

TABLE DES MATIERES :

Introduction générale	10
PREMIERE PARTIE :	
CADRE THEORIQUE	
Chapitre I : La sémiologie	
Introduction.....	15
1-Définition de la sémiologie/ sémiotique.....	15
1-1-Distinction fondamentale.....	18
1-2-L a sémiologie de la communication et la sémiologie de la signification.....	18
1-2-1-La sémiologie de la communication.....	19
1-2-2-La sémiologie de la signification.....	19
2-Les approches sémiotiques :.....	20
2-1 -Modèle binaire de Roland Barthes.....	20
2-2-Modèle stratifié d’Umberto Eco.....	22
2-3-Modèle systématique de Louis Porcher.....	23
2-4-Modèle structuro-génératif de Jean-Marie Floch.....	23
3-La sémiologie de l’image.....	24
3-1-Définition de l’image.....	25
3-2 –Principes de la sémiologie barthésienne.....	26
3-2-1- Le message linguistique.....	27
3-2-2 -Le message iconique non-codé.....	27
3-2-3- Le message iconique codé.....	28
3-2-4- La dénotation et la connotation	28

3-2-4-1-La dénotation.....	28
3-2-4-2 -La connotation.....	29
3-2-5- Les fonctions du texte :.....	29
3-2-5-1-La fonction d’ancrage.....	29
3-2-5-2-La fonction de relais.....	30
4- Le code linguistique et le code iconique	30
4-1 6 Le code linguistique.....	30
4-2- Le code iconique.....	30
Conclusion.....	31
 Chapitre II : La caricature	
Introduction.....	33
1- Historique de la caricature.....	33
2- Les procédés de la caricature.....	35
2-1-Exagération à partir du physique.....	35
2-2- La personnification.....	35
2-3 -L’animalisation et la végétalisation.....	36
3- Les fonctions de la caricature :.....	36
3-1-Fonction humoristique.....	36
3-2- La caricature critique l’actualité.....	36
3-3- La caricature représente l’actualité.....	37
3-4-La fonction publicitaire.....	37
4- Techniques de la lecture d’une caricature :.....	37
4-1-La description	37

4-1-1-Le cadre.....	38
4-1-2 -Le plan	38
4-1-2-1- Le plan panoramique (PP) et plan d'ensemble (PE).....	38
4-1-2-2- Le plan moyen (PM).....	38
4-1-2-3- Le plan américain (PA).....	38
4-1-2-4 -Le plan italien (PI).....	38
4-1-2-5-Le plan rapproché (PR).....	38
4-1-2-6- Le gros plan (GP) et le très gros plan (TGP).....	38
4-1-3 -L'angle de prise de vue :.....	39
4-1-3-1-La prise de vue frontale.....	39
4-1-3-2- L'ongle oblique.....	39
6-1-3-3- La plongée.....	39
4-1-3-4-La contre-plongée.....	39
4-1-3-5- Champ contre champ.....	39
4-2- L'interprétation	39
5- La caricature un outil de communication :.....	40
5-1-Le caricaturiste	40
5-1-2-Condition d'un bon dessin.....	40
5-2- Le lecteur.....	41
Conclusion.....	42

DEUXIEME PARTIE : ALALYSE DES DONEES :

Chapitre I : Description des caricatures

Introduction.....	45
1-Présentation du corpus.....	45
2- Présentation du journal en question.....	45
3-Présentation de la grille d'analyse.....	46
4-Description des caricatures de 01 à 09.....	47
Caricature N°1.....	47
Caricature N°2.....	49
Caricature N°3.....	51
Caricature N°4.....	53
Caricature N°5.....	55
Caricature N°6.....	57
Caricature N°7.....	59
Caricature N°8.....	60
Caricature N°9.....	61
Conclusion.....	62

Chapitre II : Interprétation des caricatures

Introduction :.....	64
1-Interprétation des caricatures de 01 à 09 :	
Caricature N°1.....	64
Caricature N°2.....	65
Caricature N°3.....	65

Caricature N°4.....	66
Caricature N°5.....	66
Caricature N°6.....	67
Caricature N°7.....	68
Caricature N°8.....	68
Caricature N°9.....	69
2- Rapport texte/ image.....	70
Conclusion.....	71
Conclusion générale.....	73
Les annexes.....	76
Glossaire.....	83
Bibliographie.....	87

RESUME :

Mots clés : caricature, image, interprétation, sémiologie, signification, code linguistique, code iconique.

La caricature, ce dessin humoristique, est considérée comme un moyen spécifique de la communication et de l'information. En outre, elle critique et dévoile tous les vices et les injustices de la société représentée.

Pour aboutir à transmettre son message, la caricature fait recours à deux codes indissociables : le code linguistique et le code iconique. Notre présent travail tente de mettre en lumière ces deux codes, à travers une étude sémiologique en appliquant des techniques de lecture et d'interprétation spécifiques à l'image. Ces techniques nous aident à dégager les significations de chaque élément de la caricature pour que nous arrivions à extraire le rapport qui unit l'un à l'autre.

Abstract:

Key words: caricature, image interpretation, semiotics, meaning, language code, iconic code.

Caricature, the cartoon is considered a specific means of communication and information. In addition, it reveals critical and all the vices and injustices of society represented.

To achieve its message caricature makes use of two inseparable codes: the language code and the iconic code. Our present study attempts to shed light on these two codes, through a semiotic study using reading techniques and specific interpretation of the image. These techniques help us to identify the meanings of each element of caricature that we managed to extract the relation which unites one to another.

الملخص:

الكلمات المفتاحية: كاريكاتير – صورة – تفسير الصورة – سيميولوجيا – دلالة – الرمز اللغوي – الرمز الأيقوني

الكاريكاتير، هذا الفن الساخر، يعتبر وسيلة متميزة للتواصل وللإعلام، كما أنه يقوم بإنتقاد وكشف كل العيوب والمساوئ السائدة في المجتمع.

وحتى يتمكن هذا الفن الساخر من إيصال رسالة فإن الرسام الكاريكاتوري يلجأ إلى استخدام رمزين لا ينفصلان : الرمز اللغوي والرمز الأيقوني، وعملنا الحالي يسعى إلى أن يسلط الضوء على هذين الرمزين، من خلال إجراء دراسة سيميولوجية، تعتمد على تقنيات القراءة والفهم الخاصة بالصورة، وهذه التقنيات ساعدتنا في استخلاص المعاني المختلفة لكل عنصر من عناصر الرسم الكاريكاتوري، حتى نصل في النهاية إلى كشف العلاقة التي تربط بين رموز الكاريكاتير.

INTRODUCTION GENERALE

Introduction générale :

En tant qu'être social, l'homme a toujours besoin de communiquer avec autrui. La communication lui permet, en plus de partager son point de vue ou de le défendre, de marquer sa présence, sa ressemblance et sa différence. La caricature comme signe visuel, demeure l'un de ses outils de communication et d'information. Elle occupe une place privilégiée dans la presse écrite. Paraissant, souvent dans la dernière page, la caricature n'est pas un simple dessin satirique, mais elle transmet un message visuel bref chargé de signification intentionnelle. Celui-ci se manifeste à travers deux codes : le code linguistique et le code iconique.

Par souci de cohérence nous allons, dans ce qui suit, définir un terme clé de notre travail de recherche à savoir la caricature. Dans le dictionnaire LE PETITE ROBERT de 2002, la caricature est définie ainsi : « karicatyre, f, 1740 : it, caricature, de caricare « charger ». 1. dessin, peinture qui, par le trait, choix des détails, accentue ou révèle certains aspects (ridicules, déplaisants) charge .La caricature de Daumier, de Forain. La caricature d'un homme politique dans un journal satirique (C.F Dessin d'humour). Il y a des caricatures plus ressemblantes que des portraits » (Bergson) .2. Rescription comique ou satirique, par l'accentuation de certains traits (ridicules, déplaisants). Faire dans un roman la caricature d'une société, d'un milieu, parodie, simulacre. « La superstition n'est que la caricature du vrai sentiment religieux » (Gide) 3. (1808) personne laide et ridiculement accoutrée .Une vieille fée carabosse, une vraie caricature.

Alors que l'Encyclopédie Universalis définit le terme caricature en ces termes : « La caricature (de l'italien caricare, charger) est l'expression la plus évidente de la satire dans le graphisme, la peinture et même la statuaire. Elle fut longtemps confondue avec les manifestations du grotesque, mais depuis la fin des années 1950 on a cherché à préciser son domaine. Dans la caricature, il convient de distinguer le portrait en charge, qui utilise la déformation physique comme métaphore d'une idée (portrait politique) ou se limite à l'exagération des caractères physiques (portraits d'artistes) et la caricature de situation dans laquelle des événements réels ou imaginaires mettent en relief les mœurs ou le comportement de certains groupes humains ».

