



Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique  
Université Abderrahmane Mira de  
Bejaia Faculté des sciences humaines  
et sociales Département des Sciences  
Humaines

## *Mémoire de fin de cycle*

*En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de l'information  
et de la communication*

*Option : communication et relation publique*

*Thème :*

**ANALYSE SEMIOLOGIQUE DES AFFICHES DE  
SENSIBILISATION SUR LA COVID 19 SELON  
L'APPROCHE DE ROLAND BARTHES et ROMAN  
JAKOBSON  
CAS PRATIQUE : ENTREPRISE PORTUAIRE DE BEJAIA**

**Réalisé par :**

BENNAI Amina

Kahina BEN ABDELOUHAB Kahina

**Encadré par :**

Mme. BERKOUNE

***Année d'étude : 2020/2021***

# ***Remerciements***

*Avant tout nous remercions dieu le tout puissant de nous avoir donné la force et la patience pour réaliser ce travail.*

*Nos plus vifs remerciements vont à madame Berkoune notre encadreur d'avoir voulu diriger ce travail, pour ces conseils pertinents, suggestions, et remarques ainsi pour les précieuses orientations*

*Nous tenons aussi à remercier le personnel de l'EPB ainsi que le médecin MR Mokhfi notre encadreur qui nous a beaucoup orientés.*

*Enfin que soient remerciés tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'aboutissement de ce travail.*

# *Dédicaces*

*A mon père à ma mère, ceux à qui je dois tout.*

*A mes sœurs **M**élissa et **R**hym , mes cousines **S**arafina et **C**erine qui m'ont  
toujours soutenus et soulagée.*

*A mes amis katia ma sœur de cœur, **A**nis et **Y**anis qui ont été toujours là pour  
moi*

*Je dédie ce travail à tous mes collègues de travail et plus précisément **A**ya et  
**M**ounir qui m'ont beaucoup aidé à positiver et me laisser le temps d'étudier  
paisiblement.*

***A**mina.*

# *Dédicaces*

*Je dédie ce modeste travail à :*

*Ma chère mère à qui je dois tout, pour tous les sacrifices qu'elle a fournis pour mon bien, pour son soutien et son amour je prie dieu de la garder pour moi.*

*Mon cher père, source de mon existence, celui qui m'a accompagné durant tout mon parcours, et pour la confiance qu'il me donne, je lui dis Merci que dieu te protège.*

*Pour ma grande sœur KAMY qui est comme ma deuxième maman et mes deux frères.*

*Pour ma sœur du cœur KATIA qui m'a encouragé pour arriver jusqu'à là et qui m'a soutenue dans toutes mes états, Merci pour ta présence et je lui souhaite tout le bonheur.*

*Mes cousines qui sont toujours à mes côtés, et ma grand-mère qui n'a jamais cessé de prier pour moi que dieu te garde pour nous MANI.*

*Mes copines FATY, SARA et ASSMA vous êtes les meilleurs.*

*Et pour la meilleure des binômes MINA, je lui souhaite tout le bonheur.*

*Kahina*

# Sommaire

**Résumé.**

**Introduction.**

## Cadre méthodologique

|  |    |
|--|----|
| Chapitre I : Analyse conceptuelle .....    | 04 |
| Chapitre II : Démarche méthodologique..... | 16 |

## Cadre théorique

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Préambule .....</b>   | <b>20</b> |
| Chapitre I : typologie de la sémiologie : domaines , courants , et distinction .....               | 20        |
| Section 01 : introduction a l'approche sémiologique.....   | 20        |
| Section 02 :la sémiologie linguistique .....   | 25        |
| Section 03 : le signe non linguistique et la sémiologie de l'image .....                           | 29        |
| <b>Conclusion du chapitre I.....</b>   | <b>34</b> |
| Chapitre II : les affiches de sensibilisation dans le cadre de la sémiologie de communication..... | 35        |
| Section 01 : le processus la communication.....  | 35        |
| Section 02 : la sémiologie dans la communication .....   | 38        |
| Section 03 : typologie des affiches de communication .....   | 41        |

## Cadre pratique

|  |           |
|--|-----------|
| Chapitre I : présentation des données .....    | 49        |
| Chapitre II : présentation des résultats ..... | 51        |
| <b>Conclusion.....</b>                         | <b>83</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Références bibliographique.....</b> | <b>99</b> |
|--|-----------|

**Annexes.**

## Résumé

La nouvelle pandémie Coronavirus est une maladie qui traîne vers le danger de mort, elle est dangereuse et méconnue, il se doit donc pour la sécurité de l'humanité de mettre en œuvre toute manière possible les limites et les gestes barrière afin d'éviter la propagation et de se protéger. Grace aux nouveaux moyens de communications la mission devient facile et faisable ; les illustrations qu'on trouve dans les affiches de communication sont assez claires et fortes et aide à toucher le grand public.

Notre corpus de l'étude est basé sur l'analyse sémiologique des affiches de sensibilisations sur la Covid19 selon l'approche de Roland BARTHES sur les rapports entre image et texte de l'image ainsi que tous les éléments que la sémiologie comporte.

**Les mots clés :** analyse, la sémiologie, la sémiologie visuelle, la sémiologie textuelle, affiche de communication, sensibilisation, coronavirus.

### المخلص :

وباء فيروس كورونا الجديد مرض يجو نحو خطر الموت، فهو خطير وغير معترف به، لذلك من أجل سلامة البشرية يجب تنفيذ كل الحدود الممكنة ولإيقام الحجاجز لتجنب الإنتشار وحماية أنفسهم.

بفضل وسائل الإتصال الجديدة، أصبحت المهمة سهلة وممكنة، الرسوم التوضيحية الموجودة في ملصقات الإتصال واضحة تماما وقوية تساعد على الوصول إلى عامة الناس.

الكلمات الرئيسية : علم الحياء المرئي - علم الحياء الصية - ملصق التواصل - الوعي - فيروس كورونا

# Table des matières

|                        |  |
|------------------------|--|
| Remerciement           |  |
| Dédicaces              |  |
| Liste des tableaux     |  |
| Liste des figures      |  |
| Liste des abréviations |  |

## Introduction

### Cadre méthodologique

#### Chapitre I : Analyse conceptuelle

|   |    |
|---|----|
| 1. Problématique.....                           | 04 |
| 2. Hypothèses.....                              | 06 |
| 3. Définition des concepts clés .....           | 06 |
| 3.1. L'analyse .....                            | 07 |
| 3.2. La sémiologie .....                        | 07 |
| 3.3. La sémiologie visuelle.....                | 07 |
| 3.4. La sémiologie textuelle.....               | 08 |
| 3.5. Affiche de communication .....             | 08 |
| 3.6. Sensibilisation.....                       | 08 |
| 3.7. Coronavirus .....                          | 08 |
| 4. Les indicateurs du phénomène de l'étude..... | 09 |
| 5. Etudes antérieurs.....                       | 10 |

#### Chapitre II : Démarche méthodologique

|  |    |
|--|----|
| 1. Analyse théorique et méthodologique ..... | 16 |
| 1.1. Méthode de l'étude .....                | 16 |
| 1.2. Approche théorique .....                | 16 |
| 2. Outil de l'étude .....                    | 17 |
| 3. Echantillon de l'étude.....               | 17 |
| 4. Etapes de réalisation de l'enquête .....  | 18 |

### Cadre théorique

#### Chapitre I : Typologie de la sémiologie : Domaine, courants et distinction

|   |    |
|---|----|
| Préambule .....                                 |    |
| 1. Introduction à l'approche sémiologique ..... | 20 |
| 1.1. Les domaines de la sémiologie .....        | 20 |

|  |            |
|--|------------|
| 1.2. Distinction entre la sémiotique et la sémiologie .....  | 21         |
| 1.3. Les courants de la sémiologie.....  | 21         |
| 2. La sémiologie linguistique .....  | 25         |
| 2.1. La rhétorique.....  | 25         |
| 2.2. La sémantique.....  | 27         |
| 2.3. L'énonciation.....  | 28         |
| 2.4. L'argumentation .....   | 28         |
| 2.5. La stylistique.....   | 28         |
| 3. Le signe non linguistique et la sémiologie de l'image .....   | 29         |
| 3.1. Le signe iconique.....  | 29         |
| 3.2. Le signe plastique .....  | 29         |
| 3.3. La signification de l'image .....   | 31         |
| <b>Conclusion du chapitre I.....</b>   | <b>34.</b> |
| <b>Chapitre II : Les affiches de sensibilisations dans le cadre de la sémiologie de communication.</b> |            |
| <b>Préambule.....</b>  | <b>35</b>  |
| 1. Le processus de la communication .....  | 35         |
| 1.1. Les modes de la communication .....   | 35         |
| 1.2. Le schéma général de la communication.....  | 36         |
| 1.3. Les fonctions de la communication .....   | 37         |
| 2. La sémiologie dans la communication .....   | 38         |
| 2.1. La sémiologie de la communication .....   | 38         |
| 2.2. La sémiologie de signification.....   | 39         |
| 2.3. La sémiologie des couleurs.....   | 40         |
| 2.4. La sémiologie des formes .....  | 41         |
| 3. Typologie des affiches de communication .....   | 41         |
| 3.1. La réalisation d'une affiche de communication .....   | 42         |
| 3.2. Les caractéristiques techniques de l'affiche .....  | 45         |
| 3.3. Les fonctions des affiches de communication .....   | 46         |
| <b>Conclusion du chapitre II.....</b>  | <b>47</b>  |

## Cadre pratique

### Chapitre I : Présentation des données

|   |    |
|---|----|
| 1. Présentation du lieu de la recherche .....     | 49 |
| 2. Présentation des données de la recherche ..... | 50 |

### Chapitre II : Présentation des résultats

|   |    |
|---|----|
| 1. Analyse et interprétation des données .....                          | 51 |
| 1.1. Analyse sémiologique de la première affiche de communication ..... | 51 |



|  |           |
|--|-----------|
| 1.2. Analyse sémiologique de la deuxième affiche de communication.....   | 52        |
| 1.3. Analyse sémiologique de la troisième affiche de communication ..... | 58        |
| 1.4. Analyse sémiologique de la quatrième affiche de communication ..... | 62        |
| 1.5. Analyse sémiologique de la cinquième affiche de communication ..... | 66        |
| 1.6. Analyse sémiologique de la sixième affiche de communication.....    | 71        |
| 1.7. Analyse sémiologique de la septième affiche de communication .....  | 74        |
| 2. Bilan et appréciation personnelle .....                               | 81        |
| <b>Conclusion .....</b>  | <b>83</b> |

## **Références bibliographiques**

## **Annexes**

## *Liste des tableaux*

| <b>Numéro de tableau</b> | <b>Intitulé</b>   | <b>Numéro de page</b> |
|--------------------------|---|-----------------------|
| <b>Tableau N°1</b>       | Reflète la transformation des concepts en indicateurs de recherche.                         | 09                    |
| <b>Tableau N°2</b>       | La symbolique des couleurs.   | 40                    |
| <b>Tableau N°3</b>       | La symbolique des formes.   | 41                    |
| <b>Tableau N°4</b>       | Description de la première image selon le schéma de Jakobson.                               | 52                    |
| <b>Tableau N°5</b>       | Résumé des éléments sémiologiques de la première image.                                     | 53                    |
| <b>Tableau N°6</b>       | Description de la deuxième image selon le schéma de Jakobson.                               | 56                    |
| <b>Tableau N°7</b>       | Résumé des éléments sémiologiques de la deuxième image.                                     | 56                    |
| <b>Tableau N°8</b>       | Description de la troisième image selon le schéma de Jakobson.                              | 59                    |
| <b>Tableau N°9</b>       | Résumé des éléments sémiologiques de la troisième image.                                    | 60                    |
| <b>Tableau N°10</b>      | Description de la quatrième image selon le schéma de Jakobson.                              | 63                    |
| <b>Tableau N°11</b>      | Résumé des éléments sémiologiques de la quatrième image.                                    | 64                    |
| <b>Tableau N°12</b>      | Description de la cinquième image selon le schéma de Jakobson.                              | 67                    |
| <b>Tableau N°13</b>      | Résumé des éléments sémiologiques de la cinquième image.                                    | 68                    |
| <b>Tableau N°14</b>      | Description de la sixième image selon le schéma de Jakobson.                                | 72                    |
| <b>Tableau N°15</b>      | Résumé des éléments sémiologiques de la sixième image.                                      | 72                    |
| <b>Tableau N°16</b>      | Description de la septième image selon le schéma de Jakobson.                               | 75                    |
| <b>Tableau N°17</b>      | Résumé des éléments sémiologiques de la septième image.                                     | 75                    |
| <b>Tableau N°18</b>      | Grille d'analyse d'éléments explicites parus dans les affiches de communication de l'étude. | 77                    |

## *Liste des figures*

| <b>Numéro de la figure</b> | <b>Intitulé</b>   | <b>Numéro de page</b> |
|----------------------------|---|-----------------------|
| <b>Figure N°1</b>          | Schéma général de la communication.                                 | 36                    |
| <b>Figure N°2</b>          | Organigramme de l'entreprise portuaire de Bejaïa.                   | 49                    |
| <b>Figure N°3</b>          | Affiche qui représente le port du masque obligatoire.               | 51                    |
| <b>Figure N°4</b>          | Affiche qui indique l'aération des pièces.                          | 55                    |
| <b>Figure N°5</b>          | Affiche qui indique les mesures de la propagation du virus.         | 58                    |
| <b>Figure N°6</b>          | Affiche qui indique le lavage et la désinfection des mains.         | 62                    |
| <b>Figure N°7</b>          | Affiche qui représente le port du masque obligatoire.               | 66                    |
| <b>Figure N°8</b>          | Affiche qui indique le lavage des mains pour le bien de tous.       | 71                    |
| <b>Figure N°9</b>          | Affiche qui représente le niveau de protection avec ou sans masque. | 74                    |

### *Liste des abréviations*

| <b>Liste des abréviations</b> | <b>Signification</b>               |
|-------------------------------|------------------------------------|
| <b>EPB</b>                    | Entreprise portuaire de Bejaïa     |
| <b>SRAS</b>                   | Syndrome respiratoire aigu sévère. |

# *Introduction*

## **Introduction**

Environ chaque siècle nous remarquons l'apparition d'une nouvelle ou ancienne pandémie qui se pose et dévaste le monde, ces deux dernières années ; fin 2019 jusqu'à aujourd'hui notre monde a été affaibli par une nouvelle maladie qui est le coronavirus, une maladie qui entraîne à la mort.

La réponse de chaque pays en dépit de cette maladie, en dit souvent long sur sa situation économique, politique et sanitaire. L'Algérie à l'instar de tous les pays du monde, elle mise sur des stratégies de communication qui puissent contribuer à faire sensibiliser et évoluer les mentalités afin de stopper la propagation de la maladie et de se sauver de l'ignorance.

Parmi ces stratégies de communications nous avons un moyen fort qui est l'image, de tous les temps, l'image a été un support d'expression et de communication très compréhensible même dans la préhistoire. Nous entendons par une image en communication : la sémiologie qui se présente aussi sur un support comme les affiches, elles peuvent être des affiches informatives ou de sensibilisation mais elles seront toujours communicante d'un message, ici l'image est importante car chaque personne la déchiffre selon ses expériences et ses compréhensions, elles se décodent de manière différentes, c'est pour cela que nous devons attirer l'attention sur le sujet essentiel en mettant les bons éléments simples et en jonglons avec les caractéristiques sémiologique de l'affiche : les messages verbaux et non verbaux, les couleurs, les formes etc...

Notre travail se focalise sur l'analyse sémiologique des affiches de sensibilisation qu'a effectuée l'entreprise portuaire de Bejaia, une des organisations qui représente le pays face à la pandémie, nous analyserons chaque point élément présenté dans une affiche selon l'approche de deux chercheurs Roland BARTHES et Roman JAKOBSON.

En guise de notre travail nous avons réparti notre travail en trois grandes parties majeures ; partie méthodologique, théorique et pratique.

Nous élaborerons au cour de la première partie ; notre problème d'étude accompagné de ses hypothèses de recherches, la définition des concepts clés, quelques études antérieures, notre approche théorique adoptée, l'échantillon apporté ainsi que notre méthode d'enquête sur le terrain tout en expliquant (la pré-enquête et pendant l'enquête).

La deuxième partie qui concerne la théorie de l'étude est divisée en deux grands chapitres qui résument la thématique, le premier sur l'étymologie de la sémiologie depuis sa découverte selon les grands chercheurs ainsi que leurs méthodes d'analyse et le second qui jongle entre les affiches, la communication et la sémiologie.

Ensuite vient la dernière partie ou nous avons pu présenter les données de la recherche et celle de l'entreprise et en dernier mettre en œuvre les éléments abordés dans notre théorie sur nos échantillons selon l'approche sémiologique adoptées.

Enfin nous concluons avec les plus brefs résultats obtenus et d'une synthèse générale qui conclut la nôtre et qui ouvre un nouveau champ de recherche pour les autres.

# *Cadre méthodologique*



## **CADRE METHODOLOGIQUE**

### **Chapitre I : Analyse conceptuelle**

#### **1. Problématique**

Le 20<sup>ème</sup> siècle a été caractérisé comme le siècle de modernité et de révolution industrielle, là où plusieurs sciences ont pris naissance et ont été développées et critiquées successivement par plusieurs savants et théoriciens, parmi les sciences distinguées, nous retrouvons la « sémiologie » ou « sémiotique ». C'est Ferdinand DE SAUSSURE, le linguiste genevois, qui a été le fondateur européen de cette science, selon lui la meilleure façon d'étudier la nature de la langue est d'étudier ses caractéristiques communes avec les autres systèmes de signes.

La sémiologie est cette méthode scientifique qui consiste à analyser des signes linguistiques (langage verbal) et des signes iconiques (langage non verbal), elle décode des mots et des expressions, nous la trouvons aussi dans d'autres disciplines telles que les sciences de communications et les sciences humaines.

Comme toute science, elle a été critiquée et étudiée spontanément par divers chercheurs d'où l'existence de deux grands courants ; l'un américain dirigé par Charles Sanders PEIRCE, et l'autre européen de Ferdinand DE SAUSSURE qui ont donné naissance à des sous catégories et à plusieurs approches.

Les études sémiologiques sont divisées entre deux branches, la sémiologie de Roland BARTHES et ses disciplines, c'est celle que nous aborderons tout au long de notre recherche et la sémiologie de communication qui étudie uniquement le monde des signes comme les systèmes de vêtements de deuil...etc.

La sémiologie est un corps de théorie, de méthodologie et d'application, elle d'écrit en principe, tout produit et tout système de signe qui se dégage d'une image ou d'un texte et d'en chercher le sens ou la sémantique. Elle reste connue sous l'aile de Roland BARTHES, pour lui « la sémiologie a donc pour objet tout système de signe, quelle qu'en soit la substance, quelle qu'en soient les limites : les images, les gestes, les sons, mélodiques, les objets et les complexes de ces substance que l'on retrouve dans les rites, des protocoles ou des spectacles constituent, sinon des « langages », du moins des systèmes de significations, il est certain que

le développement des communications de masse donne aujourd'hui une très grande actualité à ce champ immense de la signification (encore qu'il ne faille pas confondre communication et signification), au moment même où le succès de disciplines comme la linguistique, la théorie de l'information, la logique formelle et l'anthropologie structurale fournit à l'analyse sémantique des moyens nouveaux. » (TABUCE, 2008-2009, p. 12)

A peu près dans la même période nous rencontrons une mondialisation des moyens de communication qui contribue à atténuer les frontières géographiques et culturelles, la communication donc devient très importante et prend jusqu'à aujourd'hui une grande valeur dans tous les domaines notamment celui de la sémiologie. Ces deux sciences se complètent mutuellement, on communique à travers la sémiologie car elle est importante dans la création des messages textuels et visuels comme l'image ainsi que le design graphique, Et Grâce à elle, l'émetteur parvient à construire le message à communiquer car ce message-là vient toujours coder et sera décodé par le sens et la signification que lui donne le récepteur.

Parmi les moyens qui relient la sémiologie et la communication nous avons l'image qui était dans tous les temps un moyen d'expression et de communication attirant pour le public et compréhensible qui frappe vite et fort mais aussi un moyen d'en faire une lecture d'image basée sur les signes qui est une étude sémiologique.

Dans le cadre de notre recherche nous avons choisie d'analyser avec un aspect sémiologique un des supports en commun avec ses deux disciplines qui est l'affiche de communication ou « de sensibilisation » qui concernent la pandémie de la COVID 19. Comme ce virus est nouveau et méconnu cette sensibilisation a pour objet de faire connaître les règles sanitaires, de faire changer les comportements et diminuer la propagation.

Cette étude a été réalisée au sein de l'entreprise portuaire de Bejaia EPB, nous essayerons de décortiquer toutes les affiches selon l'approche de Roland BARTHES et Roman JAKOBSON,

« l'objectif de la sémiologie est l'élaboration d'une théorie de la signification (et non de la seule communication intentionnelle) qui puisse rendre compte de tous les langages et non de seules langues naturelles » (LAMIZET & SILEM, 1997, p. 505) Nous analyserons tout ce qui concerne le message visuel en suivant le processus de sémiologie de signification (les textes, les couleurs, les formats, l'éclairage, les signes iconiques...etc.)

La sémiologie évoque un énorme rôle dans la conception des affiches de communications car chaque image a une signification précise à travers les couleurs, les plans,

l'éclairage...etc. Afin de pouvoir bien cerner notre objet de recherche, nous avons posé la question principale suivante :

**Est-ce que l'entreprise portuaire de Bejaia utilise la sémiologie de l'image dans la conception des affiches de communications sur la COVID 19 selon l'approche de Roland BARTHES et de Roman JAKOBSON ?**

## **2. Hypothèses**

Selon MAURICE ANGERS l'hypothèse est : « une réponse supposée à une question de recherche, prédiction à vérifier empiriquement ». (ANGERS, 1990, p. 26). Ce sont des réponses provisoires que nous avons fixées au début de notre travail et qu'on doit vérifier au fur et à mesure pour les confirmer ou les infirmer à la fin de notre recherche.

Chaque recherche est structurée autour d'une ou plusieurs hypothèses afin de mieux cerner les préoccupations soulevées, nous nous sommes basés sur les hypothèses suivantes :

- A. La sémiologie textuelle des affiches de communication de l'étude, interprète des messages verbaux et non verbaux ;
- B. Les affiches de communications pour la covid-19 utilisent la sémiologie visuelle fondé sur la physiologie de la version, en distinguant entre les signes iconiques et les signes plastiques ;
- C. Les affiches de communication sur covid-19 comportent des rapports confirmés entre le visuel et le conceptuel pour réaliser une bonne sensibilisation.

