et une fenêtre en verre avec bordures en bois blanc , nous avons aussi une prise d'électricité juste derrière le bureau de la maitresse , et nous voyons des élèves en classe, et en plein cours, avec une maitresse qui porte le masque chirurgical bleu, et un pantalon noir, et une chemise blanche, un gilet bleu nuit. Qui est en train d'expliquer une leçon de mathématique.

Nous voyons des calculs en mathématique écrit sur un tableau vert, en bois, et avec de la craie blanche, et nous voyons juste à côté du grand tableau, un autre petit tableau, en vert et juste en haut des deux tableaux nous voyons un écran de projection blanc.

Nous percevons ici des élèves de deux sexes qui portent un masque bleu assis sur des chaises en bois et chacun par table.

Généralement nous pouvons dire que la photo a un message clair qui sert à sensibiliser les élèves à se protéger et respecter le protocole sanitaire en classe.

Nous avons aussi la maitresse qui explique la leçon en pointant avec une main ouverte de côté gauche vers le haut qui peuvent indiquer le future et le signe V est un geste de la main réaliser en tendant vers le haut, l'index et le major forme un V, c'est un signe reconnu mondialement par une victoire ou une réussite et même le signe de la promesse, et la main mi-ouverte pointée vers le bas qui peut indiquer le présent (la situation sanitaire) , nous avons le regard de la maitresse fixé sur les yeux de l'un des élèves qui signifié la concentration sur le sujet et l'élève, et nous avons la position avec les élèves sont assis et leurs mains qui sont posés sur les tables montre leurs concentrations et même le sensibilité et l'importance du sujet.

5.3.2 Le signe plastique

Désigne le côté stylistique de notre photo de sensibilisation qui contient les éléments ci-dessous :

- **Le support** : Cette affiche n'est pas imprimée, c'est une photo réelle des élèves en plein cours.
- **Le cadre** : Notre photographie encadrée par une ligne invisible avec un fond beige, et une forme rectangulaire.
- **Le cadrage** : La photo a une forme verticale qui nous permettons de bien voir les détails.

- **L'angle de prise de vue** : La photo est prise en arrière et au milieu des deux rangés face au tableau.
- **Les couleurs et l'éclairage** : La photo est prise en plein journée avec un éclairage naturel.
- **Le blanc** : La couleur de l'éclairage, la propreté, la sagesse et la simplicité et l'élégance, l'innocence. C'est la couleur de l'écran de projection et la chemise classique de la maitresse.
- **Le vert** : Le vert fané mat du tableau étant juté plus relaxant pour les yeux notamment sous les éclairages néons de classe. Qui signifier l'optimisme et l'espérance et la croissance.
- **Le beige** : C'est une couleur chaleureuse qui fait référence la douceur et le naturel. C'est la couleur des murs dans cette photo.
- **Le marron** : C'est la couleur des tables et des chaises de cette classe, cette couleur est le symbole de la force brute, elle inspire la stabilité, c'est une couleur chaude et terrestre.
- **Le bleu** : C'est la couleur des masques porté par la maitresse et les élèves et aussi la couleur de la veste en jean de l'élève et même la couleur de leurs pantalon jeans. Cette couleur est associée au ciel, elle est devenue un symbole de fraîcheur et généralement lié au sexe masculin.

5.3.3 La synthèse

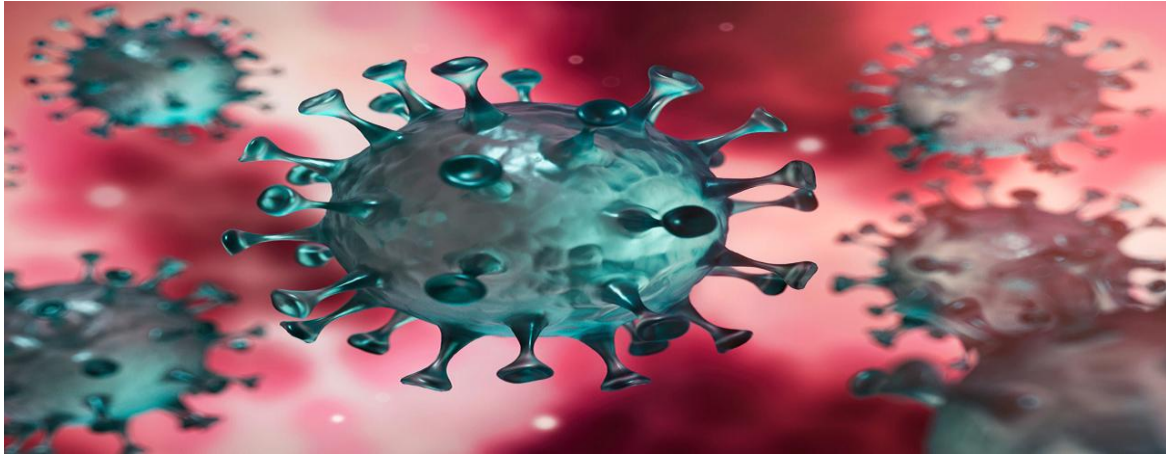
Après avoir analysé cette affiche avec un groupe de 20 élèves, et selon eux cette photo représente clairement le protocole du covid en classe, la maitresse qui est en train de faire la leçon avec un masque chirurgical bleu, les élèves sont assis chacun par table et misent leurs masques et garde la distanciation, les élèves sont bien concentrés avec l'explication de leur maitresse a un cours de mathématiques, les élèves posent leurs affaires scolaires sur leurs tables.