L'une et l'autre définition appuie l'idée que la caricature est un dessin comique et satirique qui vise la charge et l'exagération. Elle est une reproduction des événements réels ou imaginaires en déformant des traits d'une personne. Elle aborde tous les aspects de la

vie quotidienne et surtout l'aspect politique. A travers l'humour et le rire, elle transmet un message implicite.

En tant que mode d'expression et d'information, la caricature est souvent constituée de deux codes distincts : la langue et l'image. Notre hypothèse consiste, par conséquent, à dire :

-Qu'il existe un rapport de complémentarité entre le code linguistique et le code iconique.

-Que la coexistence des deux codes suscite une pluralité de sens.

Mais, quelle fonction jouent chacun de ces deux codes, linguistique et iconique ? Sont-ils nécessairement dans un rapport de complémentarité ?

Intérêt et motivation du choix du sujet :

La caricature qui se fonde sur la coexistence du code linguistique et iconique constitue une tâche importante de la sémiologie. Cette coexistence de codes fait d'elle un objet privilégié de la sémiologie. Cette discipline née au début du siècle précédent, dans le contexte de la naissance de la linguistique saussurienne, offre aujourd'hui les outils nécessaires pour l'analyse des objets verbo-iconiques. C'est la raison pour laquelle nous allons, dans la suite de notre recherche, soumettre notre corpus à une analyse sémiologique qui nous permettra, espérons-le, d'apporter des clarifications relative à la problématique de la coexistence des codes iconiques et linguistiques dans ce type de message.

La démarche à suivre :

Notre travail de recherche tente d'établir une analyse sémiologique de la caricature qui constitue une tâche importante de cette discipline. Cette analyse se fonde sur le décodage du sens de l'image, elle le déchiffre soit au niveau de la dénotation (descriptif) ou de la connotation (interprétatif). Pour décoder ce sens, nous avons élaboré une grille d'analyse qui nous a permis de dégager les différents éléments constitutifs de la caricature, qui servent à dégager le sens global de celle-ci. Cette grille d'analyse se fonde sur trois axes : la dénotation (la description), la connotation (l'interprétation) et le rapport texte/image. Nous avons essayé d'appliquer cette grille d'analyse à 09 caricatures du

caricaturiste « Le Hic » du quotidien indépendant « El Watan », paraissant dans 09 numéros différents.

Notre travail est subdivisé en deux parties : l'une est théorique et l'autre pratique. La partie théorique se compose de deux chapitres : dans le premier chapitre nous avons présenté les définitions de la sémiologie et sémiotique, puis nous avons illustré la distinction entre la sémiologie de la signification et de la communication. Le rappel des approches sémiotiques nous a permis de clarifier le choix de la sémiologie barthésienne comme théorie de référence pour l'analyse de notre objet de recherche. Nous avons, ensuite, défini les concepts de base de notre analyse à savoir : la dénotation et la connotation, la fonction d'ancrage et de relais et le code linguistique et le code iconique. Le deuxième chapitre présente la définition de la caricature, la genèse du dessin caricatural dans la presse écrite afin de mieux connaître notre objet de recherche. En suite, nous avons illustré les procédés de la caricature et ses fonctions. Enfin, nous avons montré la caricature comme outil de communication. La partie pratique, intitulée « Analyse des données », est subdivisée en deux chapitres ; le premier chapitre est consacré à la description des caricatures, c'est-à-dire la lecture dénotative de chacune des caricatures. Le second chapitre est réservé à l'interprétation des caricatures, c'est-à-dire la lecture connotative de toutes les caricatures, puis, sous la lumière de ces deux lectures nous avons extrait les fonctions et le rapport qui unit chaque caricature à son titre.

PREMIERE PARTIE :
CADRE THEORIQUE

CHAPITRE I : LA SEMIOLOGIE

Introduction :

Dans ce chapitre, nous allons présenter le domaine de référence dans lequel s'inscrit la caricature et nous puiserons les concepts que nous convoquerons pour l'analyse de notre corpus avant de présenter celui-ci. Il s'agit, donc, de donner un aperçu sur la sémiologie. Et pour des raisons de probité scientifique, nous tenons à rappeler ici, que l'élaboration de cette partie théorique a nécessité le recours à deux mémoires de magistère sur lesquels nous nous sommes appuyées à savoir :

1-Moussa Ali : « Vers une didactisation du texte journalistique, la caricature en question (S) », université d'Ouargla, 2006.

2-Zouad Ramla : « La caricature journalistique algérienne : quel (s) rapport (s) entre le linguistique et l'iconique ? Cas du journal « Liberté », université de Constantine, 2007.

1- Définition de la sémiologie / sémiotique :

La sémiologie est une discipline récente en sciences humaines et sociales. Mais cette notion remonte à l'Antiquité grecque. Elle désignait une discipline médicale qui étudiait les signes et les symptômes des maladies. La sémiologie est née avec le linguiste genevois Ferdinand de Saussure (1857-1913). Le mot sémiologie est un emprunt du mot grec « sémion » qui signifie signe et « logos » qui veut dire « discours ». Par extension « logos » désigne « science ». La sémiologie signifie donc la science des signes. Ferdinand de Saussure la définit dans son « Cours de linguistique générale » ainsi : *[La langue est un système de signes exprimant des idées, et par là comparable à l'écriture, à l'alphabet des sourds muets, aux rites symboliques, aux formes de politesse, aux signaux militaires, etc. Elle est seulement le plus important de ces systèmes. On peut donc concevoir « une science qui étudie les signes au sein de la vie sociale » ; elle formerait une partie de la psychologie sociale, et par conséquent de la psychologie générale, nous la nommerons sémiologie]¹.*

Dans le dictionnaire « Larousse : linguistique et sciences du langage » de 2002, la sémiologie est définie comme : « La sémiologie est née d'un projet de Ferdinand de Saussure, son objet est l'étude de la vie des signes au sein de la vie sociale : elle s'intègre à la psychologie comme branche de la psychologie sociale. En ce cas, la linguistique n'est qu'une branche de la sémiologie ».

¹ - DE SAUSSURE, Ferdinand, *Cours de linguistique générale* (la nouvelle collection), Ed Talantkit, Bejaia, 2002, p.22.

Pour Saussure, la sémiologie a pour objet d'étude le signe au sein de la vie sociale. Elle prend son origine dans la linguistique. Cependant, la linguistique n'est qu'une partie de la sémiologie, tout en s'imposant comme le patron méthodologique de celle-ci. Car le langage verbal est le plus complexe et le plus répandu des modes d'expression. Il est le champ privilégié pour que le caractère de l'arbitraire se réalise, celui-ci constitue le fondement de tout système de signe.

Saussure considère, aussi, les rites et les coutumes comme systèmes sémiologiques. La sémiologie tient compte aux pratiques signifiantes non arbitraires, notamment le code de politesse, les signaux militaires, etc.

De ce fait, la sémiologie s'occupe des systèmes signifiants verbaux et non verbaux. Elle constitue une théorie scientifique de la signification.

Après la mort de Saussure, la sémiologie a connu une période de marasme comparativement à la linguistique qui était à son apogée aussi bien en Europe qu'aux Etats-Unis avec le distributionnalisme (Bloomfield, Harris). Après la deuxième guerre mondiale, une nouvelle approche de la sémiologie est née avec Roland Barthes (1915-1980) et surtout avec le développement des communications de masse. Cette approche a concrétisé la deuxième prophétie de Saussure, c'est-à-dire que c'est la linguistique qui sera le « patron », le modèle pour toute étude d'un système de communication. Elle fournit à la sémiologie ses concepts de base notamment : le signe, le signifiant, le signifié, le référent...et ses méthodes de recherche (corpus d'analyse, etc.). Contrairement à Saussure, la sémiologie serait une partie de la linguistique, et non l'inverse car, pour lui tout système sémiologique se mêle de langage. Et son objet d'étude sera, uniquement, les systèmes de communication non linguistique. Eric Buysens et Prieto partagent son point de vue et affirment que la sémiologie vise la description du fonctionnement de tous les systèmes de communication non linguistique tels que les affiches publicitaires, la signalisation routière, la mode, la rhétorique de l'image, la bande dessinée, les gestes, le langage cinématographique, les objets et l'architecture, le morse, etc.

En même temps que Saussure ou presque, le philosophe et mathématicien américain Charles Sanders Peirce (1839-1914) utilise le terme de sémiotique (traduit du grec *semiotike*, « observation des symptômes ») pour désigner une science générale des signes. Tout d'abord, le mot sémiotique est plus ancien, il est utilisé dans le langage platonicien pour signifier savoir lire et écrire. La sémiotique grecque avait pour but de classer les

signes de la pensée afin de les organiser dans une logique philosophique. Le terme a été réutilisé par le philosophe anglais John Locke (1632-1704), pour la première fois, au sens de connaissance des signes. C.S. Peirce définit la sémiotique comme la science des lois générales nécessaires des signes. Il « met l'accent sur la fonction logique des signes contrairement à Saussure qui le met sur sa fonction sociale uniquement. Pour le chercheur américain les deux termes logique et sémiotique sont synonymes »² La sémiotique est la théorie générale des signes qui analyse leur significations et intentions. Elle est envisagée comme une discipline de la représentation.