## **3. Définition des concepts clés**

Pour bien entamer notre thème de recherche, nous avons une liste des concepts sur lesquels nous avons appuyés pour le reste de notre recherche, dans l'objectif de faciliter la lecture ainsi que la compréhension de notre étude. Il s'agit de l'analyse ; la sémiologie ; la sémiologie visuelle ; la sémiologie textuelle ; affiches de communication ; sensibilisation ; coronavirus.

### **3.1. La sémiologie**

En sciences humaines, elle est une discipline récente. Elle n'a donc pas toujours la légitimité des disciplines anciennes. Si de nombreuses sciences se définissent à leur simple énoncé, il n'en est pas de même pour la sémiologie. Pour s'en convaincre, il suffit de constater son appellation et la confusion entre sémiologie et sémiotique. (TENNCI, 2011-2012, p. 43)

D'après nos recherches, nous constatons que c'est un art moderne, apporter et évoluer par Barthes qui s'est inspiré à son tour de Saussure. Ce dernier a défini la sémiologie comme une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale. Elle nous fait comprendre le sens caché ou la sémantique qui propose à chaque culture, elle étudie les signes au sein de leur système.

Dans notre cas de recherche, la sémiologie consiste à faire sortir les signes, et décortiquer les éléments fondamentaux de chaque affiche de communication, comme les couleurs, les formats, l'éclairage le texte et chercher le sens de chaque partie.

### **3.2. La sémiologie visuelle**

C'est une branche de la sémiologie qui a vu le jour dans les années 1960. Cette discipline étudie la production des signes visuels ainsi que le processus de signification qui en découle. Le traité du signe de rhétorique du message visuel. (a quoi sert la sémiotique visuelle en design graphique?, 2020)

Dans notre étude la sémiologie visuelle se focalise sur les signes visuels, ce que l'on voit sur une image et sa signification, comme les couleurs et les formes.

### **3.3. La sémiologie textuelle**

Est une science des textes. D'où l'intérêt et la nécessité d'analyser des textes parce qu'ils permettent de « manipuler » des unités signifiantes telles que des valeurs idéologique, éthique et historique. (BAVEKOUMBOU, 2016, p. 14)

Cette sémiologie se focalise dans notre recherche, sur le côté verbal elle se concentre sur la structure du texte, en quelque sorte c'est le codage d'un message.

### **3.4. Affiche de communication**

Elle apparaît au XII<sup>ème</sup> siècle au sens de « épingles, agrafe ». Ce n'est qu'au XV<sup>ème</sup> siècle que le terme prend son sens de « avis imprimé », qui est le sens actuel de sa définition académique. Selon le dictionnaire de l'académie française, l'affiche se définit comme une « feuille manuscrite apposée sur les murs ou à certains emplacements réservés, pour donner une connaissance au public d'un avis officiel ou privé ». (définition d'une affiche de communication)

L'affiche de communication dans notre étude, est un support, qui sert à présenter une illustration avec un texte, qui nous transmet un message que l'on peut comprendre en voyant l'image exposer.

### **3.5. Sensibilisation**

Action de sensibiliser ; fait d'être sensibilisé. (MAIRE & DELACROIX, 2014, p. 1055)

La sensibilisation dans notre cas d'étude, consiste à influencer pour changer un comportement et cela pour le bien et l'intérêt général des fonctionnaires de l'entreprise portuaire de Bejaia.

### **3.6. Coronavirus**

Du latin corona, couronne, virus à ARN, en forme de couronne. La famille des coronavirus est à l'origine d'infection bénignes oto-rhino-laryngologie, mais l'un de ses

représentants été identifier en 2003 comme responsable du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS\*). (MAIRE & DELACROIX, 2014, p. 305)

Nos affiches de communication se focalisent sur le virus Corons, qui est responsable d'infections respiratoires et aussi de pathologies bénignes chez les patients immunocompétents.

#### **4. Les indicateurs du phénomène de l'étude**

Comme dans chaque recherche nous devons déterminer des indicateurs de recherche à mesurer qui seront extraits directement des variables que nous avons menées. Les indicateurs de recherches sont définit selon Maurice Angers comme « un élément d'une dimension donnée observable dans la réalité, il constitue la trace et le signe d'un phénomène.» (ANGERS, 1990, p. 30). A cet effet, nos indicateurs de recherche étudient les concepts que nous avons utilisé, c'est les données qui reflètent l'état et la situation de ces derniers, nous les avons donc décomposés en dimensions puis les reformulé en indicateurs qui sont importants pour mesurer le phénomène de notre étude.

Nous les avons illustrés dans le tableau ci-dessous :

**Tableau N° 01 : Reflète la transformation des concepts en indicateurs de recherche**

| <b>Concepts</b>                      | <b>Dimensions</b>  | <b>Indicateurs</b>   |
|--------------------------------------|--|--|
| <b>Les affiches de communication</b> | Un support qui sert à présenter une illustration avec un texte, dans le but de la transmission d'un message lisible et compréhensible. | L'EPB a mis en expositions 7 modèles d'affiches dans la surface de tout le port, les entrées des bureaux, les escaliers, l'entrée principale ...etc. toutes sous forme de couleurs, de signes et de messages, afin de faire couleurs, de signes et de messages, afin de faire passer les indications à suivre. |
| <b>Message transmis</b>              | Le message transmis par l'établissement portuaire est pour l'intérêt général il est sous forme de message verbal et non verbal.        | Dans les affiches que nous avons collecté, nous trouvons des messages et signes comme des flèches, pour la distinction, des signes qui montre que la désinfection est obligatoire sous forme de deux main et un  |

|                        |  |  |
|------------------------|--|--|
|                        |  | tube hydro alcoolique, des messages écrit en rouge pour attirer l'attention...etc. . Tous ces exemple sont des messages effectué en mode verbal et non verbal.   |
| <b>Sensibilisation</b> | L'EPB a pris l'initiative de sensibiliser ses fonctionnaires et les mettre en abri contre la COVID19, en leur exposant plusieurs affiches sémiologiques qui contiennent (des signes, couleurs...etc.) pour bien comprendre le message. | Les affiches qu'a effectué EPB ne sont pas choisis par hasard, chacune d'entre elle porte une signification, comme le cadre bleu qui signifie la protection, le rouge le danger, il y'a une certaine autorité que les fonctionnaires se doivent de respecter afin de changer leur comportement, diminué la propagation, et se protéger et protégé leurs collègues. |

## 5. Etudes antérieurs

MAURICE ANGERS a défini les études antérieures comme : « une source d'inspiration incontournable pour le chercheur ou la recherche. Toute recherche est dans le prolongement d'autre recherche, tout chercheur ou chercheuse doit prendre connaissance des travaux qui ont déjà été réalisés sur son sujet de recherche. » (ANGERS, 1990, p. 80)

Aussi MARIE FABIENNE et GAGNON ont défini les études antérieures comme : « des sources de sujets d'étude puisque les problèmes dont elles traitent peuvent être approfondis ou examinés sous un autre angle. Il peut être utile, comme par exemple, reproduire une étude dans un milieu différent, auprès d'autre population ou avec d'autres variables. Dans sa recension des écrits, le chercheur peut découvrir que les résultats divergent d'une étude à l'autre et que le problème en cause conserve tous son actualité. Les publications de recherches concluent souvent par des recommandations visant de futures études sur le sujet traité, de même les conférences scientifiques et les présentations par affiche peuvent inspirer des idées de recherche. » (FABIENNE & GAGNON, 2010, p. 60)

Dans notre travail, nous avons consulté trois études antérieures qui portent une variable ou plus que notre thématique de recherche qui est « l'analyse sémiologique des affiches sur la covid-19 »

Ces études nous ont servi à mettre le point sur ce qui a été déjà réalisé sur la thématique que nous avons envisagée pour la traiter.

*Voici les études qui ont la même variable que notre travail ;*

**Etude N°01 :**

« Analyse sémiotique des panneaux de sensibilisation forestiers PNG de la wilaya de Bejaia » (BEMAMAR & BOUKOUBA, 2019-2020)

Cette étude est un mémoire de master Français, option : Science du langage réalisé par BenmamarLetissia et Boukouba Saida à l'université de Bejaia en 2019/2020.

L'objectif principal de cette étude est d'analyser les différents aspects sémiotiques des panneaux forestiers afin de savoir leur utilité et nécessité pour la sensibilisation des gens envers leur environnement. La question principale était sur les stratégies sémiotiques mises en œuvre dans l'élaboration des panneaux d'affichage par la conservation des forêts de Bejaia ? Pour les questions secondaires, nous avons énumérés les questions suivantes :

- Quels choix de couleurs et de paysages faits dans la conception des panneaux par la conservation des forêts ? Et pour quels objectifs ?
- Que représentent les textes dans les panneaux de sensibilisation forestiers ?

La recherche comporte également des hypothèses suivantes :

- La forme et l'apparence jouent un rôle important et primordial dans les panneaux d'affichage forestiers, bien qu'ils utilisent des couleurs typiques et représentatifs, en outre l'illustration assure à son tour une phase importante, pour renforcer et élucidé cette dernière, ils utilisent souvent des textes (slogans) ;
- Le choix de couleurs est fondamental fait par rapport au message qu'ils veulent transmettre, de plus, c'est fait en mesure de fortifier la compréhension du message, plus précisément, elle est symbolique, quant aux paysages sont faits pour concrétiser et expliciter le message ;
- Les textes (slogans, logos, messages...), sont souvent utilisés pour cerner et éclaircir la compréhension du message transmit dans l'image, ce sont ainsi un échantillon de comportement linguistique écrit, qui est toujours pour objet d'informer.



La méthode optée par ces deux chercheurs, est l'observation, plus exactement la méthode de Martine Joly, qui a pour objet de décrire chaque détail du support. Leur étude est hiérarchisée en deux chapitres fondamentaux, ces deux derniers sont scindés de la manière suivante :

Le premier chapitre est théorique, il s'agit des notions et conceptions à définir, où elles ont parlé sur la sémiologie, communication et par la fin, l'image qui joue un rôle primordial dans l'analyse ; Le second chapitre qui porte sur l'analyse sémiotique de l'image y compris les messages (linguistiques, plastiques, iconiques), des panneaux forestiers. Enfin, ces deux chapitres sont clôturés par une conclusion générale, qui confirme la problématique.

Les résultats de cette étude ont démontrés dans la première hypothèse que les producteurs de ces panneaux ont opté pour des stratégies sémiotiques, ils ont utilisés dans leurs document un visuel captivant et attrayant en mettant des photographies et des images qui attirent le regard, à partir de ces huit panneaux forestiers analysée, elles ont observée qu'ils incitent les gens à protéger les espaces forestiers ; En ce qui concerne la deuxième hypothèse , le choix des couleurs et symbolique pour la conception de conservation des forêts, car chaque couleur est faite en guise du message qu'ils veulent transmettre.

Et pour la dernière hypothèse, elle a confirmé que les textes sont souvent intégrés pour élucider et cerner encore plus ce qui est exposé dans l'image.

Cette étude, nous a donnée l'opportunité de connaître les différents aspects de la sémiologie, où elle a abordé les notions basiques de l'analyse sémiologique. Et nous a permet d'améliorer et d'enrichir notre champ de savoir et d'acquérir des connaissances concernant notre thématique ; « l'analyse sémiologique des affiches de communication sur la covid-19 ».

### **Etude N° 02 :**

« Analyse sémiologique des affiches de sensibilisation contre la pandémie de coronavirus »  
(BENBERNOU, 2019-2020)

Cette étude est un mémoire de master Français, option : langue et communication, réalisé par BenbernouRayane à l'université de Mostaganem année universitaire 2019 /2020.

L'objet principal de cette étude est d'observer et examiner de près des pancartes et affiches de sensibilisation relatives à la situation d'urgence sanitaire actuelle causée par le coronavirus.

La question principale se porte sur la vulgarisation scientifique à travers l'affiche de sensibilisation (image) est efficace pour transmettre un message d'intérêt général ?

Les questions secondaires mettent en avant la sensibilisation peut-elle être plus facilement transmise à travers une image ? Est-ce que l'image transmet plus d'information qu'un texte ? Quelles sont les stratégies employées par les annonceurs pour diffuser le message ?

***Les hypothèses de recherche :***

- Nous pensons que l'image transmettrait l'information mieux qu'un texte ;
- Nous pensons que la mise en scène de la communication dans des discours de vulgarisation scientifique à travers les images serait un terrain privilégié d'opération d'influence et de manipulation qui dépasse la transmission d'un message ;
- L'approche utilisée est une approche sémiologique de l'image.

L'étude est partagée en deux parties, l'une théorique dont le chercheur a présenté les notions relatives aux stratégies de communication et la campagne de sensibilisation et d'autre part, présente l'approche sémiotique. La deuxième partie qui est l'analyse de corpus, qui va permettre de confirmer ou infirmer ses hypothèses.

Les résultats de cette étude infirment les hypothèses de recherche, car un message scientifique ne pourra pas être acquit par tout le monde, contrairement aux affiches utilisées dans leur recherche par Ooredoo qui ont pu réaliser des affiches de sensibilisations avec des stratégies purement sémiotiques. L'annonceur a pris en compte le contexte sociologique des Algériens faisant en sorte de mettre sur l'affiche le message dans les deux langues, l'arabe classique et la langue française.

Cette étude, nous a illuminé le parcours de recherche, et nous à confirmer que la sémiologie est une méthode primordiale dans la conception des affiches de sensibilisation, pour que le public ait une idée de ce qu'il s'agit, à une condition qu'elles soient claires et son message soit précis.

**Etude N°03 :**

« Analyse sémiologique des affiches publicitaires cas des produits des groupes Agroalimentaires Cevital et Soummam » (FERHAT, 2019-2020)

Cette étude est un mémoire de master en Français, option ; science du langage réalisé par Ferhat Naoual à l'université de Biskra en 2019 /2020.

L'objet principal de cette étude est de mettre en lumière la principale stratégie publicitaire mise en œuvre par les annonceurs des entreprises Cevital et Soummam dont le but de savoir s'il existe une relation entre la culture de la société algérienne et ces affiches.

L'étude mis en avant des questions secondaires sur les stratégies argumentatives utilisées par les producteurs de la publicité des deux entreprises Cevital et Soummam ; les signes qui composent les affiches publicitaires, la relation différente entre message linguistique et iconique qui caractérisent ces affiches publicitaires, et cherchant à savoir si les langues influencent les consommateurs des produits Soummam et Cevital.

***Les hypothèses proposées, sont comme suit :***

- Les producteurs de publicité utiliseraient dans leurs affiches, de la redondance et des symboles pour attirer l'attention du consommateur et vendre leur produit ;
- Dans la publicité algérienne il y a plusieurs codes linguistiques (l'arabe, le Français, le kabyle) ;
- Les producteurs des affiches qui utilisent des signes linguistiques iconiques et plastiques pour leurs produits ;
- Les messages linguistiques et iconiques qui caractérisent des affiches publicitaires les deux seraient complémentaires ;
- L'impact d'une affiche varierait d'une personne à une autre, même les connotations changent suivant le milieu social, et les concepteurs des affiches publicitaire se reposent sur des idées sociales différent, en partant du principe que le peuple algérien est bilingue et aussi c'est le seul langage pour traiter facilement les autres en termes de compréhension et facilité le processus d'achat des produits alimentaires, mais aussi pour faciliter la lecture des affiches publicitaires de chaque entreprise connue.

La chercheuse a utilisé une description et une interprétation sémiologique de chaque affiche.

La recherche est partagée en deux parties. La théorie qui a abordé et définit les concepts et notions qui concerne la publicité et la sémiologie. Et la partie pratique qui résume le résultat sur ses interrogations par l'analyse des affiches publicitaires.

Pour les résultats, l'étudiante a pu confirmer ses hypothèses et affirme que le publicitaire utilise les deux langues « Arabe », « Français » et aussi les différents couleurs pour attirer plus de public, d'autre part il fait appel aux différents signes « iconique, linguistique » dans l'affiche pour que l'image et le texte seront claires et bien compris.

Enfin, nous constatons que la sémiologie joue un rôle important et contribue à la réussite de l'économie des entreprises, car pour transmettre un message et faire de la publicité pour un produit consiste à suivre les différents techniques de la sémiologie pour que ce dernier soit clair et bien décodé par le public, et tout cela nous a aidée dans l'élaboration de notre recherche (l'analyse sémiologique des affiches sur la covid-19).

## **Chapitre II : Démarche méthodologique**

### **1. Analyse théorique et méthodologique**

#### **1.1. Méthode de l'étude**

Pour achever les étapes méthodologiques de notre thème de recherche, nous devons choisir une méthode de recherche dans le but de répondre à notre question principale et cerner les différents axes que nous avons traités. Selon MAURICE ANGERS « la méthode est l'ensemble organisé d'opérations en vue d'atteindre un objectif ». (ANGERS, 1990, p. 58) En sciences humaines et sociale, il existe de diverses méthodes de recherche et aussi choisir l'échantillon adéquat à notre recherche qui à son tour va déterminer la méthode qui convient.

Du temps que notre thème de recherche est : Analyse sémiologique des affiches de communication sur la covid-19, nous avons choisi la méthode qualitative qui est selon MAURICE ANGERS : « vise d'abord à comprendre le phénomène à l'étude il s'agit d'établir le sens de propos recueillis ou de comportement observés ». (ANGERS, 1990, p. 254)

Cette méthode nous permet d'analyser et comprendre des phénomènes, des sujets, dans l'objectifs d'obtenir des données de fond, de qualité, comme dans notre cas l'analyse sémiologique des affiches qui s'inscrit dans le domaine de la sémiologie, qui a pour objet d'analyser les différents aspects sémiotiques des affiches de sensibilisation sur la Covid 19 afin de connaître leur utilité et nécessité dans la sensibilisation de personnes interne et externe, et l'analyse sémiologique de ces affiches de communication requiert une étude qualitative.

#### **1.2. Approche théorique**

En effet, le chercheur doit choisir l'approche qui correspond à sa recherche, BERTHIER N. signale : « choisir une approche fait partie de la stratégie de recherche » (BARTHER, 2000, p. 23). Cette approche sert à encadrer et cerner le cadre de la recherche plus exactement à guider le chercheur dans sa démarche.

Notre cadre d'analyse s'appuiera sur l'approche de Roland Barthes qui est « tout système de signes, quelle qu'en soit la substance, quelles qu'en soient les limites : les images, les gestes, les sons mélodique, les objets et les complexes de ces substances que l'on retrouve

dans des rites, des protocoles ou des spectacles constituent, sinon des « langages » du moins des systèmes de signification » (LAMIZET & SILEM, dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication, 1997, p. 505)

Nous avons constaté que cette approche a pour but d'élaborer une théorie de la signification, Roland Barthes a étudié l'image et le texte en même temps, pour lui la sémiologie passe toujours par le langage, la sémiologie ne sera qu'une spécification et non une extension de la linguistique.

Nous avons choisi cette approche, qui a pour objet de décrire et décortiquer chaque détail et aussi, elle explique le rôle principal de sémiologie dans la conception des affiches de communication de sensibilisation sur la covid-19 dans l'établissement portuaire de Bejaia et cela pour sensibiliser les employeurs et les clients et leur montrer quelles sont les consignes sanitaires à prendre en considération, pour ce protégé du virus viral.

## **2. Outil de l'étude**

Dans le cadre de notre recherche notre outil d'étude est l'analyse de contenu qui est selon MAURICE ANGERS : « technique indirecte permettant d'examiner des documents au contenu non chiffré, provenant d'individus ou de groupes, pour faire un prélèvement quantitatif ou qualitatif, l'analyse de contenu consiste à tirer des informations de documents non chiffrés écrits, sonores, visuels ou audiovisuels » (ANGERS, 1990, p. 51)

C'est une analyse de contenu qu'il soit textuel ou bien visuel, dont les informations examinées sont non chiffrées pour en saisir certaines significations.

Nous avons employé l'analyse de contenu dans notre partie pratique, dans le but d'analyser le contenu des affiches que nous avons collecté lors de notre stage au niveau de l'établissement portuaire de Bejaia (EPB). Nous avons décortiqué les différents signes et leurs interprétations et comment ils peuvent contribuer aux transmissions et la compréhension des messages (image, texte).

## **3. Echantillon de l'étude**

Nous avons opté pour l'échantillonnage non probabiliste qui se définit selon MAURICE ANGERS ainsi : « type d'échantillonnage où la probabilité qu'un élément d'une population soit choisi pour faire partie de l'échantillon n'est pas connu et qui ne permet pas

d'estimer le degré de représentativité de l'échantillon ainsi constitué ». (ANGERS, 1990, p. 101)

Et pour cela nous avons choisi l'échantillonnage typique qui est selon MAURICE ANGERS est une : « constitution d'un échantillon de la population de recherche par la sélection d'éléments exemplaires de celle-ci » (ANGERS, 1990, p. 105)

Le corpus de recherche selon MAURICE ANGERS se définit comme : « l'ensemble d'éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments et sur lesquels porte l'investigation » (ANGERS, 1990, p. 98)

Notre échantillon est un saisi par une sélection des éléments considérés comme des modèles du corpus de recherche.

Comme notre échantillon est typique, nous n'allons pas le répartir, mais toucher toute sa globalité, notre corpus est déterminé selon notre échantillon, alors ce dernier consiste en sept (07) affiches à analyser, qui représente tout le corpus de la recherche.

#### **4. Etapes de réalisation de l'enquête**

Le mémoire de recherche comprend plusieurs étapes primordiales comme celle de la pré- enquête qui se définit comme suit : « une démarche préparée qui s'inscrit dans un plan pré établi et qui obéit à des règles relativement précises pour en faire ce peut aux exigences d'objectivité et de rigueurs de la méthode scientifique. (LOUBET DEL BAYLE, 2000, p. 47)

Afin de concrétiser notre recherche et de valider notre question de départ nous avons eu l'occasion de passer notre enquête auprès de l'entreprise portuaire de Bejaia EPB durant 4 mois, du mois de février jusqu'au mois de mai de l'année 2021, nous avons été encadré par le médecin de l'infirmierie qui nous a orienté et procurer les affiches de communications afin de les analyser et vérifier nos hypothèses, nous avons pu observer aussi le comportement de tous les fonctionnaires et l'impact de la sémiologie sur leur esprit et décision comportemental. Cette enquête a été très riche pour nous et elle nous a permis d'apprendre davantage sur ce domaine de sémiologie et l'efficacité apporté par les couleurs et les signes.