Nous voyons la dénotation du sens dans les signes mathématiques est une grammaire permettant de coder des phrases et transportant, et partageant la signification, parce que le contexte mathématique peut être facilement maîtrisé dans un contexte étranger. Et nous avons des symboles, comme le symbole égal et presque égal et le symbole radical et nous voyons que l'ensemble des calculs sont des opérations de divisions. Ainsi que l'écriture des chiffres, et le travail sur le codage peut être liée à la découverte de la correspondance invisible. La cryptographie est la science permettant de passer un code universellement connu à un autre système de codage.

Enfin, l'analyse de cette photo avec les élèves nous a mené à réaliser que l'auteur de cette photo donne l'importance au sens dénoté plus que le sens connoté. Du coup, il n'a pas donné l'importance pour le signe linguistique qui est absent dans cette photo d'une façon très remarquable.

5.4 Description et interprétation 4^{ème} affiche

Figure II 4 : Affiche de sensibilisation numéro 04



5.4.1 Le signe iconique

Cette affiche présente une illustration du virus covid-19, elle est faite pour montrer la forme du virus selon la médecine, et les médecins. Et pour la justification de son appellation (corona), c'est un nom qui désigne une forme particulière de virus dont l'aspect des particules ressemble à une couronne, et sur cette illustration nous voyons environ six ballons, qui ont la couleur bleue, et à la surface des boules nous voyons des engrenages ou des cornes, aussi en bleu. Cette image a un arrière-plan en rouge et quelque part de rouge foncé. Elle a un message qui est l'infection du virus, la présentation, la découverte de la forme du corona virus, et la cause de l'appellation de cette fameuse maladie.

5.4.2 Le signe plastique

Le signe plastique regroupe les caractéristiques matérielles (physiques) et substantielles (signification)d'une image.

Le support : Cette image n'est pas imprimée elle est prise dans un site internet qui a le titre l'infection du coronavirus.

Le cadre : Notre affiche est encadrée d'une ligne fine blanche, elle est invisible comme le fond est rouge avec une forme rectangulaire.

Le cadrage : Cette affiche a une forme verticale et un arrière rouge qui ressemble au sang et au danger.

L'ongle de prise de vue : Cette image a un fond rouge qui permet de signaler le danger du virus, et son infection rapide dans le monde et cette image n'est pas une image réelle c'est juste une illustration.

Les couleurs et l'éclairage : L'affiche a un éclairage artificielle animé sur toute l'image et les couleurs dominantes dans cette affiche sont les deux ci-dessous :

Le rouge : C'est la couleur du fond de cette illustration, et c'est la couleur la plus dominante sur l'image, le rouge fort qui signifie le sang (non pas celui de la vie mais celui de la mort).

Le bleu : Sur cette image le bleu est la couleur des boules qui ont des cornes. Cette couleur est une couleur que nous avons l'habitude de voir notamment dans la nature, (le ciel et la mer) il illustre aussi la colère, la peur, le froid, et voire la mélancolie.

5.4.3 La synthèse

Après avoir analysé cette illustration avec un groupe de 20 élèves en cinquième année, nous découvrons ensemble le danger de cette maladie, et pourquoi ils ont choisi la couleur rouge et la forme ronde, et même la cause de son appellation, et son infection qui se propage rapidement dans le monde, et que ce virus nous transmette la peur, et l'insécurité, et l'inquiétude, dans nos vies à cause de sa couleur n'est pas calme et aussi sa forme qui ressemble à une couronne.