Le signe, qui est la base de toute étude sémiologique ou sémiotique, ne se définit pas de la même façon chez Saussure et Peirce. Chez le premier : « *Le signe linguistique unit non une chose et un nom, mais un concept et une image acoustique. Nous appelons signe la combinaison du concept et de l'image acoustique* »³. Puis il a proposé de « *conserver le mot signe pour désigner le total et de remplacer concept et image respectivement par signifié et signifiant* »⁴. Le signe pour lui est binaire, il comporte deux faces : le signifiant et le signifié. Chez le second : « *Un signe ou, représentamen, est quelque chose qui tient lieu pour quelque chose sous quelque rapport ou à quelque titre* »⁵. Peirce le considère comme élément d'un processus de communication, au sens non de « transmettre » mais de mettre en relation. De ce fait, le signe entretient une relation solidaire entre trois constituants : tout d'abord la face observable du signe ; le représentamen ou le signifiant, ce qu'il représente, ensuite l'objet ou le référent (le représenté) et enfin la partie immatérielle du signe appelée interprétant ou signifié. Le signe est donc, pour lui, ternaire : représentamen, objet et interprétant.

Peirce propose une autre classification des signes en fonction de la nature des rapports existant entre signifiant et référent. Il distingue trois types : l'icône, l'indice et le symbole.

L'icône : est un signe qui fonctionne par similitude. Il existe une relation d'analogie (ressemblance) entre l'icône et l'objet dénoté. Par exemple, une photographie de la maison est un signe iconique, parce qu'elle représente certaines caractéristiques de l'objet réel, elle ressemble à une maison.

² -CHEHAD, Mohamed Salah, *Cours de sémiologie générale*, Midad University Press, Constantine, 2007, p.6.

³ -DE SAUSSUR, Ferdinand, op.cit. p.87.

⁴ -Idem.

⁵ -PEIRCE, Charles Sanders, *Écrit sur le signe*, Seuil, Paris, 1978, p.147, in, CHEHAD, Mohamed Salah, op.cit, p.7.

L'indice : est un signe naturel qui indique la présence d'un objet, d'un événement ou d'un phénomène par une conséquence directe. Il existe une relation causale de contiguïté, de nature existentielle, entre le signe et l'objet dénoté. Par exemple la fumée indique le feu, l'accélération du pouls est le symptôme de fièvre chez le malade.

Le symbole : est un signe arbitraire, il n'y a pas de lien directe entre les caractéristiques de ce qui est communiqué et la forme du message. Il se fonde sur une relation conventionnelle. Par exemple la balance renvoie à la justice.

1-1-Distinction fondamentale : Sémiologie/ Sémiotique

La sémiotique et la sémiologie étudient les signes et les systèmes de signification. Cependant, elles renvoient à des traditions scientifiques différentes. La première tendance est anglo-saxonne (Peirce), marquée par la logique. Elle est réservée par l'usage à la linguistique (philosophie du langage). La seconde tendance est européenne (Saussure), elle s'attache à l'étude des langages particuliers (image, peinture, cinéma, etc.). Le linguiste Greimas ajoute que la sémiologie est la théorie générale dans laquelle vient s'inscrire la sémiotique.

1-2-La sémiologie de la communication et la sémiologie de la signification :

Saussure a donné naissance à une nouvelle discipline en sciences humaines et sociales qui est la sémiologie. Son projet sémiologique était le point de départ de toute recherche sémiologique. Il a permis l'apparition de deux écoles sémiologiques : la sémiologie de la communication et la sémiologie de la signification.

Le signe sémiologique, inspiré du signe linguistique, est composé d'un signifié et d'un signifiant. Il s'en différencie au niveau de la nature du signifiant : le signifiant sémiologique constitue de diverses substances (son, bruit, graphismes, dessins, couleurs, mouvements, objets, etc.). Les deux écoles considèrent le signe comme unité minimale que l'étude doit identifier. Mais, chaque école adopte une perspective différente de l'autre.

1-2-1-La sémiologie de la communication :

Elle est née avec Eric Buyssens qui publie en 1943 « Le langage et le discours » qui propose que la sémiologie est l'étude des procédés de communication. Ce sont les moyens

utilisés pour influencer autrui et qui sont reconnus comme tels par ceux qu'on veut influencer. Le langage, d'un point de vue sémiologique, a la fonction d'agir sur l'autre. Pour les représentants éminents de cette sémiologie (Buysens, G.Mounin, L. Prieto, J.Martinet) : « *la sémiologie doit s'occuper des faits perceptibles associés à des états de consciences, produits expressément pour faire connaître ces états de conscience et pour que les témoins en reconnaissent la destination* »⁶. Le signe prend une forme explicitement communicative. Pour établir ce processus de communication, il doit être l'intention de communication de la part d'un émetteur pour être reconnue de la part d'un récepteur du message.

A partir du principe de l'intention de communication, cette école distingue entre des unités pour lesquelles il y a intention de communication et qui sont appelées « signes », et des unités pour lesquelles cette intention n'existe pas et qui sont appelées « indices ».

La sémiologie de la communication étudie des systèmes de signes conventionnels tels que : le code de la route, les signaux ferroviaires, maritimes et aériens, le morse, les langages machine, les insignes, la notation musicale, le tam-tam, etc.

1-2-2-La sémiologie de la signification :

Ce courant est fondé par Roland Barthes. La sémiologie de la signification se base sur le rejet de la distinction entre signe et indice. Louis- Jean Calvet s'interroge s'il peut toujours trancher sans contexte entre l'un et l'autre. Il donne l'exemple d'un chapeau haut-de-forme et d'une casquette qui sont sans doute indice de la condition sociale de celui qui les porte. Un bourgeois, qui porte des chapeaux luxueux, peut choisir de porter une modeste casquette pour communiquer avec les employés, en un moment donné, quelque chose.

Roland Barthes affirme que tout signe se constitue de deux niveaux de signification : le niveau de sens conventionnel donné par le dictionnaire, c'est-à-dire le sens dénoté, et le niveau de sens parasite, c'est-à-dire le sens implicite ou connoté. Cette perspective repose sur la coexistence du dénoté et du connoté, de l'implicite et de l'explicite, au même point d'un processus de communication-signification.

⁶ -CHEHAD, Mohamed Salah, op.cit, p.63.

Ainsi, Barthes propose, à partir de son analyse de l'affiche publicitaire «pates Panzani », que l'image est constituée de différents types de signes : linguistiques, iconiques et plastiques qui construisent une signification globale et implicite. Ainsi, selon lui, les vêtements et l'art culinaire sont des langages exprimant des valeurs sociales.

Nous pouvons ainsi conclure que la sémiologie de la signification se préoccupe de tout ce qui peut avoir un sens pour l'homme. Elle joue sur l'axe de l'interprétation. Elle déchiffre le sens caché (connoté), non conventionnel.

2-Les approches sémiotiques :

L'image et l'image publicitaire en particulier, constitue un champ privilégié de recherche en sémiotique et en sémiologie. Par sa complexité, sa polysémie et sa densité, elle suscite de nombreux problèmes et appelle une approche spécifique qui prend en considération ses modes de signification et ses mécanismes de persuasion.

Ainsi, c'est dans le cadre du structuralisme des années 60 que la sémiologie s'est intéressée à l'image et à ses modes de signification. Beaucoup de modèles sémiologiques ont été élaborés dont ceux, au nombre de quatre, que nous allons présenter et critiquer. Cette présentation, nous permettra ensuite d'opter pour celui que nous jugerons adéquat pour l'analyse de notre corpus.

2-1- Modèle binaire de Roland Barthes :

L'image dénotée constitue l'état adamique de l'image. Dans ce niveau, l'image n'est qu'un « message sans code », c'est-à-dire un message littéral. La dénotation renvoie aux objets représentés. On dégage comme signifié les objets de la scène représentée, et comme signifiant les entités photographiées ou dessinées de ces mêmes objets. Il n'existe pas, à ce niveau, un rapport de transformation entre le signifié et le signifiant mais d'enregistrement. A travers l'expérience pratique, par exemple d'une tomate et d'une image, le récepteur peut connaître immédiatement une tomate iconique. L'image photographique dénotée, en tant que moyen d'enregistrement objectif du monde, constitue le degré zéro de l'intelligible, encore inactivé et infra-sémantique. Donc, la première vision barthésienne de la photo la considère comme un ressemblant et un miroir de son référent, avec sa fonction testimoniale : la scène est là. L'image dénotée par sa nature sensible et non significative constitue le second plan d'analyse de la part de Barthes.