# *Cadre théorique*



## **Chapitre I : Typologie de la sémiologie : Domaine, courants et distinction**

### **Préambule**

Le monde des images est attirant, il est séducteur et à la fois piègeur, on s'intéresse souvent à cette objet en restant concentré dessus que ça soit une publicité ou un tableau de peinture , on se focalise en cherchant toujours une signification et un processus qui va nous permettre de faire un sens à cette image , un cadre conceptuel qui nous permet de découper cette dernière , c'est ce qu'on appelle la sémiologie, qui est une étude qui analyse chaque critère d'une image, nous allons évoquer tout au long de ce chapitre son étymologie ses domaine et son développement à travers divers approches qui contiennent chacune des composantes précises.

### **1. Introduction à l'approche sémiologique**

La sémiotique est la science des signes et aussi une méthode scientifique, elle s'est inspiré de la linguistique, elle a été développé et abordé sous divers ongles, théories et domaines.

#### **1.1. Les domaines de la sémiologie**

La sémiotique s'intéresse à « la signification telle qu'elle se manifeste dans des textes, des images, des pratique sociales, des constructions architecturales, etc... ». (RASTIER, 1990, p. 122) .

La sémiologie étudie les conditions dans lesquelles des signes produisent du sens, un signe peut être un évènement, un texte, un dessin, un discours, une affiche, un rite culturel, etc... (AMOR, 2016,2017).

« La sémiotique ou la science des signes, s'intéresse à ce qui sous-entend un signe, ou un ensemble de signes, dans un champ langagier, dans un premier temps, puis dans un champ extra langagier. En effet après avoir cerné la signification d'une production langagière. La sémiologie s'intéresse à étudier et comprendre les conditions énonciatives qui ont permis la production de cette dernière. On entend par « condition » tout aspect élémentaire, contextuel ou situationnel. » (AMOR, 2016,2017, p. 13)

Nous constatons donc que la sémiotique est une technique pour comprendre la communication et d'observer des phénomènes distincts du sens commun, nous la retrouvons quotidiennement dans notre vie sociale ; dans des affiches de communications, des panneaux publicitaires, les logos d'entreprise, les codes routiers...etc.

## **1-2 distinction entre la sémiotique et la sémiologie**

La sémiotique, en science humaine est une discipline récente, elle est apparue au début de XX siècle. Mais elle a des racines fort anciennes ; précisons d'abord la sémiologie de « sémiotique , comme celle de sémiologie » terme plus fréquent qu'on emploie quoique les deux termes ne sont pas pour autant synonyme, le premier « sémiotique », d'origine américaine qui est le terme qui désigne la philosophie de langages, et le second sémiologie d'origine Européenne qui est compris comme l'étude de langages particuliers (image, gestuelle, théâtre ...) ces deux concepts viennent du mot grec sémio qui veut dire signe , qui était une discipline étudiée en médecine qui représentait des symptômes médicale mais aussi elle servait comme communication entre les hommes . (JOLY, 2009, p. 30).

C'est à travers ces deux concepts que nous remarquons l'existence de deux courants les grands précurseurs en sont le linguiste suisse FERDENAND DE SAUSSURE, en Europe et le scientifique CHARLES SANDERS PEIRCE, aux Etas Unis.

## **1-3 Les courants de la sémiologie**

Comme toute discipline, la sémiotique est abordée sous différents angles : auteurs, concepts, théories etc... nous allons donc développer les courants les plus connues.

### **– Le courant américain**

La sémiotique vise à entreprendre les processus de production du sens, elle est considérée comme une approche générale de la signification qui tend à « comprendre le processus de production du sens dans une perspective synchronique. Celle-ci apparait comme un métalangage qui ne se définit plus par la démarche que par son objet, puisque tout fait ou phénomène est susceptible d'être envisagé en tant qu'il peut fonctionner comme configuration signifiante donc dans une perspective sémiotique » (DOMENJOZ, 1998, p. 21)

L'école américaine, issue de Peirce, se développe grâce à Charles Morris dans trois directions principales :

- La sémiotique « pure », qui concerne la linguistique et la philosophie du langage ;
- La sémiotique descriptive, d'inspiration behaviouriste, qui étudie les comportements sociaux non verbaux (gestion socio-culturelle de l'espace, du temps, de la gestuelle) et des langages non verbaux (image, vêtements...) ;
- La sémiotique appliquée, intéressée par la pragmatique, les rapports entre signes et individu. Elle conclut aussi la zoosémiotique qui étudie les signes de la communication animale. (TABUCE, 2008-2009, p. 8).

Cette approche est représentée par le philosophe Charles Sanders PEIRCE ( 1837-1914), il désigne la sémiotique comme une science basée essentiellement sur la logique, elle s'occupe des signes linguistiques et non linguistique, elle obéit aux principes de continuité, de réalité, de pragmatique et « cherche à instaurer un contrôle intentionnel sur les habitudes et les croyances ». (FREGE, 1971, p. 208).

- **Le signe selon Charles. Sanders. PEIRCE**

« Le signe a une matérialité que l'on perçoit avec ou plusieurs de nos sens. On peut le voir (un objet, une couleur, un geste), l'entendre (langage articulé, cri, musique, bruit), le sentir l'odeurs diverses : parfum, fumée), le toucher, ou le goûter.

Cette chose que l'on aperçoit tient lieu de quelque chose d'autre : c'est la particularité essentielle du signe : être là, présent, pour désigner ou signifier autre chose, d'absent, concret ou d'abstrait.

La rougeur, la pâleur peuvent être des signes de maladie ou d'émotion ; les sons de la langue que je perçois sont signes des concepts que j'ai appris à leur associer ; la fumée que je sens est signe de feu ; l'odeur de pain frais , signe d'une boulangerie proche ; la couleur grise des nuages est signes de pluie ; tout comme un certain geste de la main, une lettre ou un coup de téléphone peuvent être des signes d'amitié ; je peux aussi croire que la vue d'un chat noir est signe de malheur ; un feu rouge, à un carrefour, est signe d'interdiction de passer avec sa voiture, et de suite. On voit donc que tout peut être signe dès lors que j'en déduis une signification qui dépend de ma culture, comme du contexte d'apparition du signe. « Un objet réel n'est pas un signe de ce qu'il est mais peut être le signe de quelque chose d'autre ». » (JOLY, 2009, p. 33).

Nous comprenons par ce passage, qu'en sémiologie, un texte n'est pas seulement le support de communication, de message ou d'information mais il est d'une signification immanente. Pour Peirce le signe est une matérialité qu'on peut percevoir avec nos sens, le voir, l'entendre ...etc. il est là pour distinguer une chose absente comme la pâleur d'un visage qui est un signe de maladie.

- ❖ Pierce a proposé une classification de trois grands signes où les signes sont distingués en fonction du type de relation qui existe entre le signifiant et le référent : indice, icône et symbole.

#### – **Indice**

« Correspond à la classe des signes qui entretiennent avec ce qu'ils représentent une relation causale de contiguïté physique. C'est le cas des signes dits « naturels » comme la pâleur pour la fatigue, la fumée pour le feu, le nuage pour la pluie, mais aussi la trace laissée par le marcheur sur le sable, ou par le pneu d'une voiture dans la boue ». (JOLY, 2009, pp. 35,36)

#### – **Icone**

« Correspond à la classe des signes dont le signifiant entretient une relation d'analogie avec ce qu'il représente, c'est-à-dire avec son référent. Un dessin figuratif, une photographie, une image de synthèse représentant un arbre ou une maison sont des icônes dans la mesure où ils « ressemblent » à un arbre ou à une maison. » (JOLY, 2009, p. 35)

#### – **Symbole**

« Le symbole correspond à la classe des signes qui entretiennent avec leur référent une relation de convention ». (JOLY, 2009, p. 36)

#### – **Le courant européen :**

C'est au linguistique Ferdinand de SAUSSURE (1857-1913) que l'on doit d'avoir imaginé la possibilité d'une nouvelle discipline, qui s'intéresserait aux signes au sein de la vie sociale. Il est considéré après l'apparition de son ouvrage « Cours de linguistique générale » en 1916, le père de la linguistique moderne et le fondateur de la sémiologie, bien que sa conception sémiologique marque l'avènement d'une discipline différente de la linguistique, l'épistémologie, la philosophie, la psychologie, la sociologie et l'axiologie. Toutefois la

sémiologie a sa propre unité profonde qui privilège l'analyse de toute pratique symbolique, propre à l'homme en forme de systèmes significatifs. (sémiologie, pp. 17,18)

En Europe, les post-saussuriens se distinguent selon leurs plus ou moins grandes orthodoxies linguistiques :

- Les plus orthodoxes (Buyssens, Mounin, Martinet, Prieto) n'étudient que la seule communication intentionnelle utilisant des codes composés d'un nombre fini d'éléments tels que les langues, bien sûr, le code morse, le code de la route, le code des ascenseurs et ainsi de suite. On parle alors d'une sémiologie de communication. (TABUCE, 2008-2009, p. 9)
- Une sémiologie de la signification, plus souple, pour laquelle un code peut être un système ouvert, voir flou, et peut toujours être considéré comme code ou champ d'observation structuré, dès lors qu'il produit des significations et qu'on le choisit comme objet d'étude. Les références scientifiques de ce courant sont plutôt le cercle linguistique de Prague, cofondé par le linguiste Roman Jakobson, et la glossématique danoise fondée, elle, par le linguiste Hjelmslev. (TABUCE, 2008-2009, p. 9).

- **Le signe selon F. de SAUSSURE**

« Ferdinand de SAUSSURE est une linguistique érudite qui a développé les bases de la théorie linguistique générale. Il est bien connu en tant que fondateur du linguiste moderne.

L'émergence de la théorie des signes dans le domaine de la linguistique a commencé lorsqu'il a estimé que la théorie des signes linguistique devait être remplacé dans une théorie de base plus générale. Inspiré et fondé sur cette pensée, il a proposé le terme « sémiologie » dans quelques compilations de notes de cours prises par ses étudiants sur la base de conférences données entre 1907 et 1911, qui ont finalement été publiées sous la forme d'un livre posthume intitulé « Cours de linguistique générale ». Enfin, ces œuvres ou chef-d'œuvre sont devenus une source à fort impact de la théorie linguistique connu sous le nom de structuralisme ».

En effet SAUSSURE (1971/99) définit la notion du signe ainsi « Nous appelons signe la combinaison du concept et de l'image acoustique »

Dans cette citation, SAUSSURE a perçu une unité linguistique comme une « double entité », ce qui signifie qu'elle est composée de deux parties. Il considérait l'unité linguistique comme une association de :

- Une image acoustique (signifiant)
- Un concept signifié (BENMAMAR, 2019/2020, pp. 24-25)

Sur la base de cette conception nous pouvons donc noter quelques remarques sur le signes saussurien :

- Le signe est une image mentale liée par la langue et non par la parole.
- Référentielle n'est pas marquée.
- La relation entre signifiant et signifié est arbitraire.
- Le signe est neutre et abstrait, il s'échappe de toute subjectivité ou idéologie.
- Pour lui, le signe est une entité psychique à deux faces. Ces deux faces sont indissociables reliant un signifiant (les sons) à un signifié (le concept).
- Signifiant (image acoustique) : Élément « expressif » ou d'expression, sons, mots, écrit, image ... qui servent à évoquer la chose dont on parle : /papier/, ensemble de six lettres P-A-P-I-E-R.
- Signifié (concept) la représentation mentale, l'idée qu'on se fait de la chose. Quand on entend /papie/, quand on lit PAPIER l'esprit songe au papier.

Après avoir cité le premier principe du signe qui est les deux faces indissociables, SAUSSURE a illustré ce caractère par la métaphore de la feuille de papier :

« On peut découper le recto sans découper en même temps le verso. »

Nous déduisons que la sémiotique d'inspiration peircienne vient d'une discipline philosophique, d'une logique formelle et la sémiologie dite saussurienne est d'une discipline linguistique.

## **2. La sémiologie linguistique**

### **2.1. La rhétorique**

- Du latin *rhētorica*, style oratoire ; une manière de s'exprimer et obéit à des règles précises.

- Pour les grecques, elle est un travail politique (l'art de la politique dans des régimes démocratiques).
- Elle est pragmatique, et permet d'évaluer son efficacité en terme d'objectif à atteindre qui est la persuasion.
- La rhétorique étudie la métaphore qui sert à embellir les discours (l'esthétique).

Cette conception se constitue de cinq éléments essentiels :

❖ **L'invention :**

Consiste à chercher les sujets, les arguments, les lieux et les techniques d'simplification et de persuasion en relation avec le thème ou la cause choisie, c'est ce que nous avons connu, dans nos dissertations traditionnelles, comme à la recherche d'idées. (BENMAMAR, 2019/2020, p. 22)

C'est l'art de choisir ses arguments : être créatif et bien les présenter.

❖ **Disposition (disposio) :**

Correspond à la mise en place des grandes parties du discours (exorde, narration, discussion, péroraison ...). C'est ce que nous avons connu comme recherche du « plan » le plus efficace. La hiérarchisation des parties du discours, ou des « idées », dépend en grande partie du genre. Le philosophique, qui correspond à des débats d'idées, demande de finir sur l'idée forte, tandis que le journalisme réclame de commencer un article par l'idée, où l'information, fortes, pour accrocher le lecteur, et de ne les développer qu'ensuite. (BENMAMAR, 2019/2020, p. 22)

- C'est la façon d'ordonner ses idées et arguments.

❖ **L'action :**

Incarner le discours, lui donner une forme en utilisant le para verbal, non verbale (posture, gestuelle).

❖ **La mémoire :**

Mémoria ; c'est la mémorisation du discours.

## **2.2. La sémantique**

La sémantique est dérivée du grec (sémantikos), « signifié ». C'est une branche de la linguistique, elle peut être définie comme étant la discipline qui étudie les sens dans le langage. Ce sens peut être rapporté à des unités, comme le mot ou la phrase. On peut encore estimer qu'il fait l'objet d'une construction plus complexe mettant en jeu à la fois l'énoncé et l'énonciation. (BENMAMAR, 2019/2020, p. 23)

La sémantique est un domaine de la linguistique dont l'objet est le sens, la signification des unités lexicales. La « science des significations » ou science de ce à quoi les signes renvoient, de façon plus générale, tout ce qui concerne le signifié ou plan du contenu d'un système sémiotique, indépendamment de ses différentes manifestations possibles. (BENMAMAR, 2019/2020, p. 23)

Louis Hébert à son tour la définit de la manière suivante : « La sémantique quant à elle, est au sens le plus large et elle s'assimile alors à une sémantique l'étude du sens (du contenu). La sémantique au sens restreint a pour objet le sens linguistique (que ce sens soit ou non assimilé à un concept psychologique ou logique ». (HEBERT, 2001, p. 11)

### **– Les domaines de la sémantique :**

La Sémantique lexicale est l'étude du sens des « mots » o plutôt des morphèmes d'une langue (c'est-à-dire de la plus petite unité dans laquelle on peut reconnaître une expression et un contenu). Il existe deux types de morphèmes ; les morphèmes grammaticaux (dits grammes) et les morphèmes lexicaux (dits lexèmes). (BENMAMAR, 2019/2020, p. 23)  
Citons quelques notions de ce domaine :

- **Synonyme** Se dit de termes que l'on peut substituer l'un à l'autre dans un énoncé sans changer le sens de celui-ci. (dictionnaire LAROUSSE)
- **Antonyme** Mot ayant un sens contraire à celui d'un autre (par exemple chaud et froid). (dictionnaire LAROUSSE)
- **Hyponymie** Rapport d'inclusion entre des unités lexicales, considéré comme orienté du plus spécifique au plus général. (dictionnaire LAROUSSE)



- **Hyperonymie** Rapport d'inclusion entre des unités lexicales, considéré comme orienté du plus général au plus spécifique. (C'est l'inverse de l'hyponymie). (dictionnaire LAROUSSE)

### **2.3. L'énonciation**

L'énonciation n'est pas un objet d'étude récent. Ces aspects linguistiques se trouvent déjà dans les grammaires grecques et latines dans les études de Jakobson, Bakhtine et d'autres.

En linguistique, l'énonciation est l'acte individuel de production d'un énoncé, adressé à un destinataire, dans certaines circonstances. Au sens strict, l'énonciation désigne l'acte même d'énoncer. Ces deux derniers termes s'opposent, l'énoncé c'est le résultat linguistique, c'est-à-dire, la parole prononcée ou le texte écrit dans une situation d'énonciation. Alors que l'énonciation est l'acte individuel d'utilisation de la langue. L'énonciation est un acte de langage que le locuteur utilise pour adresser un énoncé à un destinataire. (BENMAMAR, 2019/2020, p. 24)

### **2.4 L'argumentation**

Du latin « argumentatio », argumentation, arguments.

L'argumentation est une action ou un élément (orateur), cherche des arguments afin de convaincre l'élément (auditeur), l'argumentation s'intéresse de plus en plus les linguistes car elle se présente dans très nombreuses institutions de la vie quotidienne. (BENMAMAR, 2019/2020, p. 24)

### **2.5 La stylistique :**

C'est une discipline récente, elle est apparue au 19ème siècle, en empruntant certaine étude de la rhétorique vers la littérature.

La stylistique branche de la linguistique, consiste donc en un inventaire des potentialités stylistiques de la langue (effets de style) au sens saussurien. Quant à la limitation de la stylistique au domaine de la langue, elle est une approche qui organise la manière de cohérence et l'esthétique de certaines formes d'expression. (BENMAMAR, 2019/2020, p. 24)

### **3. Le signe non linguistique et la sémiologie de l'image**

Le signe n'est pas toujours linguistique. Dans une image, la sémiologie distingue deux sortes de signes :

#### **3.1. Le signe iconique**

La catégorie de l'image rassemble alors les icônes qui entretiennent une relation d'analogie qualitative entre le signifiant et le référent. Un dessin, une photo, une peinture figurative reprennent les qualités formelles de leur référent : formes, couleurs, proportions qui permettent de les reconnaître. (JOLY, introduction à l'analyse de l'image, 2009, p. 37)

Cette notion signifie une unité visuelle possédant une ressemblance et une relation avec l'objet.

#### **3.2. Le signe plastique**

Ce type de signe a été considéré comme une partie du signe iconique. Dans cette catégorie sont regroupées les couleurs, la lumière et les formes. Ce plan comprend certaines catégories qui sont : (BENMAMAR, 2019/2020, p. 26/30)

- **Cadre**

C'est la limite physique de l'image, généralement de forme rectangulaire et qui sert à délimiter, en l'isolant d'un tout, un espace lors de la prise de vue.

- **Cadrage ou (échelles de plans)**

Terme photo ou cinématographique qui désigne l'action de cadrer, c'est-à-dire de choisir ce qui ne sera présenté au regard du public, plus précisément, il correspond au choix du contenu de l'image, de ce qui doit être montré et de ce qui doit être laissé de côté. Dans le champ de l'image (ou le cadre de l'image). Hors du cadre, on parle de Hors-cadre ou Hors-champ.

➤ Le cadrage a différentes valeurs :

- **Ensemble**

Ce plan focalise l'attention sur une partie seulement du contexte, en isolant une action précise. C'est le cas, par exemple, de présenter un personnage dans son environnement. Sa fonction est de situer.

- **Moyen**

La vue de pied ou portrait en pied, montre l'entier du personnage, sans nier son environnement, l'importance dans ce plan est accordée à un personnage pour le mettre en valeur.

Ce plan prend le personnage à mi-cuisses, sa fonction est de focaliser l'attention sur le personnage, ses gestes, etc., pour le mettre en valeur.

- **Rapproché**

Ce plan a deux dimensions : large et rapproché, il est large lorsqu'il cadre le personnage à partir de la ceinture. Il est rapproché quand il cadre le personnage à la hauteur de la poitrine ou des épaules. Sa fonction est d'attirer sur le personnage.

- **Gros plan**

Ce plan attire l'attention du spectateur sur un visage, une expression, un objet particulier. L'image envahit le regard.

- **Très gros plan**

Est une vue « macro » attire l'attention sur un détail : on insiste donc sur son importance. C'est le plan dramatique par excellence.

- **La composition**

La spatialité ou la géographie du message visuel. Elle joue un rôle très important pour guider le lecteur d'une image. La composition est l'agencement des éléments à l'intérieur du cadre de l'image. Elle a pour effet la hiérarchisation de la vision, elle oriente le lecteur de l'image. La composition résulte donc de l'organisation des signes plastiques et iconiques sur

la surface de l'image, donc la composition est la manière dont les différents éléments de l'image (les couleurs, les formes, les lignes et les différents plans) sont arrangés entre eux.

- **La forme**

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

- **La couleur**

On distingue souvent entre le vocabulaire des couleurs, leur symbolisme et leurs effets psychologiques. On reconnaît la différence entre certaines couleurs dites chaudes, appelées aussi couleur « solaires » comme le rouge, le jaune, l'ocre, et des couleurs froides dites couleurs célestes ou aquatiques comme le bleu, le vert. Sur le plan symbolique, les couleurs sont parlantes et leurs significations sont différentes d'une société à l'autre. Par association implicites ou explicites, on leur attribue des valeurs qui ont le plus souvent des relations avec leur usage symbolique.

- **L'éclairage**

L'éclairage influe sur la composition de l'image, l'éclairage est caractérisé par son intensité, son angularité (sa direction) et sa dominante colorée (ou qualité).