5.5 Description et interprétation 5^{ème} affiche

Figure II 5: Affiche de sensibilisation numéro 05



5.5.1 Le signe iconique

Cette image est considérée comme une affiche de sensibilisation dans un établissement scolaire, l'affiche été colée sur un mur de l'entrée principale de l'école, dans les sanitaires et même sur les portes des classes.

Nous voyons dans cette image des enfants de différent sexe, deux filles et un garçon qui portent de masque blanc et qui font le tour au sanitaire pour laver leurs mains avec de l'eau et du gel pour les mains. Les trois enfants portent un uniforme scolaire avec des cravate en bleu et des chemises blanche et des jupes bleus pour les filles et un pantalon bleu pour le garçon et des chaussures marronnes.

La première fille au tour est entrain de laver ses mains, la deuxième fille au tour porte un sac au dos rose, et le dernier est un garçon avec un sac au dos bleu.

5.5.2 Le signe plastique

- **Le support** : cette affiche est imprimée, c'est une image dessinée elle n'est pas réelle pour des élèves en plein chaine pour laver les mains. Elle concerne le protocole sanitaire dans l'établissement scolaire.
- **Le cadre** : notre image encadrée par une ligne fine marronne avec un fond beige, et une forme rectangulaire
- **Le cadrage** : la photo a une forme verticale qui nous permettons de bien voir le protocole sanitaire.

- **L'angle de prise de vue** : l'image est d'un point de vue directe, face aux enfants, ce qui a donné plus de sens et de détails.
- **Les couleurs et l'éclairage** : l'image a un éclairage artificiel sur un fond beige qui nous a aidé à bien voir les couleurs utilisées dans cette affiche.
- **Le blanc** : C'est la couleur des chemises et des masques et les chaussettes, elle associée l'innocence, la tranquillité, la propreté.
- **Le bleu** : La couleur du bas de l'uniforme et les cravates et le sac à dos du garçon et même du gel pour main et de l'eau. Le bleu généralement c'est la couleur de la vie, la fraîcheur, la sagesse et la pureté.
- **Le beige** : C'est la couleur du fond de l'image et la couleur de lave a bot, elle présente la stabilité et hygiène, la sécurité.
- **Le marron** : Dans le sol et les cheveux des filles et la chaussure des trois enfants. Le marron généralement est la couleur du bois et même la terre, c'est une couleur présente un peu partout dans notre environnement.

5.5.3 La synthèse

Après avoir terminé l'analyse de cette affiche avec les enfants, ils se sont mis d'accord que l'affiche est destinée aux enfants et plus précisément à l'école vu qu'ils portent des uniformes, nous voyons des enfants font le tour pour laver leurs mains et les désinfectés, cette affiche sensibilise et élèves à suivre le protocole du covid en respectant le tour du rôle, la distanciation, et le détachement. Donc l'affiche porte un seul sens qui est un message clair qui est la sensibilisation contre la pandémie.

Conclusion

Dans ce chapitre pratique nous avons commencé par présenter notre terrain d'enquête, ensuite nous avons intéressé à parler sur les couleurs : définition de mot couleur et leurs significations et son pouvoir dans la transmission des messages. Par la suite nous avons appliqué une analyse sémiologique pour quelques affiches de sensibilisation contre la pandémie au sein d'une école primaire.

Nous avons déchiffré le sens caché derrière chaque affiche selon élèves, à l'aide de trois signes en commençant par le signe iconique de l'image puis, le signe plastique : dont on a parlé sur le côté stylistique et de voir la signification des couleurs utilisés dans la

sensibilisation, le cadre, le cadrage, le format, et enfin, le signe linguistique pour les affiches ou il se présente.

Conclusion générale

Conclusion générale

Nous sommes arrivées à la fin de notre travail de recherche, nous vous rappelons que, nous sommes intéressés à faire une analyse sémiologique des affiches de sensibilisation contre la covid-19 au sein d'une école primaire à la wilaya de Bejaia.

Nous avons appliqué une analyse sémiologique de Ronald Barthes pour interpréter les affiches (signe iconique, signe plastique et enfin signe linguistique), pour la connotation et la dénotation des messages.

Notre problématique était de savoir les logiques et les images utilisés dans la reformulation et la transmission des messages, et comment assurer une meilleure interaction au signes utilisés. Et pour confirmer ou infirmer nos hypothèses nous avons opté à faire une analyse auprès des enfants.