Pour Barthes, c'est au niveau de l'image connotée que la question du code et du sens devient véritablement pertinente. On peut injecter des signifiés connotatifs, secondaires et culturels sur des signifiants du niveau dénoté. Pour que l'image puisse avoir un sens, il faut qu'elle soit accompagnée du langage « une telle sémantisation varie selon le lexique symbolique de chacun »¹. Les savoirs culturels partagés par la communauté dans laquelle apparaît l'image jouent un rôle important dans le déchiffrement du sens. Afin d'illustrer sa théorie, Barthes donne quelques exemples tirés de la publicité Panzani. La réunion de la tomate, du poivron et de la teinte tricolore (jaune, verte et rouge) connote le drapeau italien ou à ce que Barthes appelle « l'italianité ». Pour lui, l'ensemble des signifiants de connotation se confond avec la rhétorique ; la tomate signifie l'italianité par métonymie. Ainsi, l'ensemble des signifiés indique le champ de l'idéologie.

La distinction entre les deux niveaux de sens de l'image publicitaire suscite un double rapport : d'une part, le message dénoté occupe une position inférieure et privative par rapport au message connoté. Et l'interprétation ne renvoie qu'au niveau de la connotation qui n'existe qu'à travers elle. D'une autre part, l'inégalité de statut n'empêche pas le niveau dénotatif de jouer un rôle dialectique et positif envers le niveau connotatif. Sur le plan structural, l'image dénotée, qui s'articule autour du syntagme, fournit des éléments à l'image connotée qui s'articule en paradigmes symboliques. « *En suite sur le plan fonctionnel, le niveau dénotatif naturalise et innocente, par son effet de réel, l'artifice sémantique du niveau connotatif* »⁷.

Donc, Barthes est le premier qui propose une analyse structurale de l'image publicitaire, en appliquant ses concepts de dénotation et de connotation. Il prend en considération la sémantisation de celle-ci lors de sa réception. Le sens connoté dépend de la culture environnante. Cependant, sa perspective ne manque pas de quelques critiques. L'utilisation de certains concepts notamment : signifié, lexique... rend le fait iconique dépendant à un métalangage linguistique. Ainsi, il laisse l'interprétation du sens à l'intuition et non à la conceptualisation.

2-2- Modèle stratifié d'Umberto Eco :

⁷ -ADAM, Jean-Michel, et, BONHOM, Marc, *Argumentation publicitaire : rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Nathan University, 1997, p.179.

Ce modèle est apparu dans « la structure absente » (1968) qui étudie la sémiotique des codes visuels, inspiré de Saussure, de Hjelmslev, de Prieto et de Peirce. L'analyse d'Eco est divisée en deux sous-modèles : le sous-modèle englobant des codes visuels et le sous-modèle englobé des codes particuliers qui comprend celui de l'image publicitaire.

Dans un premier temps, Eco commence par une classification des codes visuels. Il expose ses idées qui se distinguent de celles des tenants de l'analogie référentielle et ceux de la structuration linguistique. Contrairement à Morris, Eco considère que les symboles visuels sont conventionnels, et font partie d'un langage codifié. Et que « *l'analogie n'est qu'un effet de lecture résultant d'une élaboration homologique entre le signe iconique et les relations perceptives que nous construisons en connaissant et en nous rappelant l'objet* »⁸. D'un autre côté, Eco refuse de réduire les images au code linguistique.

Eco propose une codification en couches successives de dix familles de codes, qui permet de dégager les unités constitutives de l'image. On s'intéresse aux six dernières catégories : les codes iconiques, les figures, les signes, les énoncés, les codes iconographiques, les codes stylistiques et les codes de l'inconscient.

Dans un second temps, Eco propose un sous-modèle pour l'image publicitaire. Celui-ci se constitue de cinq niveaux classés par complexité croissante, les trois premiers sont consacrés à l'image et les deux autres concernant le domaine de l'argumentation. Ces niveaux sont : le niveau iconique, le niveau iconographique, le niveau topologique, le niveau topique, et le niveau de l'enthymème.

Eco fait une analyse de cinq messages publicitaires. Il étend la réflexion de Barthes sur le pouvoir connotatif de l'image (la publicité Knorr). Il formule plusieurs remarques sur l'argumentation de l'image, repérant divers champs topiques et enthymématiques à l'œuvre dans les publicités Camay et Knorr qu'il examine. A travers cette analyse, Eco remarque que l'argumentation publicitaire ne porte qu'un seul message, la célébration du produit.

Eco, à partir de l'analyse de Barthes, arrive à créer un modèle plus précis basé sur la pragmatique et dominé par les concepts de structure et de code. Contrairement à Barthes, il nie toute pertinence fonctionnelle du niveau dénotatif.

2-3- Modèle systématique de Louis Porcher :

⁸ -Ibid., p.180.

Exposé en 1976 dans « Introduction à une sémiotique des images », le modèle de Porcher se fonde sur une perspective structurale radicale. Ses recherches se basent sur le langage de l'image et sur la lexicalisation iconique. Il élimine de ses préoccupations les considérations psychologiques, sociologiques et communicatives. Il est le premier qui utilise une enquête, lors de son analyse de huit publicités pour cigarettes, avec dix lecteurs expérimentateurs et ayant été préalablement initiés par lui-même à la sémiotique. Son analyse est faite en cinq étapes : dégagement des signifiants et des signifiés iconiques, contrôle des résultats par le test de la commutation, montage paradigmatique du sens, exploration de l'organisation syntagmatique du sens et l'élargissement du point de vue.

Le modèle de Porcher conduit à des résultats assez fins qui montrent que « *la sémantisation de l'image publicitaire est variable, au gré des procédures de lectures sollicitées* »⁹. L'analyse de Porcher confronte des manques quand il a éliminé la dimension communicative. Et aussi, la technique adoptée est trop artificielle, et les lecteurs sont conditionnés à la méthode dans leurs interprétations.

2-4- Modèle structuro-génératif de Jean-Marie Floch :

Le modèle de Floch, contrairement à ces précédents, marque une continuité. Inspiré des travaux linguistique de Hjelmslev tels que « Petites Mythologies de l'œil et de l'esprit » (1985), « Sémiotique, marketing et communication »(1990), Floche adopte le principe de l'immanence qui lui conduit à refuser la notion d'iconicité et de la remplacer par celle de « figurativité ». Il tient compte des formes de l'expression et du contenu. Pour lui, le sens naît dans l'intelligible. Il conteste le concept de signe pour sa nature conjoncturelle. Il proclame d'étudier l'image en tant que texte occurrence, à travers une approche scientifique, contrairement à l'approche littéraire de Barthes qui utilise, selon lui, un concept jugé trop flou celui de connotation.

Floch construit une théorie générative de l'image, à partir des présupposés de l'Ecole sémiotique de Paris de A-J. Grimas. Tandis que Barthes et Eco adoptent une idée intuitive du sens et Porcher une conception un peu rigide. Le sens est, pour Floch, « *un processus de production, un parcours génératif susceptible de se propager sur plusieurs niveaux figuratifs selon une complexité croissante* »¹⁰.

⁹ -Ibid., p.185

¹⁰ -Ibid., p.186.

Dans le niveau pratique, Floch développe une sémiotique plastique générale qui englobe sculpture, architecture, peinture et publicité. Il propose cinq analyses de l'image publicitaire dans deux études intitulées « Le refus de l'euphorie » et « J'aime, j'aime, j'aime... ». Dans sa méthode de recherche, il associe les techniques de l'induction et de la déduction. A l'inverse de Porcher, Floch combine les avantages de l'analyse et de la synthèse. Cependant, sa démarche confronte quelques critiques on peut citer « *la fermeture à l'interaction publicitaire (en dépit de l'utilisation du concept greimassien de «manipulation» qui ne déborde guère l'immanence de l'image, le fait que les connexions sémantiques ne sont pas réellement motivées* »¹¹. Mais, le modèle de Floch, demeure l'un des modèles qui proposent le meilleur rapport cout-efficacité, à travers la simplicité de son envol technique et la puissance des circuits sémantiques qu'il repère.

Après avoir donné un aperçu de chaque modèle sémiotique, qui s'intéresse à l'étude du sémantisme de l'image (l'image publicitaire en particulier), nous avons choisi d'appliquer le modèle de Roland Barthes dans l'analyse de notre corpus d'étude qui est la caricature. Partant de son principe que l'image est un langage spécifique, qui se compose de deux niveaux de sens ; le sens dénoté et le sens connoté. Et qu'il y a un rapport existant entre l'image elle-même et les énoncés verbaux qu'elle peut contenir.