- **Les effets de matière (texture)**

La texture en photographie est outil visuellement dynamique qui sert à accentuer les formes qui dirige l'œil en accentuant l'effet tactile de la surface mise en évidence. (BENMAMAR, 2019/2020, pp. 26-30)

### **3.3 La signification de l'image**

« Les images possèdent plusieurs caractéristiques du langage, pas dans le sens figuré de « langage des fleurs », mais par les caractéristiques de leur structure (syntaxe, grammaire, style) et par leur contenu sémantique. Et la caractéristique fondamentale est que les images sont des représentations abstraites de la réalité. » (JOLY, introduction à l'analyse de l'image, 2009, p. 1)

« C'est un terme tellement utilisé des significations de ce mot, nous comprenons qu'il indique quelque chose qui, bien que ne renvoyant pas toujours au « visible », emprunte

certaines traits du « visuel », et dépend de la production d'un sujet : imaginaire ou concret. L'usage actuel du mot « image » renvoie le plus souvent à l'image médiatique. » (BENMAMAR, 2019/2020, p. 31)

Jacques Aumont affirme : « l'image est évidemment conçue comme n'importe quel autre objet. En particulier, elle donne de nombreux indices de surface, et les bords visuels y apparaissent systématiquement comme séparant des surfaces coplanaires ». (AUMONT, 2005, p. 18)

Martine Joly, la définit ainsi : « elle était d'une manière générale comprise comme quelque chose qui ressemble à quelque chose d'autre au bout du compte, comme une représentation analogique principalement visuelle. » (JOLY, l'image et les signes, 2005, p. 24)

### – Les types de l'image

L'image fixe se compose de plusieurs types :

- **Dessin**

Représentation sur une surface de la forme d'un objet ou d'une figure, plutôt que de leur couleur. (dictionnaire LAROUSSE)

- **Gravure**

Art, ou manière de graver, motif exécuté par une incision sur un support quelconque. (dictionnaire LAROUSSE)

- **Peinture**

Produit liquide ou en poudre contenant des pigments, donnant par application sur des subjectiles en un feuil doué de qualités protectrices, décoratives. (dictionnaire LAROUSSE)

- **Schéma**

Dessin, tracé figurant les éléments essentiels d'un objet, d'un ensemble complexe, d'un phénomène, d'un processus et destinés à faire comprendre sa conformation et /ou son fonctionnement. (dictionnaire LAROUSSE)

- **Photographie**

Procédé permettant d'enregistrer, à l'aide de la lumière et de produits, l'image d'un objet. Reproduction de l'image obtenue, qu'elle soit ou non un phototype. (dictionnaire LAROUSSE)

- **Affiche**

Feuilles écrite ou imprimée placardée dans un lieu public et portant une annonce officielle, publicitaire ou propagandiste, à laquelle une image peut associée : le mur est couvert d'affiches. (dictionnaire LAROUSSE)

On peut distinguer plusieurs affiches :

- Affiche publicitaire
- Affiche politique
- Affiche de cinéma
  
- **L'analyse d'une image**

Cela veut dire interpréter les significations de l'image ou bien décortiquer ses composants. Et pour pouvoir accomplir cette analyse il existe deux notions fondamentales qui sont comme suite :

➤ **La dénotation**

« Au sens le plus générale, elle indique le ou les sens objectifs d'un mot ; ce sont les sens inscrits au dictionnaire. Il est compris par tous les utilisateurs de langue.

Pour ce qui est analyse de l'image, le sens de décrire et analyser sans interpréter. En premier lieu, on retrouve la description du sujet (document), alors il faut toujours présenter l'origine et la destination du document (affiche, flyer, magazine...).

Au second lieu, on retrouve la description de différentes composantes :

La composition et organisation de la page, format : (à l'italienne, à la française, carré, allongé...), cadrage : (échelle de plan), lignes : de force horizontale, verticale ascendante ou descendante, oblique, triangulaire, en spirale convergente ou divergente.... Symétrie, perspective, rythmes..., Hiérarchie des éléments qui composent la page, pleins/vide, fond/formes..., Couleurs : primaires, secondaires, chaudes, froides, complémentaires, vives, toniques, lumineuses, ternes, pastels, rabattues..., Matières : granité, moucheté, froissé, rugueux, brillant, chromé, métallique, lumineuse. Volumes et valeurs : espace, profondeur, ombre, lumière, claire /obscur, noir/blanc » (BENMAMAR, 2019/2020, p. 33)

Nous constatons que, dans la dénotation l'intérêt n'est pas de décrire ce qui est vu, mais tout simplement de dire ce qu'on voit.

### ➤ **La connotation**

« En terme général, les connotations n'apparaissent généralement pas dans les dictionnaires, donc la connotation correspond au sens implicites qu'un mot reçoit. La connotation est un sens donné au mot, qui indique une valeur culturelle ou morale pour des personnes qui ont une expérience ou des références communes sur les plans historique, géographique, social, politique, artistique. (BENMAMAR, 2019/2020)

Pour ce qui est analyse de l'image, le terme connotation veut dire interpréter une image, c'est chercher ses significations possibles, ces significations sont multiples (une image est souvent polysémique= plusieurs sens), elles dérivent les unes des autres, elles s'entraînent et s'enchainent, elles sont d'abord immédiates, puis deviennent de plus en plus subtiles. La connotation (le sens, la symbolique) s'appuie systématiquement sur la dénotation (observation). (BENMAMAR, 2019/2020, p. 33)

## **Conclusion**

La théorie de la sémiologie est le thème abordé en profonde précision dans ce premier chapitre ou nous avons vu les notions de base de notre travail de recherche, nous constatons que la sémiologie des images est belle et bien un moyen de communication très efficace c'est ce qui va nous permettre de développer notre second chapitre ou on évoquera les affiches de communication qui seront le centre de notre travail.

## **Chapitre II : Les affiches de sensibilisations dans le cadre de la sémiologie de communication.**

### **Préambule**

La communication est un théâtre de signes, décrire et comprendre cet univers a pour avantage de privilégier le sens au sein de la communication, nous avons remarqué que ses critères sont les mêmes que ceux de la sémiologie, il part d'une base commune celui de faire passer un message, une idée, ou une information avec les mêmes valeurs de ces deux concepts. Dans ce chapitre nous avons développé le concept « communication » et sa relation avec la « sémiologie », et ceci se présente à travers divers moyens comme les affiches de communication, nous nous sommes étalé sur le processus de sa réalisation, la décortication de ses compositions, ainsi que l'importance de ses fonctions.

### **1. Le processus de la communication**

Dans un sens large la communication est l'acte d'échange d'informations de paroles et de gestes entre un émetteur (destinateur) et un récepteur (destinataire), elle est indispensable à la vie quotidienne, elle joue un rôle très important dans la production des signes afin de rechercher un partenaire, elle rassemble plusieurs éléments :

- L'action, le fait de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un ;
- L'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une audience plus au moins vaste et hétérogène ;
- L'action pour une entreprise, d'informer et de promouvoir son activité auprès du public, d'entretenir son image, quel que soit le procédé médiatique utilisé. (Définition de la communication, p. 17).

#### **1.1. Les modes de la communication**

Nous distinguons deux modes de communication qui sont comme suit :

- **La communication verbale :**

La première définition que l'on donne à la communication verbale est l'usage de la parole, la voix pour communiquer. Elle est produite par des signes linguistiques



présentés par la langue écrite ou orale. Elle désigne également l'ensemble des moyens utilisés pour transmettre des éléments d'information. (BOUKOUBA, 2019-2020)

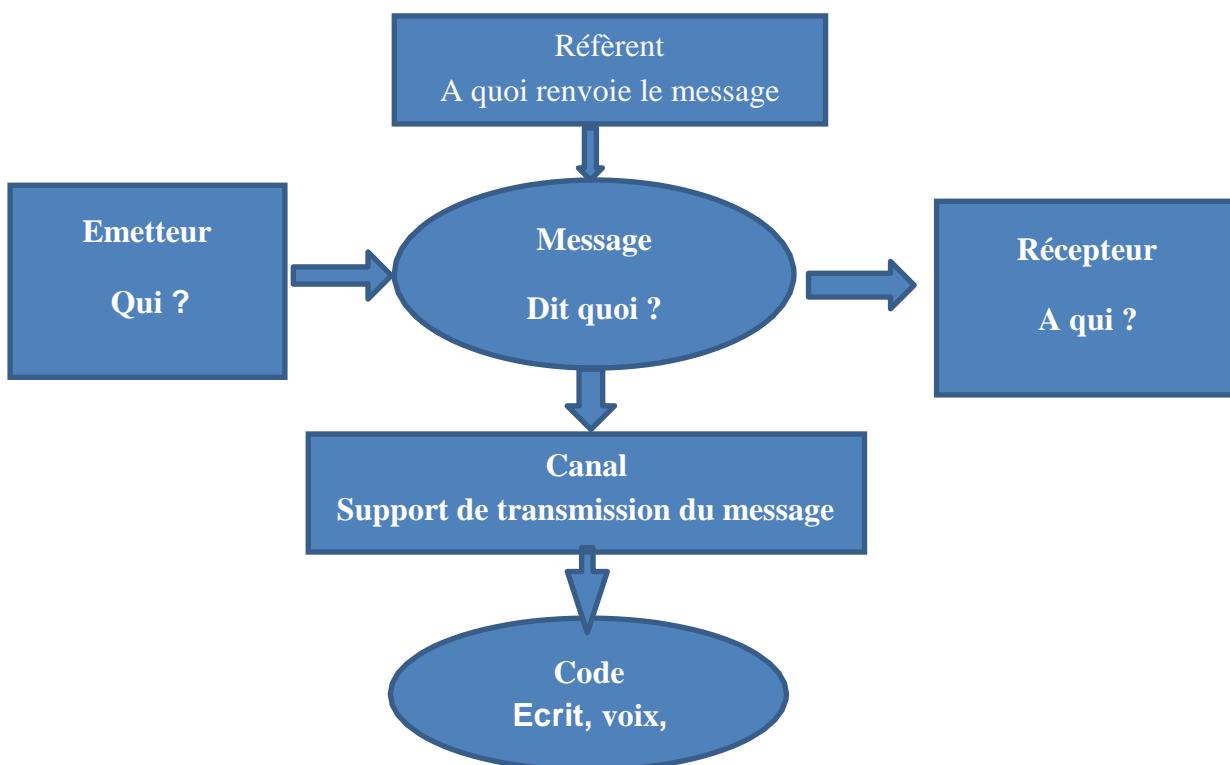
- **La communication non verbale**

Signifie simplement « tout ce qui n'est pas la parole », c'est tout ce qui n'est pas le langage verbal (linguistique). Elle est basé sur la compréhension implicite des signes non-linguistiques (les gestuelles, les couleurs, la musique, les vêtements, les odeurs...etc.) elle couvre diverses spécialités scientifiques telle que : la linguistique, la sociologie, la sémiologie et la psychologie... etc. ce mode de communication renforce le contenu de message verbal et parfois le contredit. L'interprétation et l'assemblage de ces images consiste de la culture personnelle du récepteur. (BOUKOUBA, 2019-2020, p. 34).

## 1.2. Le schéma général de la communication

Quel que soit la forme qu'elle prenne (texte-image), la communication s'établit toujours suivant les mêmes repères. Cette situation peut s'illustrer par le schéma imaginé par le linguiste Roman JAKOBSON dans les années 1960.

**Figure 1 : Schéma général de la communication**



Source : (BOUKOUBA, 2019-2020, p. 35)

Pour l'**émetteur** l'acte de communication doit se faire en transmettant au récepteur une idée ou une information ce qui est le **message**, ce dernier doit être émis pour le **récepteur** avec un code commun afin qu'il soit compris, **un code** « est un système de signaux (ou de signes, ou de symboles) qui, par convention préalable, est destiné à représenter et à transmettre l'information entre la source (ou émetteur) des signaux et le point de destination (ou récepteur)... Intégré dans le processus de la communication. Un code est un système de transformation de la forme d'un message en une autre forme qui permet la transmission du message. Par exemple l'écriture est un code qui permet de transformer un message acoustique en message graphique » (LAROUSSE, 1997, p. 90). Ce message décodé par le récepteur utilise **un canal** qui est l'intermédiaire de transmission d'information. Toute ce processus doit avoir **un référant** qui se réfère aux informations communes aux deux locuteurs sur la situation au moment de la communication, c'est la situation à laquelle renvoie le message.

Nous déduisons que ce schéma plus complet permet d'identifier un plus grand nombre d'intervenants et de facteurs intervenants dans une interaction, qui ont un rôle à jouer dans le cadre d'une interaction et ils influencent tous, à leur façon le message qui est transmis.

### **1.3. Les fonctions de la communication**

A chaque facteur de la communication, Jakobson va faire correspondre une fonction spécifique du langage qui est comme suit :

- **Fonction référentielle** : le mot renvoie à un référent, elle permet de parler de toutes les réalités extralinguistiques, qu'il s'agisse d'objet concret ou d'idée abstraite ;
- **Fonction poétique** : cette fonction porte une importance particulière basée sur le côté esthétique du message, elle utilise des techniques qui permettent de mettre le langage en valeur ;
- **Fonction expressive** : elle centre le message sur l'énonciateur qui cherche à exprimer son inspiration, c'est ce que distingue une phrase exclamative d'une phrase déclarative ;
- **Fonction conative** : cette fonction est représentée par l'emploi de l'impératif et d'vocatif, elle centre le message sur le destinataire le locuteur cherche à obtenir ou impliquer quelque chose sur son interlocuteur ;

- **Fonction phatique** : elle aide à établir, maintenir ou interrompre le contact entre les deux interlocuteurs. Le message ne contient aucune information donc il ne renvoie à aucune réalité linguistique ;
- **Fonction métalinguistique** : s'intéresse au fonctionnement de la langue elle-même. (MAOUCHE & MERAR, 2015/2016, p. 20)

## **2. La sémiologie dans la communication**

A travers notre recherche nous avons remarqué que la communication et la sémiologie sont complémentaires car ces deux dernières sont signifiantes de quelque chose qui se transmet mutuellement à travers les deux, c'est cette complémentarité qui nous aide à l'interprétation des messages, elles ont un effet psychophysique parce qu'elles mettent le spectateur dans un état qui ressemble à celui de son expérience première comme comparer la lumière sombre à celle de l'humeur de l'hiver...etc.

### **2.1 La sémiologie de la communication**

C'est un courant de la sémiologie qui reconnaît dans l'intention de communiquer le critère fondamental et exclusif qui délimite le champ de la sémiologie. Les systèmes de signes totalement explicites sont univoquement liés à leurs objets par les fonctions qu'ils remplissent dans la société et pour laquelle ils sont expressément construits. En conséquence, c'est le signal, dans lequel l'intention de communiquer est clairement affichée, qui sera l'objet de la sémiologie. « La sémiologie est une étude qui vise la communication et les moyens utilisés pour influencer, convaincre ou faire agir sur l'autrui » (BUYSENS, 1981, p. 11)

La sémiologie de communication s'appuie sur deux axes ; (la communication et le signe) et étudie, la communication linguistique qui se fait par l'acte verbal, selon le schéma de Jakobson qui est la transmission d'un message par un émetteur à travers un canal à un récepteur qui le déchiffre et la communication non linguistique comme les signaux de la route, les affiches employées pour la publicité et les logos se sont des indications directes.

Le cours de Sémiologie de la communication a notamment pour objectif de définir la spécificité du regard sémiologique, en montrant que la sémiologie ne consiste pas seulement à analyser des textes et des images, mais qu'elle s'offre plus globalement comme un mode de relation au monde. En partant par exemple des textes d'Umberto Eco, le cours montre que

nous tenons notre humanité de la maîtrise d'un univers symbolique et signifiant. Capable de voir des signes là où d'autres voient des choses, le sémiologue parvient à interpréter son environnement en considérant ce dernier comme producteur de sens. Partant de ce postulat, le cours retrace les trois principaux systèmes sémiologiques (Saussure, Peirce, Barthes) en identifiant leurs champs d'application, leurs apports (la notion d'interprétant chez Peirce notamment, les notions d'indice, d'icône, de symbole), mais aussi leurs limites. En montrant l'importance des codes dans la signification et la représentation, il s'agit de montrer en quoi l'interprétation des signes permet la communication au sein d'aires culturelles données, à partir de ces deux matériaux fondamentaux que sont entre autres l'image et le langage. A travers l'examen de quantité d'exemples empruntés à la communication (publicité, cinéma, arts plastiques, littérature, médias numériques), le cours montre comment la démarche sémiologique place le spectateur au cœur de l'élaboration du sens, sollicitant à de multiples niveaux sa culture, sa personnalité, son identité. (AUBERT)

## **2.2. La sémiologie de signification**

Roland Barthes (1915-1980) est le représentant de ce courant. La recherche sémiologique, selon ce sémiologue, est définie comme l'étude des systèmes significatifs où la signification peut s'établir par la langue ou par un autre système.

Barthes s'oppose à la conception saussurienne et se donne pour appliquer les principes linguistiques sur les faits non-verbaux afin de chercher leur signification. Il fait dépasser la vision des fonctionnalistes (qui relie entre les signes et l'intentionnalité) et insiste sur le fait qu'il existe des systèmes non verbaux dont la communication est parfois involontaire. Barthes s'oppose à la conception saussurienne et se donne pour appliquer les principes linguistiques sur les faits non-verbaux afin de chercher leur signification. Il fait dépasser la vision des fonctionnalistes (qui relie entre les signes et l'intentionnalité) et insiste sur le fait qu'il existe des systèmes non verbaux dont la communication est parfois involontaire mais la signification est fort présente (BARTHES, 1985, p. 77). Il détermine les éléments de la sémiologie de signification sous forme de paires empruntés à la linguistique structurale : langue et parole, signifiant et signifié, syntagme et paradigme, dénotation et connotation, etc...

### 2.3. La sémiologie des couleurs

Les couleurs sont un langage qui exprime un symbole et une signification, elles représentent toutes une valeur précise et jouent un rôle principal dans la communication c'est un moyen de communication non verbale, elles attirent et séduisent en éveillant des émotions différentes, elles complètent l'image par exemple dans les affiches de sensibilisations elles sont symboliques lorsqu'elles expriment un message : un danger on le représente avec du rouge...etc.

**Tableau 1 : La symbolique des couleurs :**

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

Source : (SERRE-Floerohein, 1993, pp. 33-34)

## 2.4. La sémiologie des formes

Dans une affiche (une image fixe) tout comme la couleur, les formes sont aussi importantes et elles attirent et influencent le public qui les regarde, le tableau suivant les résume :

**Tableau 2 : La symbolique des formes**

| Les formes | symbolique  |
|------------|---|
| Rond       | Forme ludique, non agressive, évoque le calme, la douceur, la paix, renvoie au temps.   |
| Carré      | Il fait penser au sérieux, à l'équilibre, manque de stabilité et confiance  |
| Triangle   | Renvoie au chiffre trois(3) qui signifie l'harmonie, la proportion, il symbolise le danger, l'agressivité, (panneaux de signalisation). |
| Rectangle  | La perfection de la relation.   |
| Losange    | Symbole de féminité.  |
| Cercle     | Symbole de perfection.  |

Source : (BOUDOUNET, 2016,2017, p. 47)

## 3. Typologie des affiches de communication

« L’affiche est une feuille imprimée, souvent illustré, portant un avis officiel, publicitaire...etc. Placardée dans un lieu public. » (MAIRE, 2014, p. 53).

« L’affiche moderne à grand tirage est née dans les années 1856-1870 en France sous l’impulsion de Jules Chéret, qui avait mis à profit les progrès apportés en Angleterre à la chromolithographie. Malgré la spécificité de média publicitaire qu’elle a acquise dans les sociétés industrielles visant à la consommation de masse, elle a toujours cherché à se diversifier soit en empruntant aux avant-gardes artistiques, soit en s’ouvrant à de nouveaux discours- qu’ils soient politiques, culturels ou sociaux. (MAIRE, 2014, p. 53).

« l’affiche représente un moyen d’expression destiné à un large public, totalement inconnu, c’est aussi, un outil très efficace, un dispositif largement déployé, c’est un élément important de la communication visuelle, elle attire l’attention sur le message qu’elle souhaite

transmettre affirme Abraham MOLES en disant qu'une affiche «accroche » l'œil en quelques dixièmes de seconde, elle le retient quelque seconde » (BOUDOUNET, 2016,2017, p. 43)

On entend par la communication visuelle l'utilisation des signes visuels pour pouvoir échanger avec les autres ; des écrits, des couleurs, des gestes etc...

Nous remarquons à travers beaucoup d'expériences que les affiches sont un support de communication qui a le plus d'impact notamment dans les lieux publics. C'est un objet de communication et par nature un objet de l'immédiat, elles sont destinées à faire passer le message le plus rapidement et le plus clairement possible. Donc, les textes et images doivent être simplifiés.

De ce fait chaque pays a sa diversité de présenter son affiche car les cultures diffèrent et donc son analyse critique aussi. Elle doit prendre en considération plusieurs critères : les textes dont la langue, les mots clé et les jeux de mots, les couleurs choisies qui ont chacune un sens, le format adéquat, l'éclairage, la prise de l'angle, et les plans: premier plan et arrière-plan.

### **3.1. La réalisation d'une affiche de communication**

Une affiche est l'association d'un slogan, d'une image et éventuellement d'un court texte. Elle doit donner à voir, attirer le regard, informer, sensibiliser, promouvoir, transmettre et communiquer une idée, un message ou des sentiments. Elle doit permettre, par une démarche active et la diffusion d'un message de faire connaître au public les causes, les mécanismes et les conséquences de virus virales respiratoires comme le coronavirus, elle propose des gestes barrières pour le faire diminuer. Il faut donc s'interroger au préalable sur le message et les obligations que l'on souhaite faire transmettre.

- Nous devons retrouver dans une affiche les critères suivants :
- QUI : quelle est la personne qui communique : ville, association, entreprise...
- QUOI : quel est l'objet de l'affiche : annonce de la manifestation, de l'ouverture d'un club...
- QUAND : à quelle date et à quelle heure aura lieu la manifestation OU : à quel endroit se situe la manifestation

- COMMENT : les renseignements pratiques comme un numéro de téléphone ou une adresse permettant d'obtenir plus de renseignements ou pour réserver ou s'inscrire.
- A QUI : à quel public est destinée la manifestation
- POURQUOI : les objectifs ou l'objectif de cette manifestation (les objectifs de l'affiche)

### ❖ **La composition d'une affiche**

Une affiche de communication doit composer des messages verbaux tels qu'un slogan, accroche, texte et d'un message visuel qui est une représentation sous forme d'une légende, un format (format « portrait » ou « paysage »), des illustrations colorées, de l'éclairage, une indication d'un plan (premier plan, arrière-plan). (analyse des affiches, p. 2)

#### – **Le texte**

A l'aide de nos acquisitions et nos connaissances précédentes nous concevons que le texte de l'affiche doit comporter quelques conditions :

- Choisir la langue dominante en employant des mots clés.
- Choisir le type de message (esthétique, informatif, explicatifs ou contradictoire à l'image, il doit être clair et lisible et donner un maximum d'informations dans un minimum de place avec des phrases courtes et précises
- Le titre doit être cohérent en parallèle avec l'image.
- Prendre en considération les bons arguments pour convaincre.