Nous avons consacré le premier chapitre pour définir les concepts clé et les notions de base que nous aidera par la suite. Et pour bien mener notre recherche, nous avons consacré le deuxième chapitre pour faire l'analyse des affiches de sensibilisation que nous avons choisi avec les enfants au sein de l'école primaire.

Les résultats de notre travail de recherche sont liés aux hypothèses que nous avons déjà proposées à l'introduction générale et que les affiches de sensibilisation jouent un rôle très important, et essentiel auprès des enfants. Après l'analyse nous avons trouvé que les enfants prennent en considération ce qui est dit et écrit sur les affiches.

Les affiches de sensibilisation avec les images des enfants de même âge avec eux ont un impact profond sur leurs psychologies, et leurs habitudes que ce soit positivement ou négativement selon le contexte de l'image, et que les couleurs ont une grande influence, elles aident l'enfant à bien agir face à l'affiche.

Et à la fin de ce modeste travail nous estimons que nos résultats sont considérés comme un effort personnel qui reste à confirmer ou à infirmer, par une autre recherche sachant que nous n'avons pas le temps largement pour pouvoir analyser d'autres affiches et nous estimons aussi qu'il serait utile pour la réalisation d'autres recherches en sémiologie.

Les références bibliographiques

Références bibliographiques

Ouvrages

- Barthes.R,1964, *rhétorique de l'image communication*.
- Eco, U1998, *sémiotique et philosophie du langage*, paris. Quadriage
- Joly, M, (2000) introduction à l'analyse de l'image, paris, Nathan
- LAMB 1997 the good compaigns.fr (guide des bonnes compagnes.)
- MARINE JOLY, 1994, *l'image et les signes*. Paris. Nathan
- Michel Pastoureau, (vers une histoire des couleurs : possibilités et limites, séance du 20 mars 2005.)
- Peirce, S,1978, *Ecrit sur le signe* (ressemblés, traduit et commentes par Gérard Delesalle), paris, Edition seuil.
- دك، جميل حمداوي، الطبعة الأولى 2014، *سيمائية الصورة الإشهارية*، أستاذ جامعي (المغرب).
- يوري لوتمان، الطبعة الأولى، 2011، *سيماء الكون*، ترجمة عبد المجيد نوسي.

Dictionnaire

- Dictionnaire Le petit robert de la langue française : edition2020
- Dubois, Jean. Edition (2001).
- Dubois. J. (1994). Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage. Paris : Larousse. Pour la première Edition.

Site internet

- <http://www.conception/>
- <https://99designs.fr/blog/conseils-design/signification-couleurs/>
- <https://blogs.lyceecfadumene.fr/informatique/files/2015/01/1-symbolique-couleurs.pdf>
- <https://e3arabi.com/%D8%B9%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%B3%D9%8A%D9%85%D9%8A%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9/>
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Couleur>
- <https://gerflint.fr/Base/Turquie3/ozge.pdf>
- <https://www.africmemoire.com/part.4-i-3-2-les-types-de-semiotique-922.html#:~:text=D'apr%C3%A8s%20KLINKENBERG%2C%20la%20s%C3%A9miotique.allusion%20C3%A0%20celle%20du%20r%C3%A9cit>

- <https://www.etudier.com/dissertations/La-Publicit%C3%A9-Entre-SenHYPERLINK>
["https://www.etudier.com/dissertations/La-Publicité-Entre-Sensibilisation-Et-Manipulation/66008785.html"](https://www.etudier.com/dissertations/La-Publicité-Entre-Sensibilisation-Et-Manipulation/66008785.html)
- <https://www.laHYPERLINK>
["https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/couleur/19757"](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/couleur/19757)
- <https://www.larousHYPERLINK>
["https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/sensibilisation/72105"](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/sensibilisation/72105)
- <https://www.santepubliquefrance.fr/dossiers/coronavirus-covid-19>
- <https://www.sensibilisation-prevention.fr/comment-faire-une-campagne-de-sensibilisation-reussie>
- www.linetrnaute.fr
- www.sensibilisation-prevention.fr