3- La sémiologie de l'image :

L'image est un art visuel qui possède un langage spécifique. La question de la signification des images est prise en charge par la sémiologie de l'image. Cette discipline a vu le jour avec Roland Barthes, qui a posé ses premiers jalons dans son fameux article « Rhétorique de l'image » (1964). Nous avons préféré définir l'image avant de présenter la discipline qui s'occupe d'elle à savoir la sémiologie de l'image.

3-1-Définition de l'image :

Selon le dictionnaire « LE PETIT LAROUSSE » de 2004 :

Image (latin imago)

-Représentation d'un être ou d'une chose par les arts graphiques ou plastiques, la photographie, le film, etc.

¹¹-Ibid., p.189.

-Image populaire ou image d'Epinal : estampe, puis image photomécanique à usage populaire, de style naïf, dont Epinal a été principal centre de fabrication au XIXe, présentation naïve, simplicité d'un événement, d'un fait.

-Au figuré : ce qui reproduit, imité ou évoqué quelque chose. Cet enfant est l'image de son père. Elle est l'image de la réussite.

-OPTIQUE, TECHNIQUE : Ensemble plan de points ou d'éléments, réfléchi, diffusé ou transmis par cet objet.

- Spécialement : Représentation d'un objet matériel donnée par un système optique.

-Représentation mentale d'un être ou d'une chose.

-Image de marque : notoriété et perception qualitative dans le public d'une marque, d'un organisme d'une personnalité.

Psychologie :

-Image mentale : représentation psychique d'un objet absent.

-Image du corps : représentation que l'individu a de son propre corps (à distinguer du schéma corporel dont la base est neurologique).

DROIT : Droit à l'image : protection des personnes contre l'usage abusif de photographies ou films représentant sans leur accord.

-Expression évoquant la réalité par analogie ou similitude avec un domaine autre que celui auquel elle s'applique ; métaphore. S'exprimer par image .Mot qui fait image. L'eau qui coule, image du temps qui passe.

A partir de cette longue définition, nous pouvons extraire les points fondamentaux suivants ; tout d'abord le mot image vient du latin « imago » qui signifiait les marques mortuaires. L'image est une représentation visuelle, voire mentale, de quelque chose (objet, être vivant/ ou concept). Elle entretient un rapport de ressemblance avec ce qu'elle représente. L'image apparaît, dans tous les cas de figures représentation. Joly Martine renforce cette spécificité, pour elle : « L'image n'est pas la réalité mais une réalité, c'est-à-dire une représentation ».

Dans le cadre de notre recherche, nous ne traiterons que l'image fixe (la caricature), en tant que signe visuel représentatif du réel, qui jouie d'un langage spécifique.

3-2-Principes de la sémiologie barthésienne :

Tout d'abord, Roland Gérard Barthes est un critique littéraire et sémiologue français, né le 12 novembre 1915 à Cherbourg et mort le 26 mars 1980 à Paris. Il fut des principaux animateurs du structuralisme et de la sémiologie en France. « Le Degré zéro de l'écriture », paru en 1953, fut rapidement considéré comme le manifeste d'une nouvelle critique soucieuse de la logique immanente du texte. A cette époque, le théâtre l'intéresse particulièrement. [Il participe à la création de « Communication » et collabore à « Tel Quel », « Esprit », « Arguments », « France-Observateur », « Combat ». Ses « Mythologies » (1957) le firent connaître d'un vaste public. Enseignant à l'Ecole Pratique des Hautes Etudes des 1962, Roland Barthes occupa la chaire de sémiologie du Collège de France de 1977 à 1980. Avec « L'Empire des signes » (1970), « Le Plaisir du texte » (1973), « Roland Barthes » par Roland Barthes (1975), « Fragments d'un discours amoureux » (1977) et « La Chambre claire » (1979), il renouvela profondément les rapports de la théorie et du romanesque]¹².

Comme nous avons mentionné auparavant, Roland Barthes est considéré comme le fondateur de la sémiologie de l'image. Dans le premier numéro de « Communication », il publiait un article intitulé « Le message photographique » (1961), qui traitait essentiellement de la photographie de presse. En 1965, il apparait dans le numéro 4 de la même revue son texte « Eléments de sémiologie », qui a marqué le début du projet scientifique de la sémiologie française. Ensuite, son célèbre article « Rhétorique de l'image », qui analysait une publicité pour les pâtes Panzani. Cet article a marqué le point de départ de la sémiologie de l'image.

A partir de son analyse de l'affiche publicitaire, Barthes a dégagé cinq signifiés qui sont reliés avec leurs signifiants :

-Le retour du marché ; illustré par le filet ouvert.

¹² -In : <http://www.surlimage.info/ecrits/semiologie.html>. Consulté le 06/03/2014 à 10h.

-L'italianité ; les signifiants sont la réunion de la tomate, du poivron et de la teinte tricolore (jaune, vert, rouge), qui désignent le drapeau de l'Italie. Ces signifiants sont redondants avec la sonorité du nom italien Panzani.

-Le service culinaire total : produit à travers des produits frais ou concentrés.

-La nature morte ou still living dans d'autres cultures (signifié esthétique), le signifiant est la composition.

- La publicité : produit par la place de l'annonce dans la revue, l'insistance des étiquettes.

Ainsi, Barthes est arrivé à dégager trois messages constituant l'image publicitaire « Pates Panzani » : le message linguistique, le message iconique dénoté et le message iconique connoté.

3-2-1-Le message linguistique :

Le message linguistique constitue le premier message rencontré lors de l'observation d'une image, celle-ci le montre à travers certains supports ; la légende, marginale, et les étiquettes. Ces supports présentent le naturel de la scène, comme « en abyme » ; le code de ce message n'est que la langue française. Le spectateur doit avoir connaissance de l'écriture et du français pour décoder ce message. Le signe « Panzani » contient deux significations : le nom de la firme et un signifié supplémentaire, tiré de l'assonance de ce signe, qui est l'italianité. Donc, le message linguistique peut avoir, quelquefois, double sens ; la dénotation et la connotation.

3-2-2-Le message iconique non-codé :

Dans ce message, les signifiés sont formés par les objets réels de la scène représentée et comme signifiants les photographies ou dessins de ces mêmes objets. Le rapport entre signifié et signifiant est quasi-tautologique. Ce type de message est perceptif. Il est sans code. Il correspond à la lettre de l'image, on l'appelle « un message littéral ». Pour lire ce message : *« nous n'avons besoin d'autre savoir que celui qui est attaché à notre perception : il n'est pas nul, car il nous faut savoir ce qu'est une image »*.¹³

¹³ -ROLAND, Barthes, *Rhétorique de l'image*, In : Communication, N 4, 1964, p.42.

3-2-3-Le message iconique codé :

L'image transmet un ensemble de signes discontinus. La lecture, le décodage et la compréhension de l'image, à ce niveau, exigent des connaissances culturelles. L'interprétation est le moteur de ce type de message, il n'existe qu'à travers elle. On peut citer, à titre d'exemple, un signe parmi les cinq ; son signifiant est la réunion de la tomate, du poivron et de la teinte tricolore (jaune, rouge, vert), son signifié est l'Italie ou l'italianité. Ce message est symbolique et codé.

Le spectateur reçoit les deux messages iconiques en même temps, mais ils se distinguent dans le point que le message littéral est le support préalable du message symbolique. Il facilite l'interprétation de l'image. Ainsi, la distinction des deux messages sert à décrire la structure de l'image d'une façon cohérente et simple. Aussi l'analyse des trois messages sert à comprendre la structure de l'image dans son ensemble, c'est-à-dire le rapport final des trois messages.

L'image publicitaire pour Barthes se constitue de deux niveaux de sens ; le sens explicite et le sens implicite ou plus précisément le sens dénoté et le sens connoté.

3-2-4 -La dénotation et la connotation :

Roland Barthes, toujours dans sa fameuse analyse, a développé des concepts dans l'analyse et l'interprétation des images, tels que : la dénotation et la connotation.

3-2-4- 1-La dénotation :

Elle désigne le sens conventionnel donné par le dictionnaire. Elle est, selon Laurence Bardin, la signification fixée, explicite et commune à tous ceux qui partagent la même langue. La dénotation constitue « l'état adamique de l'image », l'image est objective, c'est-à-dire innocente. On trouve cependant une distinction entre le dessin et la photographie ; celle-ci, à travers sa nature analogique, constitue un message sans code. Contrairement à toutes les images, elle est la seule qui peut transmettre des informations sans le recours aux signes discontinus et aux règles de transformation. En tant que message sans code, elle se distingue du dessin, qui, même dénoté, est un message codé. Ainsi, dans l'image dénotée, le rapport des signifiés et des signifiants n'est guère de transformation mais d'enregistrement. Le niveau de la dénotation ne constitue qu'un second plan dans

l'analyse de l'image. Cependant, le codage de la dénotation prépare et facilite la connotation.