#### – **L'affiche-texte et l'affiche-texte illustrée**

L'affiche connaît un premier genre avec les affiches dites « affiche-texte » et « affiche-texte illustrée ». Il s'agit en fait des ancêtres des affiches, en quelque sorte des « pré-affiches ». En effet, jusqu'au début du XIX<sup>ème</sup> siècle, les évolutions de l'imprimerie étant encore très faibles, ces affiches étaient imprimées en caractères typographiques et ne contenaient que du texte. A ce titre, elles se retrouvent aussi sous le vocable « d'affiches typographique ». Le rapport au mot était celui du livre. Malgré quelques jeux typographiques, ces affiches sont loin des lettrages ornés et décoratifs qui caractérisent l'affiche moderne à



partir du milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle. L'affiche-texte illustrée ne se singularise quant à elle que par la présence d'illustrations, telles des en-têtes en forme de bandeau, le rapport entre le texte et l'image est là encore celui du livre. La grande différence entre les affiches-textes et les affiches modernes est ainsi le rapport au mot et à l'image, dans le premier cas ce rapport est emprunté au livre, dans le second l'affichiste a établi sa propre combinaison.

Le plus souvent, ces « pré-affiches » n'ont connu qu'un tirage artisanal ou préindustriel, et un affichage très faible, généralement cantonné à la seule échoppe des commerçants. Très courantes aux XVII<sup>ème</sup> et XIX<sup>ème</sup> siècles, elles ont foisonné sous la Révolution et ont fondé un genre d'affiches à part entière avec l'affiche de librairie. Par ailleurs, souvent de petite taille, ces affiches faisaient fréquemment double emploi, susceptibles d'être affichées ou emportées par le badaud. Elles perdurent aujourd'hui, notamment dans le milieu associatif qui en tire pour toutes ses manifestations et surtout avec les autorités publiques toujours contraintes d'afficher leurs décisions pour qu'elles soient promulguées.

Les affiches-textes font partie intégrante du groupe de documents que les bibliothèques peuvent avoir à conserver. (CHAGNY, 2005, p. 10/11)

#### – **La relation entre image- texte (l'affiche de communication et texte)**

C'est une relation de deux termes qui ont un rapport de complémentarité, chacun dépend de l'autre. Le texte est la face instructive et informative, l'image est la face harmonieuse, esthétique, et séductrice, elle permet de renforcer la compréhension du message évoqué, et s'exerce sous deux fonctions :

- **Fonction d'encrage**

Le message linguistique qui assure la fonction d'encrage par rapport à l'image, le texte oriente l'interprétation du sens d'une image, et influence le sens qu'on lui donne c'est-à-dire il l'éclaircie. (BOUKOUBA, 2019-2020)

- **Fonction de relais**

Le texte ici vient fournir un sens complémentaire, il apporte des informations qu'on ne peut pas exprimer dans l'image tels que le lieu et le temps. (BOUKOUBA, 2019-2020)

- ❖ Pour la réalisation d'une affiche nous devons la diviser en 3, selon le sens de lecture en Z :

- a) **Headline (haut)** : l'accroche est généralement placée au milieu du tiers supérieur de l'affiche. C'est la première information lue. Son objectif? Faire connaître!
- b) **Pack Shoot (centre)** : le corps de l'affiche comprend un espace de créativité pour votre affiche, composé de textes, d'une image, ou d'éléments graphiques. Son objectif est de faire aimer le visuel.
- c) **Baseline (bas)** : cet espace est réservé aux infos pratiques comme les coordonnées, le site web, les lieux de réservation des places, etc. Son objectif est de faire agir le lecteur de l'affiche. (GALTIER, 2020)

### **3.2. Les caractéristiques techniques de l'affiche**

- **L'impression**

La lithographie et la chromolithographie sont les techniques d'impression historiquement associées à l'affiche. Elles offraient la possibilité d'imprimer dessin et couleur à grand tirage, car seule une légère pression sur une pierre lithographique, mouillée et encrée d'une encre grasse, administrée à l'aide d'un râteau nécessaire pour imprimer le document. (CHAGNY, 2005, p. 13)

- **Le papier**

Catherine Boy a très finement noté les différences entre les papiers des différentes affiches. Elle remarque qu'avant 1850, le papier était un papier-chiffon de première qualité, préparé à base de lin et de chanvre, dont l'encollage se faisait à l'aide de gélatine dont le PH de 6 limitait l'acidité. Après 1850, les imprimeurs privilégièrent le papier-bois, moins cher mais de plus mauvaise qualité. Issu de bois tendre, comme le pin, le sapin, le bouleau ou le peuplier, ce papier était composé de 50% de cellulose, de 20 à 30% de lignine et de 20 à 30% d'hémicellulose. Déjà acide, ce papier se corrodait d'autant plus que la colophane, d'un PH de 5, a été substituée à la gélatine pour l'encollage. (CHAGNY, 2005, p. 14)

Les différences entre les papiers sont en revanche cruciales pour la conservation puisque la composition des papiers est susceptible d'altérer irrémédiablement le document imposant des règles précises de préservation. La composition du papier pose aussi problème dans le cadre d'une présentation de la pièce dans une exposition, puisque l'affiche fragile pourrait s'abîmer plus que de rigueur. (CHAGNY, 2005, p. 14)

- **Le format**

Le format des affiches dépend essentiellement des demandes des commanditaires et des contraintes liées à l’affichage. Tout type de format se retrouve ainsi. Il est à noter que la terminologie de ces formats s’avère particulièrement marquée par l’ancien jargon de ce milieu très particulier qu’est l’imprimerie. En effet, les formats des affiches anciennes portent généralement les noms bucoliques de Colombier, de Jésus et Raisin. Ces formats sont en fait les formats courants de l’époque, dont notamment le Colombier est le plus répandu avec toute une série de modalités. (CHAGNY, 2005, p. 15)

### **3.3. Les fonctions des affiches de communication**

Dans son ouvrage « l’affiche dans la société » moles Abraham distingue quatre fonction de l’affiche, en plus de sa fonction de communication elle est motivante, esthétique et éducatrice.

- La fonction de communication : l’affiche est une communication de masse établie pour la totalité des passants. Elle est l’idéal pour la publicité puisqu’elle permet d’atteindre une cible large et diversifié.
- La fonction d’éducation : l’affiche est un agent de culture, un facteur d’éducation selon la forme du message, son contenu et sa signification.
- La fonction esthétique : l’affiche présente la beauté des messages et la gaité des couleurs exposées au public c’est aussi une décoration et un ornement pour la ville.
- La fonction motivante : l’affiche informe, transforme les attitudes par une mémorisation. Elle est aussi persuasive, convaincante quand le public présente de nouveaux comportements (BOUDOUNET, 2016,2017, p. 45)

Si nous prenons l’exemple des affiches de communication sur les virus viraux respiratoire comme la grippe elle apporte beaucoup car elles permettent d’expliquer et informer les gestes barrières ; comme éternuer dans un mouchoir

Nous avons remarqué que les affiches de communication sont un support qui attire une grande attention visuelle car elle est plus facile à comprendre pour les enfants et adultes et donne une réaction à l’immédiat.

## ❖ **L'importance des affiches de communications**

L'affiche est un support de communication très apprécié par les professionnels pour sa diversité, sa visibilité permet de faire connaître une campagne de communication auprès du grand public.

Du petit au grand format, l'affichage est un véritable atout qui s'adapte dans tous les domaines. Aussi bien utilisé à l'intérieur qu'à l'extérieur il peut s'adapter à différents environnements, cet outil est idéal pour communiquer auprès d'une grande audience et permet de gagner beaucoup plus de visibilité. (EGLANTINE, 2019)

L'affichage offre de nombreux avantages qui se présentent ci-dessous :

- **Impactant** : grâce à son aspect visuel, il permet d'être créatif dans sa communication et améliore ainsi l'impact de votre message ;
- **Accessible** : l'affichage est accessible partout, 24h/24h ;
- **Local** : c'est un media parfait pour communiquer sur une zone de chalandise ;
- **Digital** : il offre désormais de nouvelles manières de communiquer avec davantage d'interaction au travers de nouveaux concepts créatifs, la réalité augmentée...etc. (pourquoi et comment lancer une campagne d'affichage)

## **Conclusion**

Dans ce chapitre nous avons essayé de démontrer les points de complémentarités entre la communication et la sémiologie et ceci à travers un support en commun qui est l'affiche de communication, c'est deux sciences visent toutes les deux à faire passer un message, là où les couleurs, les formes, les signes et les codes font passer une idée ou une information et dans l'autre sens où la communication s'effectue à l'aide de la sémiologie, nous avons vu aussi la réalisation des affiches et leur importance dans la vie sociale ainsi ce qu'elle lui rapporte, comme la valeur de la transmission et du partage de l'information

*Cadre pratique*

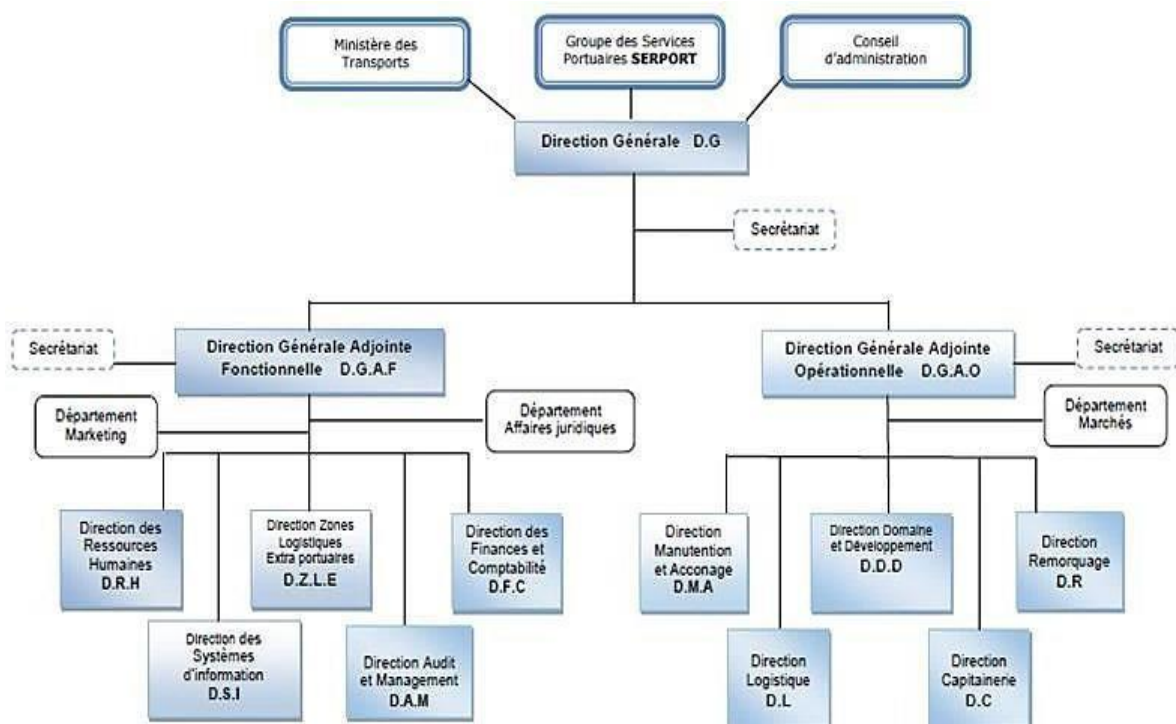
## Chapitre I : Présentation des données

### 1. Présentation du lieu de la recherche

L'histoire du port de Bejaia, est bien plus que l'accueil des navires en provenance des quatre coins du monde. Depuis son existence, et qui remonte à l'époque Phénicienne où fut installé le comptoir punique, le port de Bejaia a su s'adapter aux mutations et développement internationales. Derrière tous les succès, on retrouve un nombre innombrable de personnes qui, grâce à leur compétence et leur dévouement ont su hisser cette entreprise qui constitue un important moteur économique pour la région. L'EPB cherchera encore et toujours à s'adapter, à solliciter de nouveaux marchés et à miser sur de nouvelles possibilités de croissances.

Leur stratégie de marque se mise en étroite collaboration avec de fidèles clients et partenaires, en tissant des liens encore plus solides avec eux, en tant que catalyseur de développement économique, qui favorise une plus grande collaboration entre tous les acteurs de l'industrie pour l'évolution du Port et de ses communautés.

Figure 2 : Organigramme de l'EPB



## **2. Présentation des données de la recherche**

Après avoir présenté notre lieu de recherche nous allons passer à celle des données que nous avons recueillies au sein de l'EPB et qui se constituent de sept affiches de sensibilisation contre la COVID 19,

En décembre 2019 et début 2020 le monde entier a connu une pandémie qui a attaqué toute l'humanité et qui a causé d'importantes pertes. C'est une nouvelle souche de coronavirus appelée COVID19 « Co » pour corona « vi » pour virus et « d » pour maladie en anglais, cette maladie a été identifiée pour la première fois à WOUHAN, en Chine, puis s'est propagée au fur et à mesure partout dans le monde.

Le coronavirus cause des maladies émergentes, comme des infections respiratoires, allant du rhume sans gravité à des pneumopathies sévères parfois létales. Ils peuvent aussi s'accompagner de troubles digestifs tels que des gastro-entérites. La COVID 19 est transmissible d'une personne à l'autre si ces dernières sont proches à moins de deux mètres, ou à travers des gouttelettes respiratoires qui sont expulsées et infectées, toux ou éternuement, ce virus peut survivre sur les surfaces pendant plusieurs heures, mais de simples désinfections peuvent les tués.

Afin d'éviter les risques d'infection, il suffit de prendre aux sérieux quelques précautions :

- Se laver fréquemment les mains avec du savon ou un désinfectant ;
- Se couvrir la bouche et le nez lorsqu'on tousse ou qu'on éternue ;
- Eviter tout contact rapproché avec les personnes surtout celles qui présentent un de ses symptômes et consulter un médecin si l'un de ces signes se montre ;
- Porter une bavette obligatoirement dans tout espace publique ;
- Eviter tout rassemblement de masse.

Les conseils précédents nous les trouvons dans les affiches de communication réparties dans toutes les surfaces du port de Bejaia. Nous allons les analyser selon l'approche de Roland BARTHES et le schéma de la communication pour bien les décrire, suivant les indicateurs de l'étude.

Notre analyse consiste à faire un premier tableau qui décrira le cadre du processus de la communication ; émetteur, message, récepteur, réfèrent et le code qui reste un détail très important dans la sémiologie ; puis un deuxième tableau, qui fera une lecture sémiologique

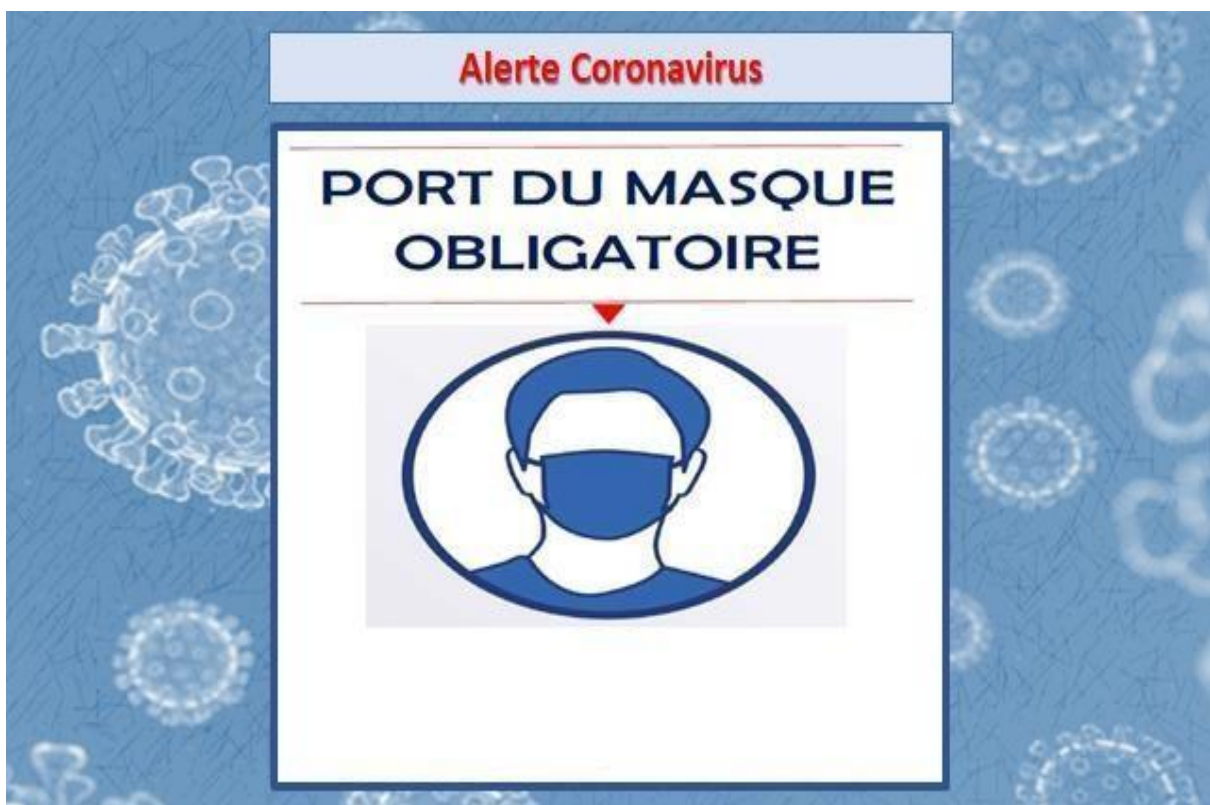
de chaque affiche séparément, d'extraire tous les éléments de la méthode choisie ; signe iconique, plastique, linguistique et de décrire chaque image et ce qu'elle fait ressortir, d'extraire le rapport entre l'image et le texte et enfin nous discuterons le résultats et nos appréciations déduites .

## **Chapitre II : Présentation des résultats**

### **1. Analyse et interprétation des données**

#### **1.1. Analyse sémiologique de la première affiche de communication**

**Figure N°3 : Port du masque obligatoire**



*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*



➤ **Présentation de l'image**

L'affiche ci-dessous présente un message non verbal sous forme d'une image montrant un garçon qui porte une bavette dans un cadre encerclé qui représente la protection accompagné d'un message verbal (port du masque obligatoire) et d'un entête ( Alerte corona virus) en rouge signifiant un danger, ces deux messages sont englobé dans un deuxième cadre carré qui démontre le sérieux et la gravité de la situation, nous remarquons aussi un arrière-plan illustré avec des cellules de coronavirus qui expliquent qu'il propage et se éparpille dans l'air. Les couleurs prédominantes dans cette affiche sont le bleu et le blanc suivant les couleurs de la mer (le port) et du logo de l'entreprise EPB, elles représentent aussi la raison et la protection, ainsi que le rouge qui est une couleur signifiante du danger et qui attire fortement l'attention de l'observateur.

**Tableau N° 4 : Description de l'image selon le schéma de Jakobson**

| Eléments d'analyse                                 | Analyse  |
|--|--|
| <b>Nom de l'auteur de l'image (qui – émetteur)</b> | Direction de la santé et de la population de la Wilaya de Bejaia   |
| <b>Thème : éléments représentés (dit quoi)</b>     | informe l'ensemble des fonctionnaires et visiteurs que le port du masque est obligatoire dans toute la surface portuaire   |
| <b>Récepteur (à qui)</b>                           | Tous les employeurs et les visiteurs entrant dans le port  |
| <b>A quoi renvoie le message</b>                   | Dans le but de sensibiliser et de changer les comportements des fonctionnaires, se protéger et protéger les autre  |
| <b>Type et identification des supports (canal)</b> | Est un support en papier affiché au niveau de l'établissement portuaire et publié sur la plateforme internet   |
| <b>Code : écrit (verbal et non verbal)</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Alerte coronavirus,</li> <li>– Port du masque obligatoire (verbal)</li> <li>– Image montrant un garçon qui porte un masque (non verbal).</li> </ul> |

*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*

**Tableau N° 5 : résumé des éléments sémiologiques**

| <b>Image 1</b>         | <b>Signifiant</b>  | <b>Signifié de dénotation</b>   | <b>Signifié de connotation</b>  |
|------------------------|--|---|---|
| <b>Signe iconique</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Un garçon</li> <li>-Un masque</li> <li>-Des cellules de coronavirus</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Individu masculin</li> <li>-Objet en tissu qui recouvre le nez et la bouche</li> <li>- Virus virale respiratoire</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-le sexe masculin démontre l'autorité.</li> <li>- Un dispositif médical qui aide à se protéger et qui empêche d'être infecté par des maladies transmissibles via le nez et la bouche ;</li> <li>- Maladie propagée dans l'air dangereuse, et facile à contracter.</li> </ul> |
| <b>Signe plastique</b> | <p>Nous trouvons trois couleurs dominantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Couleur bleu</li> <li>-Couleur blanche</li> <li>- Couleur rouge</li> <li>-Support : affiche imprimée par la direction de la santé et</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Champ chromatique qui regroupe le ciel et la mer</li> <li>-Champ caractérisé par une forte luminosité, couleur de neige</li> <li>- Champ qui représente le sang</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Couleur qui signifie le sérieux, la vérité, la sérénité et l'hospitalité ;</li> <li>-Couleur qui signifie la pureté, la fraîcheur, la paix ;</li> <li>-Couleur qui signifie Le danger, l'autorité et l'interdiction</li> </ul>  |

|                           |   |  |   |
|---------------------------|---|--|---|
|                           | <p>de la population de la wilaya de Bejaia</p> <p>-le cadre : cadre rectangulaire</p> <p>-le cadrage : est horizontal</p> <p>-la forme : cette affiche se compose de trois forme ; cercle symbole de protection, carré symbole de sérieux et rectangulaire qui symbolise la perfection de l'entreprise et des bons liens créés avec ses fonctionnaire</p> |  |   |
| <b>Signe linguistique</b> | <p>-Alerte coronavirus</p> <p>-Port du masque obligatoire</p>   | <p>- un appel d'urgence</p> <p>-Il est dans l'obligation de mettre un masque</p> | <p>-informer les gens afin de faire attention</p> <p>-Interdit de circuler sans masque afin d'éviter la contamination du virus dans les lieux</p> |

*Source : Elaboré par les étudiantes BENNAI Amina et BENABDELOUAHAB Kahina.*

➤ **Rapport entre image et texte**

Dans cette affiche le message « port du masque obligatoire » rapporte une fonction de relais pour l'image, il implique une complémentarité texte-image, ici c'est l'image qui ancre le sens linguistique, le lecteur comprend le sens sans lire le message.