Mémoire de master

- Benmamaar.l. boukouba.s.(2020/2021) analyse sémiotique des panneaux de sensibilisation forestier PNG de la wilaya de Bejaia. Université Abderrahmane-mira Bejaia.
- Karichen, n, (2016/2017) le rôle de l'image dans le manuel scolaire (cas de la 5eme année primaire) mouloud mameri
- LARBI, M (2018/2019). Analyse sémiologique des affiches de sensibilisation : l'immigration clandestine. Langue et communication. Abdelhamid IBN Badis-Mostaganem.
- Moulai, n. ouazen, f. (2017/2018) Analyse sémiologique des affiches publicitaire : cas des produits des groupes agroalimentaires CEVITAL et LABELLE. Sciences du langage. Abderrahmane- mira- Bejaia.
- Nait slimane, f. Mesouadi, a (2018/2019). Analyse sémiologique des affiches publicitaires des concessionnaires automobile dans les sites web : cas des marques allemandes « Audi » « BMW »et « Mercedes » sciences du langage. Abderrahmane-mira-Bejaia.

Annexes

CONTRE LE CORONAVIRUS

**Pour vous protéger
et protéger les autres**



**PORT DU MASQUE
OBLIGATOIRE**

Annexe 01



Annexe 02



Annexe 03



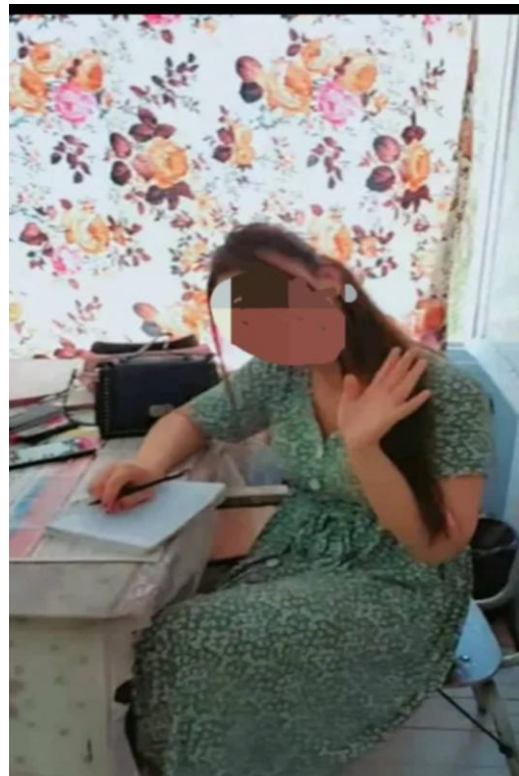
Annexe 04



Annexe 5



Annexe 06



Annexe 07



Annexe 08



Annexe09

Table des matières

Table des matières

Remerciements

Dédicace

Liste d'abréviations

Liste des figures

Sommaire

Introduction générale..... 1

Chapitre I : La sémiologie des affiches de sensibilisation

Introduction 5

1. Aperçue historique sur la maladie du corona virus 5

1.1. Pourquoi le nom corona 6

2. Le masque comme une nécessité pour se protéger 6

2.1. Le masque et l'enfant 7

2.2. Le masque et la mode 8

3. Sensibilisation et publicité 9

3.1 La sensibilisation 9

3.2 Une campagne de sensibilisation 9

3.3. La publicité 10

3.3.1. La publicité a plusieurs types 11

3.1.2. La publicité et ses objectifs 11

4. La communication 11

5. L'affiche 12

5.1 L'évolution de l'affiche 12

5.2 L'affiche de sensibilisation 13

5.2.1 L'importance des affiches de sensibilisations 13

5.3. L'affichage 13

6. La théorie de l'image 14

6.1. L'image fixe et l'image animée 15

6.2 L'image publicitaire 15

6.3. Les fonctions de l'image 16

6.4. Les éléments plastiques de l'image 16

6.5. L'influence de l'image 17

6.6 L'image naturelle, non faite par la main de l'homme	17
6.7 L'image entre le sens et la signification.....	18
6.8 La photographie comme image spécifique.....	18
6.9. Le slogan	19
6.10 Le logo.....	19
6.11. L'image sémiotique.....	20
6.12. L'image sémiologique.....	20
7. La sémiotique	21
8. La sémiologie	22
8.1. La sémiologie de la communication et La sémiologie de la signification	23
8.1.1. La sémiologie de la communication.....	23
8.1.2.La sémiologie de la signification	23
9. Le signe	24
9.1. Le signe linguistique selon Ferdinand de Saussure.....	25
9.2. Le signe non linguistique	26
9.2.1 Le signe iconique	26
9.2.2. Le signe plastique.....	26
9.3. Le signe selon Charles Sanders Pierce	27
9.3 .1. L'indice	27
9.3.2. L'icône	28
9.3.3. Le symbole	28
10. Entre la sémiotique et la sémiologie	28
11. Sémantique.....	29
Conclusion.....	30
Chapitre II : Analyse et interprétation des données	
Introduction	32
1. Définition du mot couleur	33
2. La signification des couleurs.....	34
2.1. Le rouge.....	34
2.2. L'orange	35
2.3 Le jaune.....	35
2.4. Le vert	35
2.5. Le bleu.....	35
2.6. Le violet.....	35