3-2-4-2-La connotation :

La connotation constitue le deuxième niveau de la signification de l'image. Elle désigne le sens implicite ou caché, c'est à ce niveau de l'analyse de l'image qu'on confronte la question du code et du sens. La connotation ou la lecture de l'image varie d'un individu à l'autre, elle est donc subjective.

L'analyse de l'image caricaturale nécessite de dégager les deux sens (explicite et implicite). Le langage iconique, comme le langage verbal, contient ces deux sortes de signification.

3-2-5-Les fonctions du texte :

L'image, et la caricature en particulier, constitue le champ privilégié de la cohabitation de deux systèmes sémiologiques ; linguistique et iconique. Cependant, il existe un troisième code qui a sa part dans la construction de l'image, il s'agit du code plastique qui englobe : le cadre, le cadrage, l'angle de prise de vue, la couleur, la forme et la texture. Mais, existe-t-il un rapport entre le texte et l'image ? Il existe une relation très étroite entre le texte et l'image à travers la relation d'ancrage et de relais. Pour Barthes, ces fonctions caractérisent le texte (le message linguistique) : « *En fait, seule la présence du message linguistique compte, car ni sa place ni sa longueur ne semblent pertinentes (un texte long peut ne comporter qu'un signifié global, grâce à la connotation, et c'est ce signifié qui est mis en rapport avec l'image)* »¹⁴.

3-2-5-1-La fonction d'ancrage :

La fonction d'ancrage est la plus fréquente du message linguistique, parce qu'elle se trouve mise en rapport avec le caractère polysémique de l'image. Cette polysémie met le lecteur devant plusieurs significations, mais le texte vient pour mettre fin à toute polysémie. Donc, la fonction d'ancrage sert à fixer l'information principale que l'on veut transmettre. Cette fonction se trouve généralement dans la photographie de presse et la publicité.

¹⁴ -Ibid., p.43.

3-2-5-2-La fonction de relais :

Pour Barthes, la fonction de relais est plus rare (du moins en ce qui concerne l'image fixe). Elle est rencontrée surtout dans les dessins humoristiques et les bandes dessinées. Cette fonction se réalise lorsque l'image et le texte sont dans un rapport de complémentarité, c'est-à-dire que chaque élément a sa part au sens global du message : « *Les paroles sont alors des fragments d'un syntagme plus général, au même titre que les images, et l'unité du message se fait à un niveau supérieur* »¹⁵.

4-Le code linguistique et le code iconique

4-1 -Le code linguistique :

Le signe linguistique représente la grande partie de la communication humaine. La linguistique, dès le XXe siècle, lui a donné une grande importance. Selon Ferdinand de Saussure, le signe linguistique est la réunion d'un concept appelé « le signifié » et d'une image acoustique nommée « le signifiant ». Le signe est, donc, un élément biface. Il est aussi arbitraire, dans la mesure où il n'existe qu'une relation de convention entre l'image acoustique et le concept auquel elle est associée. Dans ce cas, le rapport entre le signifié et le signifiant n'est pas naturelle. En prenant l'exemple du concept représenté « table » qu'il n'a aucune relation interne avec la suite phonique qui le représente (TABL). Cela explique, aussi, la différence de l'appellation du même objet dans différentes cultures, Mais, d'après Benveniste, le lien qui existe entre le signifié et le signifiant est contraignant et nécessaire, dans la mesure où les deux faces du signe ne peuvent exister l'une sans l'autre. Le signe linguistique fait, donc, partie d'un système qu'est la langue.

4-2-Le code iconique :

D'après le point de vue de Peirce, le signe iconique désigne tout système de reproduction analogique autre que les systèmes linguistiques. Le mot « iconique » est un mot grec qui signifie image. Le signe iconique repose sur la ressemblance à l'objet représenté. Il possède certaines propriétés de l'objet représenté. Mais, il est nécessaire de souligner qu'il y a toujours une proportion d'arbitraire, c'est-à-dire il existe des représentations iconiques qui se fondent sur des conventions qu'il faut connaître pour la comprendre, par exemple les symboles. Le langage iconique joue un rôle important dans

¹⁵ -Ibid., p.45.

la communication, la caricature qui est notre objet de recherche constitue un langage iconique spécifique.

Conclusion :

L'image est le symbole de la création humaine. Elle occupe une place privilégiée parmi les autres arts. Elle transmet des messages sans le secours des mots. Sa spécificité et son ambiguïté parfois, offrent aux sémiologues les horizons de chercher sa signification à partir de la notion de signe. L'analyse de l'image faite par Roland Barthes nous semble la plus pertinente dans la compréhension et l'interprétation de l'image (caricature). Nous tenterons d'appliquer, dans notre présent travail, les concepts de dénotation, connotation, signifié iconique, signifié linguistique, rapport texte-image.

CHAPITRE II : LA CARICATURE

Introduction :

Dans ce chapitre, nous tenterons de mettre en lumière tous ce qui concerne notre objet de recherche, à savoir, « la caricature ».

1-Historique de la caricature :

Le mot « caricature », comme nous l'avons déjà mentionné dans l'introduction, vient du latin « caricare » qui signifie l'action de charger, d'exagérer. La caricature remonte à l'Antiquité. « *Les sociétés grecs et romains semblent avoir réuni les conditions d'une telle éclosion. Elles ont sans doute connu l'une et l'autre la caricature, fut-ce à l'état embryonnaire. La Grèce a eu un caricaturiste, Pauson, dont le nom est cité par Aristophane et Aristote* »¹⁶. La caricature est représentée sous forme de graffitis retrouvés sur les murs de Pompéi. Egalement, « *on a découvert des caricatures peintes sur des vases grecs et sur les murailles d'Herculanum, on en même retrouvé dans les ruines et les papyrus de l'ancienne Egypte* »¹⁷. Egyptiens, phéniciens, grecs, romains, ont donné l'importance à l'art du dessin où ils ont laissé derrière eux un patrimoine riche de caricature. On peut citer à titre d'exemples, la caricature romaine, celle de Jésus Crucifié, peinte sur une muraille du palais de Césars, au palatin, découverte en 1856 et conservée au musée Kircher à Rome.

A travers les siècles, la caricature a connu un élan appréciable et surtout avec la Renaissance italienne et les travaux artistiques de Léonard de Vinci (1452-1519). A cette époque, l'homme est devenu au centre de toute chose. Les caricatures de Léonard, de Michel-Ange et de Dürer, qui s'intéressent davantage à la figure humaine, envisagent celle-ci dans deux aspects distincts ; la beauté et le laid ou la difformité. Cependant, plusieurs critiques n'ont pas accepté de classer les travaux de Léonard de Vinci dans la caricature proprement dite. Celle-ci a attendu un siècle pour devenir un spécifique et un véritable langage graphique.

« *Mais la caricature telle qu'elle est connue de nos jours, ressemble à celle qui existait à la fin du XVIe siècle, à Bologne, dans une école d'art fondée par une famille de peintres : les frères Carrache* ».¹⁸

Le romain Pier-Léone Ghezzi (1674-1755) est considéré comme le premier professionnel de l'histoire de la caricature. Ses dessins abordent la société romaine, et en particulier,

¹⁶-In : <http://Caricature-wikipédia.htm>. Consulté le 10/03/2014 à 14h20.

¹⁷-Idem.

¹⁸-Idem.

celle des aristocrates et des artistes de manière satirique. Ses dessins ont permis l'ouverture de nouveaux horizons de la caricature, et son art est devenu international. William Hogarth (1697-1764), graveur et peintre britannique, le classait parmi les maîtres de la caricature tel que Léonard de Vinci et Annibal Carrache.

L'imprimerie a joué un rôle primordial dans la diffusion de la caricature. Elle a abouti à l'apparition des journaux, et les titres satiriques en particulier. Le premier journal satirique a vu le jour en France le 4 novembre 1830 intitulé « Caricature ». Il a été créé par Charles Philippon, dessinateur, journaliste et éditeur. Honoré Daumier, peintre, lithographe et sculpteur (1808-1879), était le fameux caricaturiste de ce journal et de toute la France, connu surtout des gens de robes libanais de Justice. Ensuite, en 1832, un autre titre satirique est né « Le Charivari ». En 1848, « Le journal pour rire ». Plusieurs thèmes ont été traités ; les situations politiques et sociales, le fonctionnement de la justice, le patriotisme français, etc. Au XXe siècle, Hansi mettait la caricature au service de son combat contre l'annexion de l'Alsace. Mais, aujourd'hui, la presse française ne réfère pas beaucoup à la caricature pour interpeller la conscience du peuple. On peut citer l'hebdomadaire « Le canard enchaîné » et « Charlie hebdo ».