## 1.2. Analyse sémiologique de la deuxième affiche de communication

Figure N°4 : Aération des pièces



*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*

### ➤ Présentation de l'image

L'image, représente une affiche qui contient deux messages, verbal qui est le texte « aérez la pièce 15 minutes tous les 2 heures », et d'un message non verbal « fenêtre ouverte avec du vent » qui explique le message linguistique. Les couleurs dominantes sont le blanc, bleu et le rouge accompagné d'un arrière-plan qui nous montre les cellules du corona virus signifiantes qu'il est partout dans l'air, cette image contient plusieurs formes qui nous aide à se concentrer sur chaque détails exposé ; une forme rectangulaire répartie un peu partout dans l'affiche qui signifie la perfection des relations (l'entreprise cherche à renforcer ses relations avec ses fonctionnaires et les protéger au même temps), et une forme ronde signe de protection.

**Tableau N°6 : description de l'image selon le schéma de Jakobson**

| Eléments d'analyse                                | Analyse  |
|---|--|
| <b>Nom de l'auteur de l'image (qui émetteur)</b>  | Direction de la santé et de la Population de la Wilaya de Bejaia   |
| <b>Thème : éléments représentés (dit quoi)</b>    | Informe l'ensemble des fonctionnaires des différents départements du ports d'aérer leurs bureaux au moins 15 minutes chaque 2 heures |
| <b>Récepteur (à qui)</b>                          | les fonctionnaires de l'entreprise portuaire de Bejaia   |
| <b>A quoi renvoi le message (réfèrent)</b>        | – Dans le but de changer les comportements des fonctionnaires, et de les sensibiliser contre la covid-19                             |
| <b>Type et identification des Supports(canal)</b> | – Support en papier affiché au niveau de l'établissement et aussi publier sur la plateforme internet                                 |
| <b>Code : écrit (verbal, non-verbal)</b>          | – Alerte coronavirus, -Aérez la pièce 15 minutes toutes les 2 heures (verbal).<br>– La fenêtre ouverte ( non-verbal).                |
| <b>Date de production (quand)</b>                 | – 30 Mai 2020  |

*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*

**Tableau N°7 : résumé des éléments sémiologiques**

| Image 1                | Signifiant  | Signifié de dénotation   | Signifié de connotation  |
|------------------------|---|--|--|
| <b>Signe iconique</b>  | - La fenêtre ouverte<br><br>- Le vent                       | Une partie des composants d'une maison ou autres qui permettent l'aération.<br><br>- un mouvement d'air au sein de l'atmosphère. | Il faut aérer les bureaux et les espaces fermés pour éviter la pollution de l'air à l'intérieur.<br><br>- Un moyen qui permet d'aérer et de changé les odeurs. |
| <b>Signe plastique</b> | Nous trouvons trois couleurs dominantes :<br><br>- le blanc | - couleur de la neige et la fraîcheur.   | - la pureté, l'hygiène, la protection.   |

|                           |   |  |  |
|---------------------------|---|--|--|
|                           | <p>-le bleu</p> <p>-le rouge</p> <p>-le support : une affiche imprimée.</p> <p>-le cadre : est rectangulaire qui cadre tout le contenu de l'image.</p> <p>-le cadrage : dans cette affiche est horizontal.</p> <p>-la forme : ils existent deux formes la première rectangulaire qui est symbole de perfection des relations (l'établissement crée un lien de confiance avec ses fonctionnaires et il travaille pour leur bien), plus un cercle qui est symbole de perfection</p> | <p>-la couleur du sérieux, spiritualité et d'hygiène.</p> <p>-la couleur du sang et du feu</p> <p>/</p> <p>/</p> | <p>-le sérieux, la sérénité.</p> <p>-le danger, l'interdiction, le sang et le feu.</p> <p>/</p> <p>/</p>   |
| <b>Signe linguistique</b> | <p>-Alerte coronavirus.</p> <p>-Aérez pièce 15 minutes toutes les 2 heures.</p>   | <p>-un appel d'urgence</p> <p>-Nous devons aérer nos pièces.</p>   | <p>-Informez les gens de faire attention.</p> <p>-Pour éviter la pollution de notre air et la propagation du virus, nous devons respecter les différentes consignes.</p> |

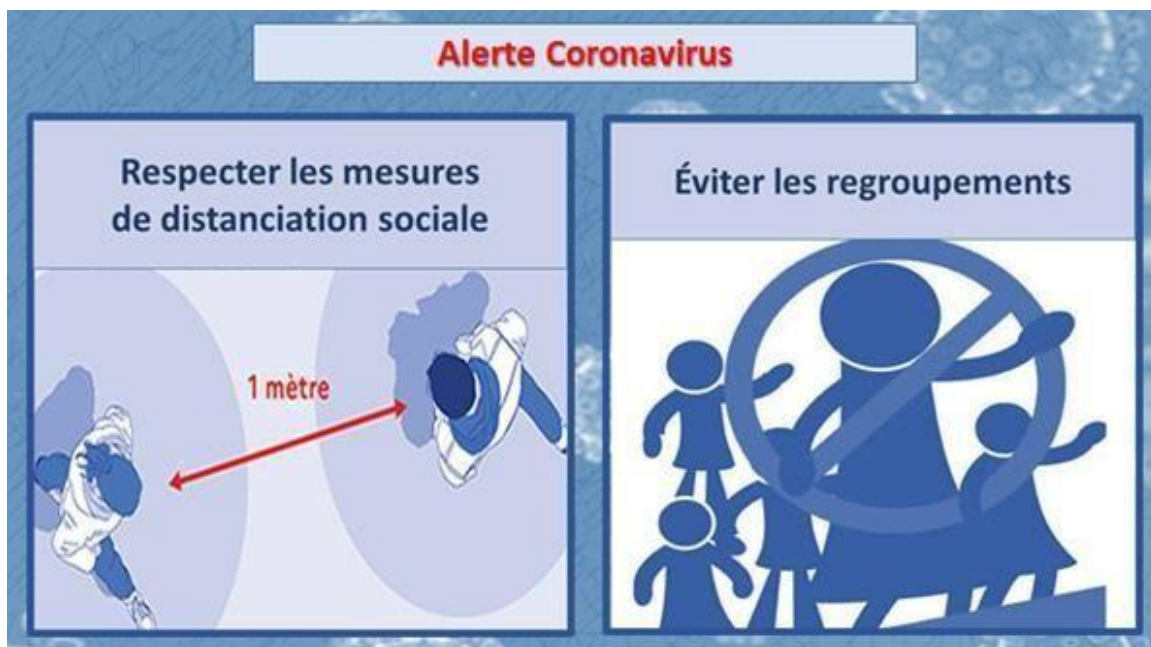
*Source : Elaboré par les étudiantes BEANNAI Amina et BENABDELOUAHAB Kahina*

### ➤ Rapport entre image et texte

Dans cette affiche le rapport entre image et texte est une relation d'accomplissement et d'accentuation et d'après notre analyse, nous avons constaté que le message linguistique « Aérez la pièce 15 minutes toutes les 2 heures » assure la fonction d'encrage par rapport à l'image, donc, nous pouvons dire que le message linguistique est comme un guide et que le texte vient éclaircir et donner une information supplémentaire et précise sur le sens de l'image.

### 1.3. Analyse sémiologique de la troisième affiche de communication

Figure N°5 : les mesures de propagation du virus



*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*

### ➤ Présentation de l'image

L'affiche ci-dessus présente deux images différentes avec un cadre carré. Sur celle de la droite nous avons remarqués un message non verbal sous forme d'un nombre d'individu c'est à dire un rassemblement cacheter avec un code « interdit » dessus et d'un message verbale « Eviter les regroupements », et dans l'image de gauche il y 'a deux personnes qui se tiennent à distance toutes les deux encerclées par une couleur plus foncée à celle de l'image qui démontre la protection et d'une flèche qui les sépare et qui accompagne le message verbal (1 mètre) écrit en rouge pour attirer l'attention et d'un autre message linguistique

« Respecter les mesures de distanciation sociales » ; les deux images sont couronnées d'un entête en rouge (Alerte corona virus) aussi signifiant le danger, ces deux messages sont englobés dans un deuxième cadre rectangulaire qui démontre le sérieux et la gravité de la situation, nous remarquons ainsi un arrière-plan illustré avec des cellules de coronavirus qui signifie que ce virus est propagé et éparpillé dans l'air.

Les couleurs prédominantes dans cette affiche sont le bleu et le blanc suivant les couleurs de la mer (le port) et du logo de l'entreprise EPB, elles représentent aussi la raison et la protection.

Cette affiche englobe deux images allant du même sens qui exige l'interdiction des rassemblements et la nécessité de respecter la distanciation.

**Tableau N°8 : description de l'image selon le schéma de Jakobson**

| <b>Eléments d'analyse</b>                          | <b>Analyse</b>  |
|--|---|
| <b>Nom de l'auteur de l'image (qui – émetteur)</b> | Direction de la santé et de la population de la Wilaya de Bejaia  |
| <b>Thème : éléments représentés (dit quoi)</b>     | informe l'ensemble des fonctionnaires et visiteurs de l'entreprise que les rassemblements sont interdits, et qu'il est dans le devoir de respecter la distanciation d'un mètre entre tout individu.                       |
| <b>Récepteur (à qui)</b>                           | Tous les employeurs et les visiteurs entrant dans le port   |
| <b>A quoi renvoie le message</b>                   | Dans le but de sensibiliser et de changer les comportements des fonctionnaires, se protéger et protéger les autres  |
| <b>Type et identification des supports (canal)</b> | Est un support en papier affiché au niveau de l'établissement portuaire et publié sur la plateforme internet  |
| <b>Code : écrit (verbal et non verbal)</b>         | -Alerte coronavirus, - 1mètre (verbal)<br>-Affiche composée de deux images une montre l'interdiction des rassemblements avec le code interdit, et l'autre expose la distance à laisser entre deux personnes (non verbal). |

*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*



**Tableau N°9 : présentation des éléments psychologique**

| <b>Image 1</b>         | <b>Signifiant</b>  | <b>Signifié de dénotation</b>   | <b>Signifié de connotation</b>   |
|------------------------|--|---|--|
| <b>Signe iconique</b>  | <p>-des personnes</p> <p>-une flèche</p> <p>-des cellules de coronavirus</p>   | <p>-Individus des deux genres, corps organisés vivants</p> <p>-Objet qui a la forme droite et pointue d'une flèche.</p> <p>- virus virale respiratoire</p>                    | <p>-le mélange des deux sexes montre que tout le monde est concerné.</p> <p>-Représentation schématique qui sert à attirer l'attention, indiquer la direction et à symboliser un vecteur, elle montre la distanciation à laisser entre chaque individu.</p> <p>- maladie propagée dans l'air dangereuse, et facile à atteindre</p> |
| <b>Signe plastique</b> | <p>Nous trouvons trois couleurs dominantes :</p> <p>-couleur bleu</p> <p>-couleur blanche</p> <p>- couleur rouge</p> <p>-support : affiche imprimée par la direction de la santé</p> | <p>- champ chromatique qui regroupe le ciel et la mer</p> <p>-champ caractérisé par une forte luminosité, couleur de neige</p> <p>- champ qui représente le sang</p> <p>/</p> | <p>-couleur qui signifie le sérieux, la vérité, la sérénité et l'hospitalité</p> <p>-couleur qui signifie la pureté, la fraîcheur et la paix.</p> <p>-Couleur qui signifie Le danger, l'autorité et l'interdiction</p> <p>/</p>  |

|                                  |   |  |   |
|----------------------------------|---|--|---|
|                                  | <p>et de la population de la wilaya de Bejaia</p> <p>-le cadre : cadre rectangulaire</p> <p>-le cadrage : est horizontal</p> <p>-la forme : cette affiche se compose de trois forme ; cercle symbole de protection, carré symbole de sérieux et rectangulaire qui symbolise la perfection de l'entreprise et des bons liens créés avec ses fonctionnaires</p> | /  | /   |
| <p><b>Signe linguistique</b></p> | <p>-Alerte coronavirus</p> <p>-1 mètre</p> <p>-respecter les mesures de distanciation sociales.</p> <p>-éviter les regroupements</p>  | <p>- un appel d'urgence</p> <p>- longueur qui sépare les individus.</p> <p>- l'obligation de laisser la distance entre toutes les personnes.</p> <p>- ne pas rester dans un lieu où il y'a plusieurs personnes</p> | <p>-informer les gens afin de faire attention</p> <p>- indiquer la distance à laisser entre les personnes.</p> <p>-pour éviter la contamination du virus il se doit de respecter la distanciation.</p> <p>-épargner tout rassemblement pour mettre fin à la propagation du virus.</p> |

*Source : Elaboré par les étudiantes BENNAI Amina et BENABDELOUAHAB Kahina*

➤ **Rapport entre image et texte**

Dans cette affiche les messages « respecter les mesures de distanciation sociales », « éviter les regroupements », « 1mètre », rapportent une fonction d'encrage pour l'image ils impliquent une complémentarité texte-image, ici c'est le sens linguistique qui ancre l'image, le lecteur comprend le sens en lisant le message écrit comme la consigne de laisser un mètre entre les individus.

#### 1.4. Analyse sémiologique de la quatrième affiche de communication

Figure N°6 : le lavage et la désinfection des mains



*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*

➤ **Présentation de l'image**

L'image ci-dessus, représente deux mains la première qui se lave avec du savon accompagner d'un message linguistique « Se laver fréquemment les mains avec de l'eau et du savon », et la deuxième qui se désinfecte avec un gel désinfectant sous un message verbale «Utiliser une solution hydro-alcoolique », les deux images sont en forme rectangulaire puis entourées sous une forme circulaire qui signifie la protection, la confiance et la bonne relation entre les fonctionnaires et l'établissement portuaire , les couleurs qui dominant le plus sont le bleu qui signifie (propreté, hygiène et sérénité), le blanc (la protection et la pureté), ces deux images ont un message principale en rouge « Alerte coronavirus » qui signifie le danger. Tout

cela est sur un fond qui représente les cellules de coronavirus qui montre que le virus est omniprésent.

**Tableau N°10 : description de l'image selon le schéma de jakobson**

| <b>Eléments d'analyse</b>                          | <b>Analyse</b>  |
|--|---|
| <b>Nom de l'auteur de l'image (qui émetteur)</b>   | Direction de la santé et de la Population de la Wilaya de Bejaia.   |
| <b>Thème : éléments représentés (dit quoi)</b>     | Incite les fonctionnaires de l'EP de Bejaia de se laver les mains et les désinfectent avec la solution hydro-alcoolique.  |
| <b>Destinataire (à qui)</b>                        | A l'ensemble des fonctionnaires de l'EP de Bejaia.  |
| <b>A quoi renvoi le message (réfèrent)</b>         | Dans le but de changer le comportement des fonctionnaires et les sensibiliser contre la covid-19.   |
| <b>Type et identification des supports (canal)</b> | un support en papier affiché au niveau de l'établissement et aussi publier sur la plateforme internet.  |
| <b>Code : écrit, verbal, non-verbal</b>            | -Alerte coronavirus,<br>-Se laver fréquemment les mains avec de l'eau et du savon,<br>-Utiliser une solution hydro-alcoolique. (un message verbal).<br>Message non verbale :<br>-Deux mains l'une qui se lave et l'autre qui se désinfecte. |
| <b>Date de production (quand)</b>                  | 30 Mai 2020.  |

*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*

Tableau N°11 : résumé des éléments sémiologiques

| Image 04               | Signifiant  | Signifié de dénotation   | Signifié de connotation   |
|------------------------|---|--|---|
| <b>Signe iconique</b>  | -Des mains  | -Une partie du corps humain qui sert à toucher ou prendre quelque chose.   | -les mains sont les parties les plus aptes à la contamination (elles touchent toutes les parties du corps). Il faut se laver et se désinfecter régulièrement les mains. |
|                        | -gel hydro-alcoolique<br><br>-eau et mousse de savon                      | -bouteille en plastique avec bouchon contenant à l'intérieur de l'alcool et une solution pour se désinfecter<br><br>-eau : liquide propre transparent<br>-mousse de savon : lotion nettoyante. | -bouteille contenant un gel qui aide à désinfecter les mains en absence de l'eau.<br><br>-se laver avec de l'eau et du savon pour éliminer les bactéries.               |
| <b>Signe plastique</b> | -blanc<br><br>-bleu<br><br>-rouge<br><br>-Support : une affiche imprimée. | -couleur de la neige et la fraîcheur<br><br>-la couleur du sérieux, spiritualité et d'hygiène.<br><br>-la couleur du sang et du feu.   | -la pureté, l'hygiène et la protection.<br><br>-le sérieux, la sérénité.<br><br>-le danger, l'interdiction, le sang et le feu.  |

|                           |  |   |  |
|---------------------------|--|---|--|
|                           | <p>-Cadre : rectangulaire qui cadre tout le contenu de l'image.</p> <p>-Cadrage : vertical.</p> <p>-Forme : nous trouvons deux forme rectangulaire qui est symbole de perfections des relations (entre l'établissement portuaire et ses fonctionnaires) et l'autre forme qui est circulaire qui signifie la perfection et aussi la protection.</p> |   |  |
| <b>Signe linguistique</b> | <p>-Alerte coronavirus.</p> <p>-se laver fréquemment les mains avec de l'eau et du savon.</p> <p>-utiliser une solution hydro-alcoolique.</p>  | <p>-un appel d'urgence.</p> <p>-on doit se laver les mains.</p> <p>-on doit se désinfecter.</p> | <p>-Informers les gens de faire attention.</p> <p>-c'est un geste régulier pour la propreté des mains.</p> <p>-il faut savoir comment se désinfecter les mains car le virus se propage facilement par le contacte des mains.</p> |

*Source : Elaboré par les étudiantes BENNAI Amina et BENABDELOUAHAB Kahina*

➤ **Rapport image texte**

Ici le message linguistique rajoute un sens complémentaire à notre image, car l'image est lisible dès qu'elle est aperçue on comprend ce qu'elle veut nous transmettre donc, la fonction est une fonction de relai.

### 1.5. Analyse sémiologique de la cinquième affiche de communication

Figure N°7 : Port du masque obligatoire



*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*

➤ **Présentation de l'image**

L'affiche de communication ci-dessus présente une image, où nous avons plusieurs messages linguistiques qui accompagnent et entourent l'image qui est le dessin d'un masque chirurgical. Les messages linguistiques verbaux sont les suivants : « désormais, le port du masque est obligatoire dans l'enceinte portuaire », « ارتداء القناع إلزامي بشكل صارم في حاوية الميناء », ces deux derniers sont à l'intérieur de deux flèches en rouge celles-ci montrent une indication et sont en direction vers le message non verbal ; « le masque » et de la phrase qui l'entête « coronavirus pour se protéger et protéger les autres », souligné en rouge. Ces deux messages sont eux aussi entourés avec un cercle signe de protection en rouge écrit « port du masque obligatoire », ce message a été répété deux fois et séparé d'un code « attention » les couleurs

utilisées dans cette affiche sont en rouge dans la plus grande majorité, une couleur très attirante et attachant, ainsi que le bleu et blanc signe de calme protection et de confiance, elles suivent aussi les couleurs de la mer (le port) et du logo de l'entreprise EPB.

Le cadre adopté dans cette affiche est un cadre rectangulaire qui démontre le sérieux et la gravité de la situation.

**Tableau N°12 : description de l'image selon le schéma de Jakobson**

| <b>Eléments d'analyse</b>                          | <b>Analyse</b>  |
|--|---|
| <b>Nom de l'auteur de l'image (qui – émetteur)</b> | Direction de la santé et de la population de la Wilaya de Bejaia  |
| <b>Thème : éléments représentés (dit quoi)</b>     | informe l'ensemble des fonctionnaires et visiteurs de l'entreprise que la nécessité du port de masque est obligatoire   |
| <b>Récepteur (à qui)</b>                           | Tous les employeurs et les visiteurs entrant dans le port   |
| <b>A quoi renvoie le message</b>                   | Dans le but de sensibiliser et de changer les comportements des fonctionnaires, se protéger et protéger les autre   |
| <b>Type et identification des supports (canal)</b> | Est un support en papier affiché au niveau de l'établissement portuaire et publié sur la plateforme internet  |
| <b>Code : écrit (verbal et non verbal)</b>         | -désormais, le port du masque est obligatoire dans l'enceinte du portuaire, en langue française.<br>classique - ارتداء اللذاع إلزامي بشكفل صارم فني حاوية المهنداء - en arabe<br>-port du masque obligatoire.<br>-coronavirus pour se protéger et protéger les autres.<br>-les messages non verbaux sont deux grandes flèches en rouge et l'image de la bavette en bleu , ainsi que le petit code interdit en triangle. |

*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*



**Tableau N°13 : Résumé des éléments sémiologiques**

| <b>Image 1</b>         | <b>Signifiant</b>   | <b>Signifié de dénotation</b>   | <b>Signifié de connotation</b>  |
|------------------------|---|---|---|
| <b>Signe iconique</b>  | <p>-un masque</p> <p>-une flèche</p> <p>-code interdit</p>                                    | <p>- objet en tissu qui recouvre le nez et la bouche</p> <p>-Objet qui a la forme droite et pointue d'une flèche.</p> <p>-dessin en triangle avec un point d'exclamation.</p> | <p>- un dispositif médical qui aide à se protéger et qui empêche d'être infecter par des maladies à travers le nez et la bouche</p> <p>-Représentation schématique qui sert à attirer l'attention, indiquer la direction et à symboliser un vecteur, elle montre l'obligation du port de la bavette dans l'espace portuaire</p> <p>-code qui représente l'interdiction et qui demande d'attirer l'attention et de montrer la gravité de la chose : d'où il montre que le port du masque est obligatoire</p> |
| <b>Signe plastique</b> | <p>Nous trouvons trois couleurs dominantes :</p> <p>-couleur bleu</p> <p>-couleur blanche</p> | <p>- champ chromatique qui regroupe le ciel et la mer</p> <p>-champ caractérisé par une forte luminosité. couleur de neige</p>  | <p>-couleur qui signifie le sérieux, la vérité, la sérénité et l'hospitalité</p> <p>-couleur qui signifie la pureté, la fraîcheur, la paix</p>  |

|                           |   |   |  |
|---------------------------|---|---|--|
|                           | <p>- couleur rouge</p> <p>-Support : affiche imprimée par la direction de la santé et de la population de la wilaya de Bejaia</p> <p>-le cadre : cadre rectangulaire</p> <p>-le cadrage : est horizontal</p> <p>-la forme : cette affiche se compose de trois forme ; cercle symbole de protection, carré symbole de sérieux et une forme en cercle qui symbolise la protection des salarié de l'EPB et les autres partenaires.</p> | <p>- champ qui représente le sang</p> <p>/</p> <p>/</p> <p>/</p> <p>/</p> | <p>-Couleur qui signifie Le danger, l'autorité et l'interdiction</p> <p>/</p> <p>/</p> <p>/</p> <p>/</p>                     |
| <b>Signe linguistique</b> | <p>-désormais, le port du masque est obligatoire dans l'enceinte portuaire ( في ارنداء الزنناع )<br/>إلزامي بشكل صارم ( حاوية الميناء )</p>   | <p>-Il est impératif de porter un masque dans la surface du port</p>      | <p>-A partir de maintenant le port du masque est obligatoire pour tous : visiteurs, employés et salariés au sein du port</p> |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  | -coronavirus, se protéger et protéger les autres | -éviter le virus viral respiratoire et arrêter sa propagation. | - faire attention à soi et aux autres afin d'éviter le coronavirus. |
|  | -Port du masque obligatoire                      | - la nécessité de porter une bavette                           | - il est interdit de circuler sans masque.                          |

*Source : Elaboré par les étudiantes BENNAI Amina et BENABDELOUAHAB Kahina.*

➤ **Rapport entre image et texte**

L'affiche présentée ci-dessus est riche en messages textuelles qui viennent interpréter les messages verbaux et non verbaux les deux messages dans les flèches sont présentés sous formes de deux langues en arabe et en français, celle-ci offre la possibilité de faire comprendre le message à tout le monde en image, et en deux langues différentes ; en arabe classique « ارتداء الذئاع إلزامي بشكل صارم في حاويزة الميناء », en langue française « désormais, le port du masque est obligatoire dans l'enceinte portuaire », ensuite nous avons un autre message à côté dans le cercle qui veut dire la même chose : « port du masque obligatoire », il vient répéter et insiste sur le premier message pour bien ancrer l'image et le premier message, enfin nous avons un dernier message qui lui explique le message verbal et non verbal, c'est-à-dire pourquoi porter un masque, ce message se présente ainsi « coronavirus pour se protéger et protéger les autres » donc la relation entre l'image et le texte est une fonction d'ancrage .