2.7. Le rose	36
2.8. Le marron	36
2.9. Le noir	36
2.10. Le blanc	36
2.11. Le gris.....	36
3. Le pouvoir des couleurs dans la transmission des messages	36
4. La méthode d'analyse.....	37
5. Description et interprétation des affiches de sensibilisation contre laCovid-19 dans une école primaire.....	37
5.1 Description et interprétation 1 ^{ère} affiche	37
5.1.1 Le signe iconique	38
5.1.2 Le signe plastique.....	38
5.1.3 Le signe linguistique	39
5.1.4 La synthèse.....	39
5.2 Description et interprétation 2 ^{ème} affiche	39
5.2.1 Le signe iconique	40
5.2.2 Le signe plastique :	40
5.2.3 La synthèse.....	40
5.3 Description et interprétation 3 ^{ème} affiche	41
5.3.1 Le signe iconique	41
5.3.2 Le signe plastique.....	42
5.3.3 La synthèse.....	43
5.4 Description et interprétation 4 ^{ème} affiche	44
5.4.1 Le signe iconique	44
5.4.2 Le signe plastique.....	44
5.4.3 La synthèse.....	45
5.5 Description et interprétation 5 ^{ème} affiche	46
5.5.1 Le signe iconique	46
5.5.2 Le signe plastique.....	46
Conclusion.....	47
Conclusion générale	49
Les références bibliographiques	
Annexes	
Table des matières	

Résumé

Dans ce travail de recherche, nous avons essayé de faire une analyse sémiologique de quelques affiches de sensibilisation contre la covid-19.

Afin de répondre à notre problématique, nous avons choisi les affiches de sensibilisation comme un moyen pour faire l'analyse. Et Pour l'accomplissement de ce travail, nous l'avons divisé en deux chapitres, dans le premier chapitre nous avons présenté quelques concepts clés. Dans le deuxième chapitre nous avons commencé par présenter notre terrain d'enquête, puis nous avons passé à parler brièvement sur les couleurs, pour finir avec l'interprétation des affiches à l'aide de la méthode de Ronald Barthes. Enfin nous avons dégagé le sens caché derrière chaque affiche, comme nous avons vu aussi la signification et le rôle des couleurs utilisées dans ces affiches.

mots clés : Analyse sémiologique, affiches de sensibilisation, La Covid-19, Méthode de Ronald Barthes.

Abstract

In this research work, we tried to make a semiological analysis of some awareness posters against covid-19.

In order to answer our problematic, we have chosen the awareness posters as a means to make the analysis. And for the accomplishment of this work, we divided it in two chapters, in the first chapter we presented some key concepts. In the second chapter we started by presenting our field of investigation, then we moved on to talk briefly about the colors, to finish with the interpretation of the posters using the method of Ronald Barthes. Finally, we found the hidden meaning behind each poster, as well as the meaning and role of the colors used in these posters.

keywords: semiological analysis, the awareness posters, Covid-19, the method of Ronald Barthes

المخلص

في هذا العمل البحثي، حاولنا إجراء تحليل سيميولوجي لبعض ملصقات التوعية ضد كوفيد -19

للإجابة على مشكلتنا، اخترنا ملصقات التوعية كوسيلة لإجراء التحليل. ولإنجاز هذا العمل، قمنا بتقسيمه إلى فصلين، في الفصل الأول قدمنا بعض المفاهيم الأساسية. في الفصل الثاني بدأنا بتقديم مجال بحثنا، ثم انتقلنا للحديث باختصار عن الألوان، لننتهي بتفسير الملصقات باستخدام طريقة رونالد بارت. أخيرًا حددنا المعنى الخفي وراء كل ملصق، كما رأينا أيضًا معنى ودور الألوان المستخدمة في هذه الملصقات

الكلمات المفتاحية : تحليل سيميولوجي، ملصقات التوعية، كوفيد -19، باستخدام طريقة رونالد بارت.