Puis, ce type de presse diffusait dans divers points du monde. « *Vers le milieu du XVIIIe siècle, le dessin caricatural illustre plusieurs publications en Angleterre (Two and country, political registre...)*. Ainsi, au XIXe siècle l'hebdomadaire humanitariste « Punch » (1841) occupe une place considérable grâce aux dessins satiriques dont il véhicule »¹⁹. En Italie « Fischietto » (1847). En Autriche « Figaro » (1857).

Aux Etats Unis, le dessin satirique ne se différencie pas des autres pays, le journal « Harper's Weekly » est créé (1857). Ainsi, au XIXe siècle, Thomas Nast est considéré comme le caricaturiste américain le plus célèbre. Il a essayé à travers sa plume de justifier et de défendre la cause nordiste pendant la guerre de sécession (1861-1865). Les caricaturistes américains continuent leur refus et leur assaut de la corruption qui a régné la vie politique et industriel.

Aux pays arabe, la caricature est fondée par l'égyptien Yaacoub Ben Sannouh. Celui-ci est considéré comme le père du théâtre égyptien. Il publia le 21 mars 1871 le premier journal satirique arabe « Abou Naddara ». En 1925, la comédienne Fatma al Youssef,

¹⁹-In : <http://fr.wikipedia.org/wiki/caricature>. Consulté le 10/03/2014 à 14h.

publia la revue « Rose al Youssef ». Parmi les caricaturistes égyptiens qui ont laissé leurs traces on peut citer ; Alexandre Saroukhan, Rakha, Abdel Samih, Salah Ghahine, etc.

En Syrie, la première revue satirique fût « Zahrak Balak » qui apparut le 2 avril 1909. Ensuite, « Al Modhik al Mobki ». Parmi les caricaturistes syriens on énonce : Toufik Tarek, Ali Arnaout, Samir Kahalé, Ali Farhat, Yassine el Khalil, etc. En Palestine, le martyr Naji el Ali est considéré comme le plus célèbre caricaturiste palestinien.

En Algérie, La Constitution du 23 février 1989 instaurait le multipartisme et la liberté d'expression et d'opinion. Plus de 52 journaux indépendants (hebdomadaires, périodiques et mensuels) ont vu le jour. En 1991, on note 160 titres dont 46 hebdomadaires et spécialisés ; économiques, sportifs, politiques. Tandis que les quotidiens spécialisés sont peu nombreux, où la majorité entre eux sont des journaux d'information générale. La presse satirique, de sa part, tente de garantir sa place. On note l'apparition de « El Manchar »(1990), « Essah Afa »(1991), « El Baroud » et « El Kardach ». Cependant, ces titres ont disparu. Malgré tous les obstacles, les caricaturistes algériens ne cessent d'exprimer et de défendre leurs opinions. On peut citer les plus célèbres parmi eux : Dilem de « Liberté », LE Hic de « Elwatan », Ayoub de « El Khabar ».

2-Les procédés de la caricature :

La caricature qui vise la charge et l'exagération se fonde sur trois procédés :

2-1-Exagération à partir du physique :

La caricature est un art qui ne se fonde pas sur la présentation des critères de la beauté ou la bonne allure. Ainsi, elle ne vise pas à déformer et défigurer les traits de la personne. Elle accentue les traits du visage et de certaines proportions physiologiques de l'ensemble. Par exemple, le dessinateur allonge le nez qui est déjà long ou il réduit les yeux qui sont déjà étriqués. Mais, ce qui particularise la caricature est qu'une partie dessinée du corps peut identifier une personne.

2-2-La personnification

La personnification est une technique très connue dans la caricature où l'artiste attribue les traits d'une personne à une notion abstraite ou une chose, exemple : la république est

représentée en femme révolutionnaire puis victorieuse ou assassinée mais aussi une femme bourgeoise angoissée.

Aussi, le caricaturiste fait recours à une autre technique, il transforme les gens en objets inanimés .Il s'appuie sur les ressemblances physiques, sur les actions ou sur les caractères de la personne représentée.

2-3-L'animalisation et la végétalisation:

Dans la technique de l'animalisation, le caricaturiste donne à l'homme des caractéristiques purement animales. Les caractéristiques des animaux sont utilisées comme des symboles connus pour tout le monde. Par exemple, le lion est le symbole de la force. Le zoomorphisme se réalise selon deux niveaux. Le premier présente des hommes animalisés ; le tronc jusqu'au corps entier. Le second est celui de l'anthromorphisme qui, au contraire, consiste à donner aux animaux des caractéristiques humaines.

Au niveau de la végétalisation, l'artiste transforme l'homme en végétal. Cependant, cette technique est critiquée parce qu'elle met le végétal en même degré que l'être humain.

3-Les fonctions de la caricature :

3-1-La fonction humoristique :

Le caricaturiste, quand-il traite une information, provoque le rire chez les lecteurs. Sans l'humour, la caricature n'est qu'un simple dessin. Mais, ce n'est pas n'importe quel humour ; il doit être à la fois habile, élégant et intelligent. L'humour transfère une information sèche et ordinaire en information rigoureuse et gaie. Le caricaturiste doit avoir un bon sens de l'humour pour accomplir cette fonction primordial.

3-2-La caricature critique l'actualité :

La caricature se fonde sur un commentaire implicite d'un événement ou d'une situation réelle du quotidien. Elle exprime le point de vue et la conception de l'artiste. Celui-ci doit avoir une bonne connaissance des faits et des informations dont il traite. Dans la caricature, qui est un moyen de communication social, il y a une part qui est dite (explicite : écrite ou dessinée) et une part qui est non dite (implicite) et qui forme le véritable message. Ce message caché est le jeu essentiel du caricaturiste. Celui-ci a ses codes et ses clés, et les lecteurs doivent connaître ses codes afin que le message passe.

Donc, la caricature est un message visuel bref, qui se présente sous la manière aussi bref qu'une affiche.

3-3-La caricature représente l'actualité :

La caricature est un moyen effectif et considérable de la détection et de la révélation. Elle rend visible ce qui est invisible. Elle va au-delà des choses, elle cherche le non dit, elle franchit les distances et les frontières pour mettre à nu toutes les imperfections, les injustices de l'époque, les vices et les défauts de la société. Donc, la caricature, est considérée, à travers une représentation des phénomènes, des événements et surtout des personnalités, comme un signe révélateur de la réalité.

3-4-La fonction publicitaire :

Le caricaturiste peut utiliser son dessin pour des objectifs commerciaux, dans le but de faire connaître un produit chez les lecteurs.

4-Techniques de lecture d'une caricature :

La caricature est un art satirique qui exige la réflexion afin d'arriver à déchiffrer ses codes. Les caricatures portent plusieurs significations et interprétations soit sur le plan idéologique ou culturel. Chaque individu voit les choses d'une manière différente des autres. Pour faire une analyse sémiologique de la caricature, on doit suivre les étapes suivantes, qui nous semblent les plus adéquates.

4-1-La description :

Cette étape constitue la lecture dénotative de la caricature. Elle sert à identifier le document ; présentation de l'auteur, la source, la date et le contexte. Ainsi, elle décrit tous les indices visuels qui ont une valeur dans toute analyse tels que : le décor, les vêtements, les expressions du visage des personnages, les gestes, les symboles, etc. Aussi, la lecture dénotative nécessite de repérer un certain nombre important d'éléments qui constituent le total du dessin. Nous nous sommes appuyées sur l'analyse de l'image faite par Martine Joly. Celle-ci ajoutait d'autres éléments analysables dans l'image, ceux des signes plastiques non spécifiques (au message visuel) tel que : la couleur, la lumière et l'éclairage. Et les signes plastiques spécifiques tel que : le cadre, le cadrage ou l'échelle des plans, l'angle de prise de vue. Nous tenterons d'illustrer ceux qui servent notre analyse.

4-1-1-Le cadre :

Le caricaturiste a le choix d'encadrer son dessin soit dans un cadre carré ou rectangulaire.

4-1-2-Le plan :

L'artiste utilise plusieurs types de plan quant il dessine ses caricatures.

4-1-2-1-Le plan panoramique (PP) et le plan d'ensemble (PE) :

Ces plans situent la personne dans son environnement. Mais, on ne voit pas la totalité de son entourage ; par exemple une élève devant une école, dont on voit la grande porte et les fenêtres du premier étage, mais pas toute l'école. Ces plans ont la valeur descriptive.

4-1-2-2-Le plan moyen :

Il se concentre sur le personnage seul en le présentant de pied en cap. Mais, on ne voit qu'une petite partie de son environnement. Ce plan a une valeur narrative.

4-1-2-3-Le plan américain (PI) :

Ce plan saisit le personnage de plus près, il le dessine coupé à demi-cuisses (entre le genou et la taille).