## 1.6. Analyse sémiologique de la sixième affiche de communication

Figure N°8 : Le lavage des mains pour le bien de tous



*Source : l'établissement portuaire de Bejaia.*

### ➤ Présentation de l'image

L'affiche ci-dessus présente un message non verbal sous forme d'une image qui montre la sécurité et la protection en se lavant les mains, accompagné d'un message verbal (pour la sécurité de tous « lavez-vous les mains pendant 20 à 30 secondes »), ces deux messages sont englobés dans un deuxième cadre carré qui démontre le sérieux et la gravité de la situation. Les couleurs prédominants sont le bleu et le blanc, elles représentent la mer (lieu de l'entreprise EPB) et d'autre part le sérieux et la protection.

**Tableau N°14 : description de l'image selon le schéma de Jakobson**

| Eliment d'analyse                                  | Analyse   |
|--|---|
| <b>Nom de l'auteur de l'image (qui émetteur)</b>   | Direction de la santé et de la population de la wilaya de Bejaia  |
| <b>Thème : éléments représentés (dit quoi)</b>     | Informe l'ensemble des fonctionnaires des différents départements de se laver leurs mains pendant 20 a 30 seconde |
| <b>Récepteur (à qui)</b>                           | Les fonctionnaires de l'entreprise portuaire de Bejaia  |
| <b>A quoi renvoi le message (référent)</b>         | Dans le but de changer les comportements des fonctionnaires, et les sensibiliser contre la covid-19               |
| <b>Type et identification des supports (canal)</b> | Est un support en papier afficher au niveau de l'établissement et aussi publier sur la plateforme internet        |
| <b>Code : écrit (verbal, non verbal)</b>           | Pour la sécurité de tous lavez-vous les mains pendant 20 a 30 seconde   |
| <b>Date de production (quand)</b>                  | 30 Mai 2020   |

*Source : l'établissement portuaire de Bejaia*

**Tableau N°15 : Résumé des éléments sémiotiques**

| Image 6                | Signifiant                    | Signifié de dénotation  | Signifié de connotation  |
|------------------------|-------------------------------|---|--|
| <b>Signe iconique</b>  | -Le robinet<br><br>-les mains | -Appareil placé sur un tuyau qui distribue l'eau.<br><br>-partie du corps humain qui permet de toucher. | -Source d'eau<br><br>-Partie à nettoyer quotidiennement car elles sont les plus exposées aux bactéries |
| <b>Signe plastique</b> | -le blanc<br><br>-le bleu     | -couleur de la neige et la fraîcheur<br><br>-la couleur du sérieux, spiritualité et d'hygiène           | -la pureté, l'hygiène et la protection<br><br>-le sérieux et la sérénité                               |

|                           |   |                                   |   |
|---------------------------|---|-----------------------------------|---|
|                           | <p>Support : une affiche imprimé</p> <p>-cadre : carré qui cadre tout le contenu de l'image</p> <p>-cadrage : est horizontal</p> <p>-la forme : nous avons deux formes rectangulaire qui est signes de perfection des relations (entre l'EPB et ses fonctionnaires), et l'autre forme circulaire qui signifie la protection</p> |                                   |   |
| <b>Signe linguistique</b> | <p>Pour la sécurité de tous l'avez-vous les mains pendant 20 à 30 secondes</p>  | <p>On doit se laver les mains</p> | <p>Un geste régulier pour une propreté protectrice.</p> |

*Source : Elaboré par les étudiantes BENNAI Amina et BENABDELOUAHAB Kahina*

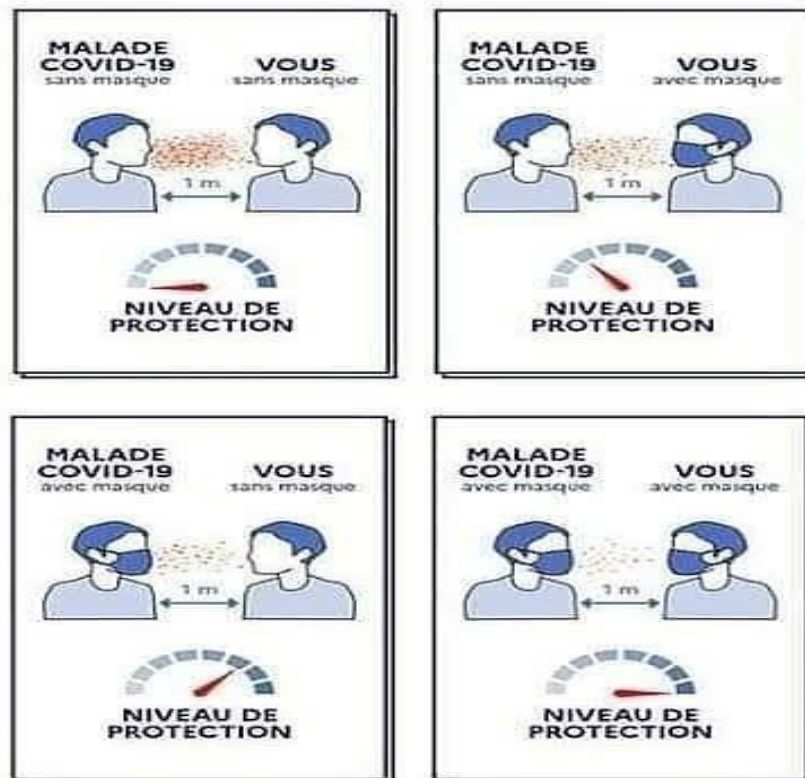
➤ **Rapport entre image et texte**

Dans cette sixième affiche de communication nous avons constaté toujours l'existence de deux types de message verbal et non verbal, nous avons le message linguistique (pour la sécurité de tous lavez-vous les mains pendant 20 à 30 secondes), il assure la fonction d'encrage par rapport à l'image qui est le message non verbal ,donc nous déduisons que le message linguistique est comme un guide et que ce dernier vient nous éclaircir le sens de l'image et donner une précision « 20 à 30 seconde » celle-ci vient de donner une information indicatrice supplémentaire donc la relation entre l'image et le texte est une fonction de relai .

## 1.7. Analyse de la septième affiche de communication

Figure N° 09 : le niveau de la protection avec ou sans masque

Protégeons-nous, portons tous des masques



Source : l'établissement portuaire de Bejaia

### ➤ Présentation de l'image

L'image que nous avons ci-dessous est message non verbal qui nous montre comment se protéger en portant un masque et qui présente un message linguistique qui est « protégeons-nous, portons tous des masques » illustré par quatre (04) exemples qui expliquent le niveau de la protection avec ou sans un masque, chaque exemple est mis sous une forme carrée symbole du sérieux et qui au même temps expose la gravité de la situation, nous remarquons aussi qu'ils ont fait appel aux trois couleurs le rouge qui signifie le danger et l'insécurité, le bleu qui signifie la propreté, hygiène et sérénité, et en dernier le blanc qui est en arrière-plan de l'image qui signifie la protection et la pureté.

**Tableau n°16 : Description de l'image selon le schéma de Jakobson**

| <b>Elément d'analyse</b>                           | <b>Analyse</b>   |
|--|--|
| <b>Nom de l'auteur de l'image (qui émetteur)</b>   | Direction de la Santé et de la Population de la Wilaya de Bejaia   |
| <b>Thème : éléments représentés (dit quoi)</b>     | Le port de Bejaia démontre le risque de contamination sans le port du masque et la distance                        |
| <b>Destinataire (à qui)</b>                        | A l'ensemble des fonctionnaires de l'EP de Bejaia  |
| <b>A quoi renvoi le message (réfèrent)</b>         | Dans le but de changer le comportement des fonctionnaires et les sensibiliser contre la covid-19                   |
| <b>Type et identification des supports (canal)</b> | Est un support en papier affiché au niveau de l'établissement et aussi publier sur la plateforme internet          |
| <b>Code : écrit, verbal, non-verbal</b>            | -Protégeons nous, portons tous des masques (message verbal)<br>-Des têtes avec et sans masque (message non-verbal) |
| <b>Date de production (quand)</b>                  | 30 Mai 2020  |

*Source : L'établissement portuaire de Bejaia*

**Tableau N°17 : Résumé des éléments sémiotiques**

| <b>Image 07</b>       | <b>Signifiant</b>  | <b>Signifié de dénotation</b>   | <b>Signifié de connotation</b>   |
|-----------------------|--|---|--|
| <b>Signe iconique</b> | -une tête avec un masque<br><br>-une tête sans masque<br><br>- échelle de degrés | -Une partie du corps humain<br><br>-Matériel centré par une aiguille qui se bouscule en comptant. | -une tête protégée avec un masque et une autre sans protection.<br><br>-L'échelle permet de voir la gravité du risque de la contamination. |



|                                  |   |   |  |
|----------------------------------|---|---|--|
| <p><b>Signe plastique</b></p>    | <p>-Blanc</p> <p>-Bleu</p> <p>-Rouge</p> <p>-Support : une affiche sur le site</p> <p>-Cadre : un carré</p> <p>-Cadrage : vertical</p> <p>-La forme : une forme carrée qui démontre le sérieux et la gravité du virus</p> | <p>-couleur de la neige et la fraîcheur</p> <p>-la couleur du sérieux, spiritualité et d'hygiène</p> <p>-la couleur du sang et du feu</p> | <p>-la pureté, l'hygiène et la protection</p> <p>-le sérieux et la sérénité</p> <p>-le danger et l'interdiction</p>    |
| <p><b>Signe linguistique</b></p> | <p>Protégeons-nous, portons tous des masques</p>  | <p>Un appel d'urgence</p>   | <p>Informers les fonctionnaires de l'EP Bejaia que le port du masque et la distanciation sont vraiment nécessaire.</p> |

*Source : Elaboré par les étudiantes BENNAI Amina et BENABDELOUAHAB Kahina*

➤ **Rapport entre image et texte**

Notre dernière affiche est riche en différents messages, nous avons remarqué que les deux types : messages linguistiques « protégeons-nous, portons tous des masques » et « niveau de protection » ainsi que les images qui l'accompagnent forment une relation d'ancrage, les messages viennent appuyer et enrichir le sens de l'image.

**Tableau N°18 : Grille d'analyse d'éléments explicites parus dans les affiches de communication de l'étude**

| Affiches de communication | La sémiologie textuelle   | La sémiologie visuelle   | Rapport entre le visuel et le textuel   |
|---------------------------|---|--|---|
| <b>Figure N°1</b>         | Cette affiche représente de deux message verbal ; alerte coronas virus », « port du masque obligatoire» et d'un message non-verbal : une image d'un garçon qui porte une bavette.             | Cette affiche représente un garçon qui porte une bavette c'est-à-dire qu'elle est obligatoire, nous retrouvons aussi ce message à travers des signes plastiques ; tels que les formes utilisées ; cercle (protection), carrée (sérieux de la situation) et rectangulaire (qui représente la perfection de l'entreprise), Mais aussi à travers des couleurs ; rouge qui répond le danger et le bleu et blanc qui permettent de rester dans le cadre des couleurs de l'entreprise et de la mère. | Une relation de relais et de complémentarité (on comprend le sens sans lire le message) |
| <b>Figure N°2</b>         | Cette affiche se compose d'un message verbal : « aérer la salle 15minutes toutes les deux heures », « alerte Coronavirus » et d'un message non-verbal : « une fenêtre ouverte avec du vent ». | Cette image présente une fenêtre ouverte et un soufflet d'air qui rentre, cette image rapporte aussi d'autres messages à l'aide des messages plastiques tels que les formes carrée et rectangulaire qui sont un signes de sérieux et de la perfection que l'entreprise dégage ainsi que les couleurs bleu et bleu signe  | Une relation de relais (le texte donne une complémentarité à l'image)                   |

|                   |   |  |   |
|-------------------|---|--|---|
|                   |   | de bonne santé calme, protection mas qui rappelle toujours les couleurs de l'entreprise et de la mère et le rouge qui montre une alerte, une état d'urgence et d'un danger   |   |
| <b>Figure N°3</b> | Représente quatre messages verbaux : « alerte coronavirus », « respecter les mesures de distanciations sociales », « 1mètre », « éviter les regroupements » et de messages non verbaux : deux personnes séparer par la distance et sur un autre cadre un groupe de personne cochés avec un code interdit. | Cette image est composé de deux image une qui présente deux individus séparés par la distance et l'autre d'un groupe de personnes coché avec un signe interdits mais à travers les signes plastiques nous pouvons lire mieux le message visuel tels que les formes : les deux personnes distanciées sont encerclées d'une forme circulaire signe de protection c'est-à-dire si on reste loin de 1mètre on sera protégé du virus, nous avons aussi la forme carrée répétée plusieurs fois et rectangulaire signe du sérieux et la maturité de l'entreprise, nous retrouvons aussi le jeux de couleurs le rouge qui flache sur le danger et le bleu et blanc couleur du calme et du port | Une relation d'encrage (on comprend le sens de l'image en lisant le message linguistique) |

|                          |   |   |   |
|--------------------------|---|---|---|
| <p><b>Figure N°4</b></p> | <p>Représente trois messages verbaux : « alerte coronavirus », « se laver fréquemment les mains avec de l'eau et du savon », « utiliser une solution hydro-alcoolique » et aussi des messages non verbaux « des mains avec une mousse de savon et l'eau qui coule dessus et des mains avec une bouteille du gel désinfectant ».</p> | <p>Cette image présente deux mains qui se lave et deux autres qui se désinfectent elles sont toutes les deux exprimées à l'aide des messages plastique ou on trouve des formes ronde qui encerclent les deux mains c'est-à-dire si on se lave et désinfecte les mains on sera protégé des bactéries du virus, ses deux images sont séparées dans un cadre carré qui précise le sérieux de la situation et englobées dans un autre rectangulaire qui représente l'entreprise et sa perfection, les couleurs reste toujours autours de celles du port accompagnées du rouge vis-à-vis du danger de la pandémie.</p> | <p>Une relation de relai (l'image est lisible dé qu'elle s'aperçu)</p>                    |
| <p><b>Figure N°5</b></p> | <p>Représente plusieurs messages verbaux : « désormais, le port du masque est obligatoire dans l'enceinte portuaire », « إرتداء الماسك إلزامي بشرفل », « صارم ني حاوية الميناء » « coronavirus pour se protéger et protéger les autres », « port du masque »</p>  | <p>L'image présente un masque seulement, cependant nous pouvons comprendre mieux à travers le signe plastique ; des couleurs : l'image est inondée du rouge afin d'attirer le plus possible d'attention et partager le danger et le bleu qui caractérise la bavette qui montre que c'est elle qui peut nous humaniser et qui rappelle toujours les couleurs de l'Epb.</p>   | <p>une relation d'encrage (le texte rajoute un sens que l'image ne peut pas exprimer)</p> |

|                   |   |  |   |
|-------------------|---|--|---|
|                   | obligatoire », et d'un seul message non-verbal : une bavette  | nous comprenons aussi l'image à travers le cercle qui entoure le masque symbole de protection  |   |
| <b>Figure N°6</b> | Représente un message verbal : « pour la sécurité de tous, l'avez-vous les mains pendant 20 à 30 secondes » et message non-verbal : des mains qui se lavent au robinet  | L'image montre des mains qui se lavent à l'eau du robinet elles sont encerclées avec une couleur bleue qui explique que c'est le bon geste à faire pour éviter le virus, c'est le signe plastique nous remarquons aussi que le message est sous un cadre rectangulaire et en bleu aussi ceci permet de mieux le repérer.   | Une relation d'encrage (le message linguistique vient éclaircir le sens de l'image) |
| <b>Figure N°7</b> | Représente plusieurs messages verbaux qui donnent des instructions pour poursuivre les détails de l'image et qui les expliquent ; « protégeons nous, portons tous des masques », « malade Covid 19 », « vous », « niveau de protection », « avec masque », « sans masque » et des messages non-verbaux : deux personnes et une échelle de mesure. | Cette dernière image montre deux personnes dans de différentes situations, accompagnée d'une échelle avec une aiguille qui change dans chaque situation, dans cette affiche tout ce qui est en rouge montre le danger comme les bulles que dégage le malade du Covid, mais aussi une couleur qui aide à attirer l'attention comme celle du message et de l'aiguille afin de suivre sa direction. Nous restons toujours autour du bleu et blanc couleur qui favorise la protection et les couleurs du logo EPB, la forme répondue dans cette affiche est le carré qui désigne le sérieux. | Une relation de relai (chacun explique et complète l'autre)                         |

## **2. Bilan et appréciation personnelle**

- Pour la première hypothèse « la sémiologie textuelle des affiches de communication de l'étude, interprète des messages verbaux et non verbaux » selon les 7 affiches que nous avons étudiées nous déduisons que la troisième, cinquième et la septième affiche approuvent notre hypothèse donc, nous avons remarqué que les messages présentent viennent expliquer l'image ainsi que les messages linguistiques chacun éclairci l'autre et lui donne du sens et une complémentarité. Autrement dit, nous ne pouvons pas comprendre l'image sans faire un lien avec le texte.
- Pour la deuxième hypothèse « les affiches de communication pour la covid-19 utilisent la sémiologie visuelle fondée sur la psychologie de la version, en distinguant entre les signes plastiques » selon les 7 affiches analysées nous constatons que la première affiche répond et confirme cette hypothèse car nous avons trouvés tous les éléments sémiotiques qui aident le lecteur à comprendre l'affiche et lui faire transmettre le message voulu.
- Pour la troisième hypothèse « les affiches de communication sur covid-19 comportent des rapports confirmés entre le visuel et le conceptuel pour réaliser une bonne sensibilisation » selon les 7 affiches nous avons traité et analysé nous éprouvons que la deuxième, quatrième et la septième affiche affirment et assurent notre hypothèse donc, le message linguistique est un supplément car l'image est comprise sans lire le message qui est à côté et cela aide à faire comprendre tout le monde.

D'après cette recherche effectuée nous déduisons que l'EPB a opté pour l'utilisation des affiches de communications contre la COVID19 afin de sensibiliser et mettre son environnement à l'abri du danger.

# *Conclusion*

## **Conclusion**

Au terme de ce modeste travail qui a été d'ailleurs pour nous très instructif à plus d'un terme, nous avons pu comprendre comment est-ce que les images communiquent à travers la sémiologie qui parait comme un phénomène récent en Algérie. Elle est une science de la signification qui vise à comprendre les processus de production du sens,

Notre étude consistait à analyser les affiches de communications sur la Covid19 selon l'approche de Roland BARTHES au sein de l'entreprise portuaire de Bejaia, cette analyse nous a permis de répondre profondément à notre question de recherche qui vise à comprendre comment est-ce que l'EPB utilise la sémiologie dans la conception des affiches de communication dans cette crise sanitaire ainsi que de vérifié nos hypothèses proposées. Nous avons supposé que la sémiologie textuelle des affiches de communication de l'étude, interprète des messages verbaux et non verbaux ; que les affiches de communications utilisent la sémiologie visuelle fondée sur la physiologie de la version, en distinguant entre les signes iconiques et les signes plastiques ; et enfin que les affiches comportent des rapports confirmés entre le visuel et le conceptuel pour réaliser une bonne sensibilisation.

Grace à l'approche de Roland BARTHES nous avons pu décortiquer notre analyse en mettant en œuvre tous les critères important qui caractérise la sémiologie et le rapport entre les images et les textes.

Les affiches de communication utilisent des messages linguistiques qui aident et donnent plus d'informations et de précisions qu'une image ne peut pas donner et ces messages ont été dans quelques affiches traduit en arabe afin de faire comprendre la plus grande majorité et le nombre absolue des personnes entrons dans le port.

Les affiches de communication sont faites à base de signes iconiques et plastiques qui aident à faire comprendre à travers les formes et les couleurs qui rapportent toutes un signe et un message précis sans pouvoir autant mire le message linguistique.

Nous retrouvons au long de notre échantillon aussi des affiches qui crée une relation de relais entre l'image et le texte ceci aide à avoir une bonne communication et vision.



Afin de répondre à notre question de départ nous confirmons que l'entreprise portuaire de Bejaia fait appel à la sémiologie dans la conception de ses affiches de communication, celle-ci vise une bonne sensibilisation qui aide à changer les comportements.

Pour finir, nous pensons qu'à traves notre travail de recherche aura, finalement, permis de lever le voile sur le phénomène de la sémiologie en Algérie, nous espérons avoir touché tous les point essentiels et important. Nous laissons donc aux lecteurs le soin de découvrir par eux-mêmes le contenu de cette étude et d'en faire un appui antérieur pour d'autres.

## *Références bibliographiques*

## Références bibliographiques

1. a quoi sert la sémiotique visuelle en design graphique? . (2020, OCTOBRE 17). Consulté le JUIN 02, 2021, sur visual.fr: <http://visualdsgn.fr/semiotique-visuelle-design-graphique/>
2. ANGERS, M. (1990). initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines. Quebec: cec.
3. BARTHER, N. (2000). les techniques d'enquetes en sciences sociales, méthodes et exercices corrigés. Paris: arman colin.
4. BAVEKOUMBOU, M. (2016). smantique textuelle et titrologie : nteractions sémantiques entre titres et oeuvres dans le grand malentendude yasmina khadra.
5. BEMAMAR, L., & BOUKOUBA, S. (2019-2020). analyse sémiotiques des panneaux de sensibilisation forestiers PNGde la wilaya de bejaia. BEJAIA.
6. BENBERNOU, R. (2019-2020). analyse sémiologique des affiches de sensibilisations contre la pandémie de coronavirus. Mostaganem.
7. définition d'une affiche de communication. (s.d.). Consulté le JUIN 02, 2021, sur <http://www.larousse.com>
8. FABIENNE, M., & GAGNON, J. (2010). fondements et étapes du pocessusde recherche. cheneliere éduaton.
9. FERHAT, N. (2019-2020). analyse sémioogique des affiches publicitairescase produits des roupes agroalimentaires Cevital et Soummam. BISKRA.
10. LAMIZET, B., & SILEM, A. (1997). Dictionnaire encyclopédiquedes sciences de l'information et de la communication. Paris: ellipses.
11. LAMIZET, B., & SILEM, A. (1997). Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication. ellipse.
12. LOUBET DEL BAYLE, J. I. (2000). initiation aux methodes des sciences sociales . Paris : l'harmattan.
13. MAIRE, P., & DELACROIX, F. (2014). le petit Larousse illustré. Paris: Larousse.
14. TABUCE, B. (2008-2009). Résumé du cours E 12 MCC Sémiologie de l'image. Consulté le 07 05, 2021, sur [http://asl.univ-montp3.fr/L108-09/S1/E12SLMC1/RESUME\\_COURS\\_IMAGE.pdf](http://asl.univ-montp3.fr/L108-09/S1/E12SLMC1/RESUME_COURS_IMAGE.pdf)
15. TENNCI, L. (2011-2012). sémiologie de l'image médiatique chez habermas. Oran.

16. (s.d.). Consulté le MAI 02, 2021, sur sémiologie: <file:///C:/Users/PC/Desktop/s%C3%A9miologie.pdf>
17. AMOR, T. (2016,2017). vers une approche sémiotique des éléments du paratexte journalistique. Consulté le MA 26, 2021, sur [http://thesis.univ-biskra.dz/2847/1/Th%C3%A8se\\_40\\_2017.pdf](http://thesis.univ-biskra.dz/2847/1/Th%C3%A8se_40_2017.pdf)
18. analyse des affiches. (s.d.). Consulté le mai 25, 2021, sur <http://Microsoft-Word-Analyse-des-affiches.docx.pdf>
19. AUBERT, A. A. (s.d.). sémiologie de la communication. Consulté le JUIN 24, 2021, sur <https://ufr-culture-communication.univ-paris8.fr/semiologie-de-la-communication-335>
20. AUMONT, J. (2005). l'image. Armand colin cinéma.
21. BARTHES, R. (1985). l'aventure sémiologique. Paris: seuil.
22. BENMAMAR, L. B. (2019/2020). analyse sémiotique des panneaux de sensibilisation forestiers PNG de la wilaya de BEJAIA. Bejaia.
23. BOUDOUNET, F. (2016,2017). l'impacte de l'image fixe dans le processus de la communication publicitaire. Consulté le juin 02, 2021, sur [file:///C:/Users/PC/Downloads/M%C3%A9moire\\_06\\_2017.pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/M%C3%A9moire_06_2017.pdf)
24. BOUKOUBA, S. B. (2019-2020). Analyse sémiotique de panneaux de sensibilisation forestiers PNG de la wilaya de Bejaia. Bejaia.
25. BUYSENS, E. (1981). Messages et signaux. Bruxelles: Lebegue.
26. CHAGNY, P. (2005). l'affiche: un document autre que le livre. Consulté le MAI 30, 2021, sur <586-affiche-un-document-autre-que-le-livre.pdf>
27. Définition de la communication. (s.d.). Consulté le MAI 27, 2021, sur [adonis.lalib.fr: http://adonis.lalib.fr/E9782370541628.pdf](http://adonis.lalib.fr/E9782370541628.pdf)
28. dictionnaire LAROUSSE. (s.d.). Récupéré sur <http://www.larousse.fr>
29. DOMENJOZ, J. C. (1998). L'approche sémiologique. Paris: Armand colin.
30. EGLANTINE. (2019, JANVIER 21). l'affichage publicitaire. Consulté le Mai 21, 2021, sur [realisaprint.com: https://www.realisaprint.com/blog/produits/laffichage-publicitaire-un-support-de-communication-populaire-et-efficace/](https://www.realisaprint.com/blog/produits/laffichage-publicitaire-un-support-de-communication-populaire-et-efficace/)
31. FREGE, G. (1971). Ecrits logiques et philosophiques. Paris: Seuil.
32. GALTIER, J. (2020). 10 clés pour créer une affiche publicitaire ou d'évènement efficace. Consulté le 06 27, 2021, sur [https://www.canva.com/fr\\_fr/decouvrir/creer-affiche-publicitaire-evenement/](https://www.canva.com/fr_fr/decouvrir/creer-affiche-publicitaire-evenement/)

33. HEBERT, L. (2001). Introduction à la sémantique des textes. Paris: honore champion.
34. JOLY, M. (2005). l'image et les signes. nathan.
35. JOLY, M. (2009). introduction à l'analyse de l'image. Récupéré sur introduction à l'analyse de l'image marine joly pdf: users/pc/Desktop/Introduction-à-lanalyse-de-limage-Marine-Joly.pdf
36. JOLY, M. (2009). Introduction à l'analyse de l'image. Consulté le 04 30, 2021, sur <https://tantancours.com/wp-content/uploads/2019/12/Introduction-%C3%A0-lanalyse-de-limage-Marine-Joly.pdf>
37. LAROUSSE. (1997). France: Larousse-Bordas.
38. les objectifs de l'affi. (s.d.). Consulté le JUIN 27, 2021, sur <http://www.circ-ien-alkirch.ac-strasbourg.fr/ecrire/Affichereferent.doc#:~:text=L'objectif%20d'une%20affiche,cens%C3%A9s%20savoir%20tout%20de%20suite.&text=Une%20bonne%20affiche%20est%20attrayante.>
39. MAIRE, P. D. (2014). le petit LAROUSSE illustré. paris, Paris: LAROUSSE.
40. MAUCHE, S., & MERAR, N. (2015/2016). Analyse sémotique de quelquepanneaux publicitaires des opérateurs de la téléphonie mobile en Algerie "DJEZZY et MOBILIS". BEJAIA.
41. pourquoi et comment lancer une campagne d'affichage. (s.d.). Consulté le MAI 21, 2021, sur GOOD BUY MEDIA: <https://www.goodbuy-media.fr/expertises/affichage/>
42. RASTIER, F. (1990). sémiotique. encyclopédie philosophique universelle, p. 122.
43. Roland, B. (1985). l'aventure sémiologique. Paris: seuil.
44. SERRE-Floerohein, D. (1993). quand les images vous prennent aux mots. Paris: organisation universitaire.
45. TABUCE, B. (2008-2009). Consulté le Avril 30, 2021, sur la sémiologie: <file:///C:/Users/PC/Desktop/la%20s%C3%A9miologie.pdf>

# *Annexes*

Annexes

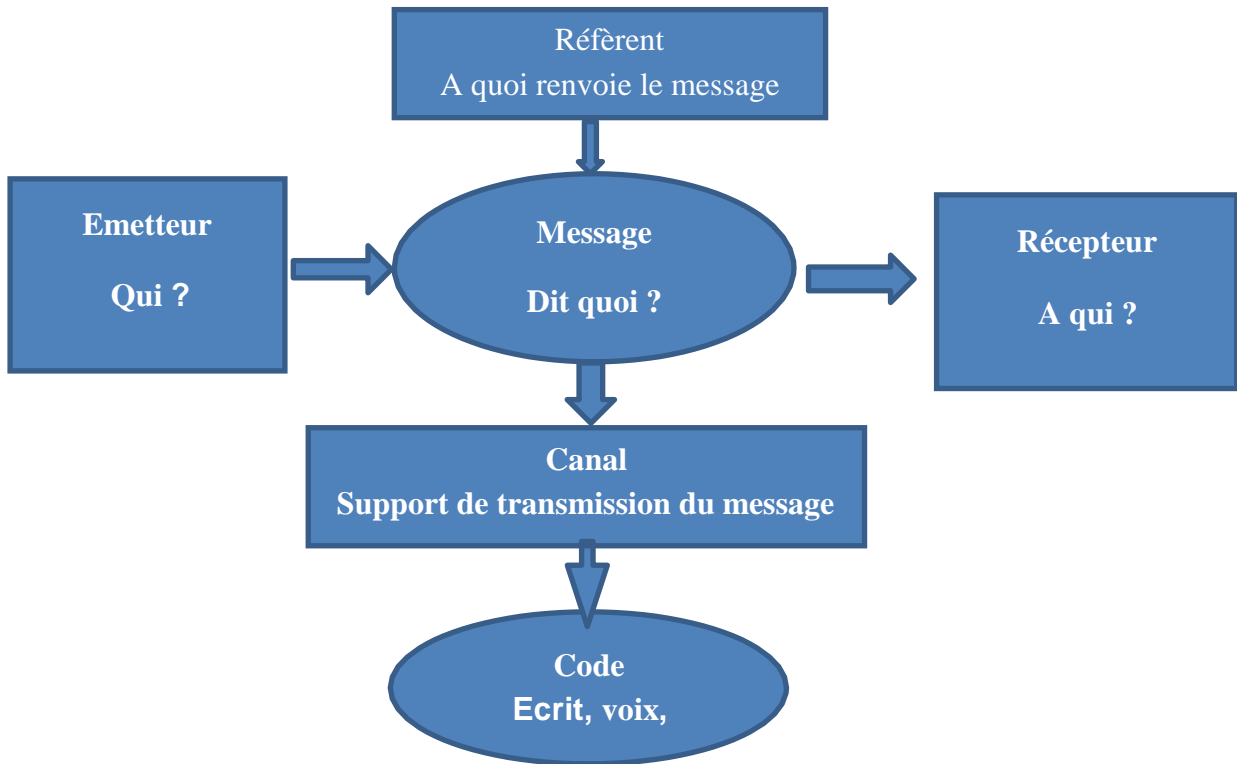
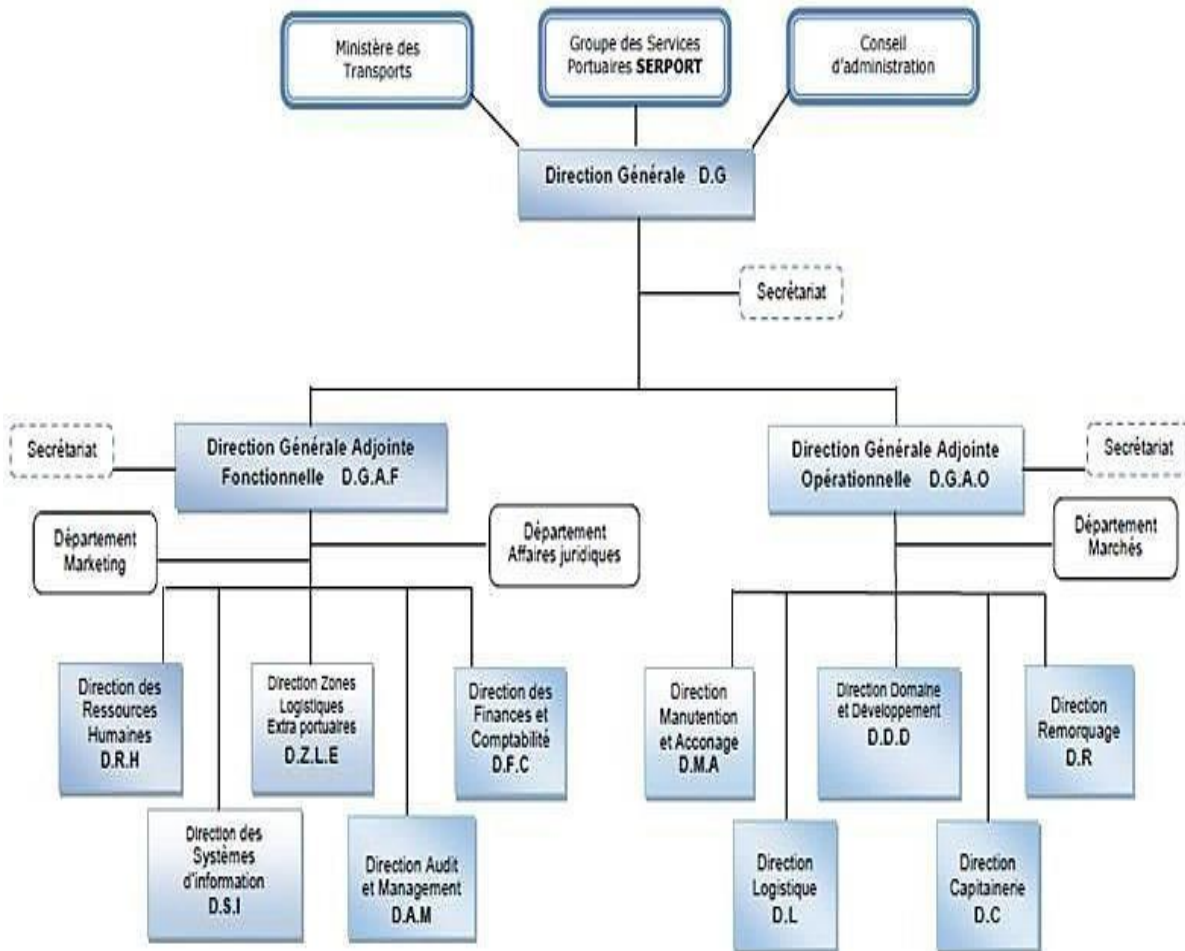


Schéma de communication selon Jakobson



Organigramme de l'entreprise portuaire de Bejaia

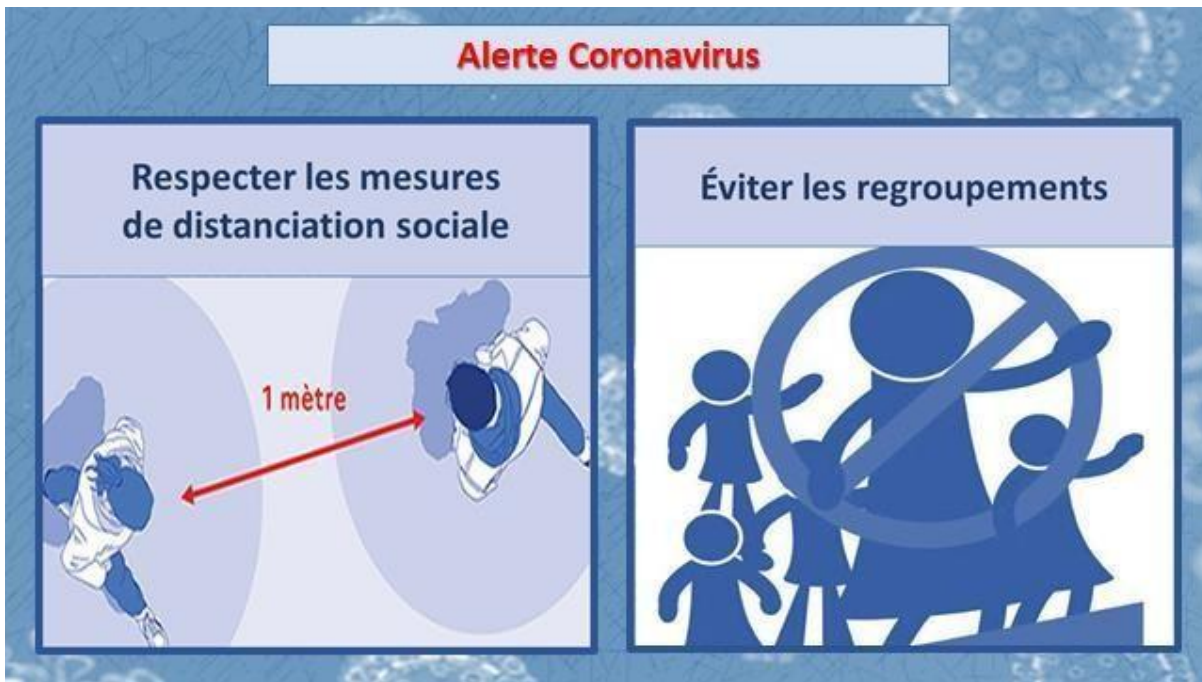




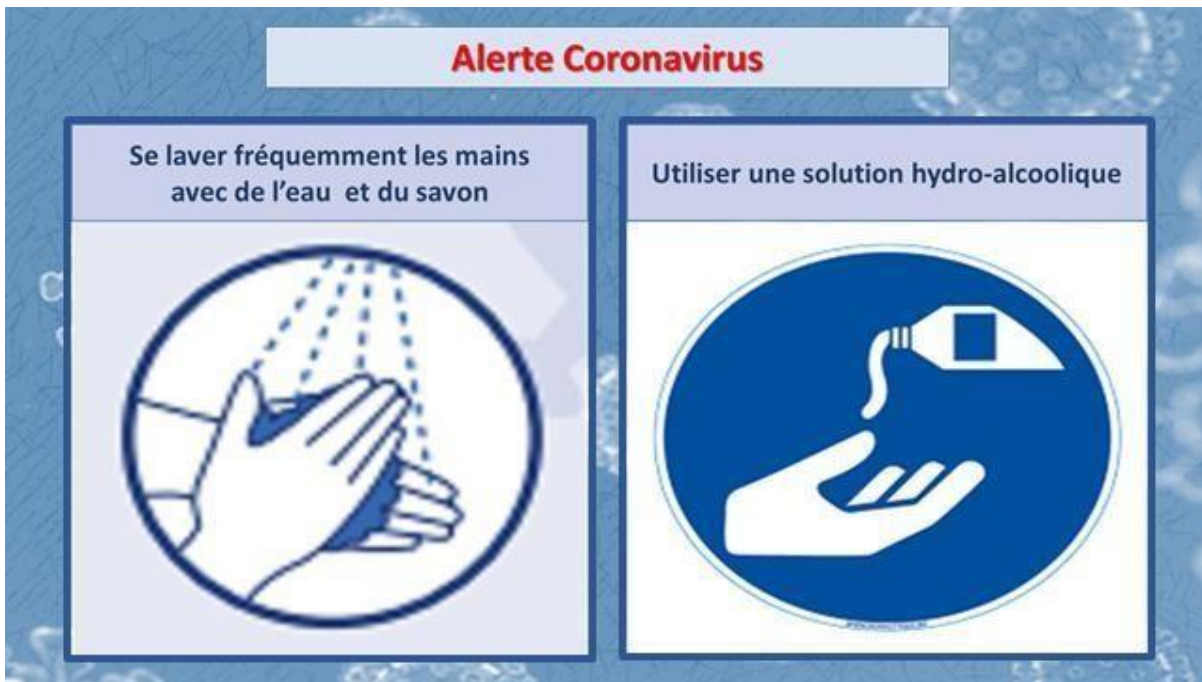
Direction de la santé et de la population de la Wilaya de Bejaia



Direction de la santé et de la population de la Wilaya de Bejaia



Direction de la santé et de la population de la Wilaya de Bejaia



Direction de la santé et de la population de la Wilaya de Bejaia



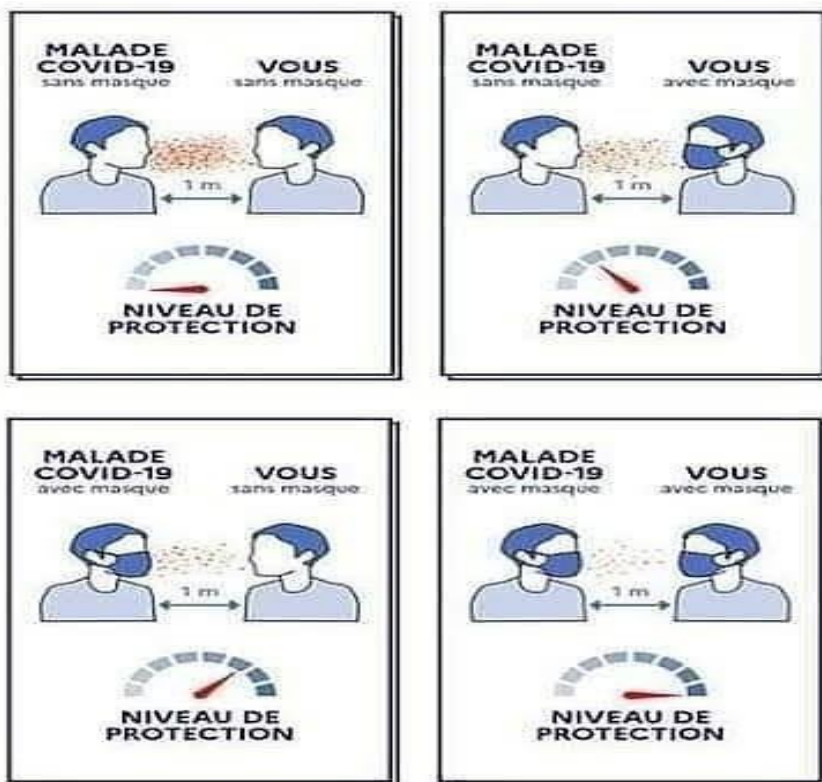
Direction de la santé et de la population de la Wilaya de Bejaia



Direction de la santé et de la population de la Wilaya de Bejaia



Protégerons-nous, portons tous des masques



Direction de la santé et de la population de la Wilaya de Bejaia