4-1-2-4-Le plan italien (PI) :

Il présente le personnage coupé aux genoux.

4-1-2-5-Le plan rapproché (PR) :

Dans ce plan on voit la tête et les épaules du personnage, celui-ci coupé entre la taille et la poitrine. Le dessinateur montre les expressions du visage où les lecteurs peuvent partager certaines scènes d'actions.

4-1-2-6-Le gros plan (GP) et le très gros plan (TGP) :

Ces deux types de plan donnent des détails plus précis sur une partie du corps ou de l'objet, on voit donc seulement le visage, la main, etc. Ils ont une valeur narrative qui peut être forte (dramatique) ou faible (documentaire).

4-1-3-L'angle de prise de vue :

L'angle de prise de vue constitue un élément essentiel du cadrage, les prises de vue transmettent des messages en fonction de leur angle :

4-1-3-1-La prise de vue frontale :

Dans ce type, le personnage est en face du lecteur et regarde devant lui.

4-1-3-2-L'angle oblique :

La personne représentée n'est pas de face, elle regarde de côté.

4-1-3-3 -La plongée :

L'angle dirigé vers le bas, cette prise de vue consiste à humilier un personnage pour montrer sa faiblesse, son infériorité ou sa décadence.

4-1-3-4 -La contre plongée :

Dans ce cas l'angle est pris en bas et suscite, chez les lecteurs, l'impression de grandeur.

4-1-3-5 -Champ contre champ :

Dans ce type, on peut mettre en scène le dialogue entre deux sujets.

4-2 -L'interprétation :

L'interprétation correspond à la lecture connotative de l'image. Après une description bien détaillée, l'analyse de la caricature exige une seconde lecture qui a pour objectif la compréhension de l'image. Cette étape consiste à dégager toutes les connotations et les significations possibles qui entrent dans la construction du message global. L'interprétation est dépendante aux idéologies et aux savoirs culturels du récepteur, ce qui la rend subjective.

5-La caricature un outil de communication

La caricature est un moyen de communication social, qui véhicule un message visuel humoristique bref, entre un artiste qui le transmet et son lecteur qui le reçoit. Dans ce qui suit, nous tenterons de mettre l'accent sur le dessinateur et le récepteur.

5-1-Le caricaturiste :

Le caricaturiste fait, avant tout, partie de la société qu'il représente. Il est son miroir par excellence. Il focalise l'attention de ses lecteurs sur les défauts et les vices de la société. Il critique la société qui l'entoure et en particulier les personnes ciblées. Il cherche, à travers l'image, de nous informer, ce qui renvoi selon la terminologie de Jakobson à la fonction référentielle. Il faut, d'abord, que l'image informe pour convaincre. Sa subjectivité intervient pour diriger son opinion. Il a l'intention de nous faire agir, réagir et réfléchir. Il défend tout ce qui touche l'humanité, à savoir sa dignité et ses droits. Ses images caricaturales sont le porteur fidèle de son idéologie et ses croyances. Elles constituent en elle-même une culture.

Un bon caricaturiste est celui qui possède un ensemble de techniques, de clés et de codes qui lui permettent de construire son propre style. Pour avoir un bon style, le dessinateur doit spécifier d'un certain nombre de caractéristiques. Tout d'abord, le savoir voir ; l'artiste a sa propre vision des choses, il a une forte observation où il attrape les petits détails du visage qui sont cachés de yeux d'une personne ordinaire. Ensuite, il faut qu'il possède un savoir résumer ; sa plume lui aide à réaliser tout les traits sur papier. Aussi, il est indispensable d'avoir le sens de l'humour, celui-ci est le fond de toute caricature. , ses dessins doivent être humains. Il faut éviter les lignes géométriques car l'humour est un caractère propre aux humains. Ainsi, Il donne aux visages de ses personnages l'expression de ce qu'il est réellement. Enfin, il ne faut pas trop exagérer les traits qui doivent être propres, sûrs et surtout habiles.

5-1-1-Conditions d'un bon dessin :

La création d'un personnage n'est pas un simple travail. Elle dépend de plusieurs éléments.

Dans un premier lieu, le caricaturiste doit prendre en considération quelques normes. Premièrement, l'élément temporel ; c'est-à-dire il faut avoir une vision complète des

références culturels et historiques tel que les vêtements, les coiffures, les physionomies, etc. Deuxièmement, l'élément spatial ; c'est-à-dire qu'il faut être capable de le situer géographiquement dans un espace limité. Troisièmement, l'élément social ; le dessinateur doit prendre en considération le stéréotype, le cliché et les lieux communs qui désignent la dépendance à la pensée commune. Il doit réaliser la figure principale du personnage sous une forme qui illustre le caractère qu'il veut la donner.

Dans un second lieu, l'artiste doit avoir connaissance de l'expression. Après la création des personnages, il est important de rendre ses dessins animés et capable d'exprimer leurs émotions. En ce qui concerne l'expression du visage, il est indispensable qu'elle soit capable de spécifier par la clarté et la simplicité, les détails, ceux-ci, montrent clairement les sentiments à travers la forme de la bouche, les yeux, la forme des cheveux, le nez, les sourcils, etc. Les expressions peuvent élucider la sourire, la mauvaise humeur, l'inquiétude, la méchanceté, la douleur, l'ironie, le mépris, l'humiliation, etc.

On peut conclure qu'un bon caricaturiste est celui qui réussit à construire un pont de communication avec ses lecteurs, et d'accaparer leurs sentiments, où ils ne cessent d'attendre avec passion son art et ses nouvelles idées.

5-2-Le lecteur :

Le caricaturiste a toujours l'intention d'informer, de faire échange avec l'autre et de l'influencer. Sans récepteurs, le caricaturiste restera à l'ombre et ses idées ne verront plus le jour. Le lecteur reçoit la caricature, dans un premier temps, d'une manière naïve, c'est-à-dire qu'elle ne provoque chez lui que le rire. Mais, une deuxième lecture, ouvre devant lui des vastes horizons pour lire, comprendre, décoder et interpréter les messages véhiculés par le caricaturiste. Pour arriver à décoder les intentions de l'artiste, il faut qu'il obtienne les connaissances culturelles et sociopolitiques de la société. Cependant, les récepteurs ne comprennent pas toutes les caricatures et les images de la même manière, car chaque regard a sa propre histoire, chaque lecteur a son idéologie, son originalité, son individualité et ses propres expériences et sentiments, ce qui montre, discrètement, les couches sociales de lecteurs. En outre, la signification du message visuel est parfois voilée, car elle est polysémique et susceptible de plusieurs interprétations.

Conclusion :

La caricature est le champ privilégié de la liberté d'expression. Elle constitue un combat quotidien. En outre, elle est un signe iconique qui se particularise du reste des signes par un ensemble de caractéristiques, dont l'exagération. Elle a obtenu une place incontestable dans le monde de la communication et demeure, par conséquent un souci permanent aux spécialistes. Beaucoup d'analyses de la caricature sont faites, dont l'analyse sémiologique.

DEUXIEME PARTIE :
ANALYSE DES DONNEES

CHAPITRE I :
DESCRIPTION DES CARICATURES

Introduction :

Dans cette partie nous tenterons de faire une analyse sémiologique de notre corpus, en commençant, dans un premier lieu, par une lecture dénotative (descriptive). Puis, nous ferons une lecture connotative (interprétative) en prenant en considération le rapport existant entre le code linguistique et le code iconique, dans l'élaboration du sens de la caricature. Nous avons pris en considération un certain nombre d'éléments qui nous ont paru importants dans l'analyse d'une caricature. Aussi, nous avons essayé d'appliquer les concepts de base de l'analyse sémiologique inspirés de la sémiologie de l'image de Roland Barthes et de Martine Joly. Avant de présenter la grille d'analyse, nous avons commencé par la présentation du corpus et du journal en question.

1-Présentation du corpus :

Notre corpus de travail est constitué d'un ensemble de 09 caricatures choisies du quotidien « El Watan ». Le choix du corpus est motivé par la simple raison qu'il correspond à un journal indépendant classé le premier au niveau de la presse francophone algérienne. Quant au choix de la période et du nombre de caricatures, il est arbitraire. Nous avons choisi d'interpréter des caricatures appartenant à différents domaines tel que : le domaine politique, social et sportif. Mais, c'était un ardu travail, car la majorité des caricatures du caricaturiste « Le Hic » tourbillonnent dans le cercle de la politique. Nous avons concentré davantage sur les événements qui étaient émergents et qui avaient une influence au sein de la vie sociale.

2-Présentation du journal en question :

Le journal « El Watan », paraît pour la première fois le 8 octobre 1990. Il est fondé par un groupe d'anciens journalistes d'El Moudjahid à la suite de la promulgation d'une loi (dite loi Hamrouche) autorisant la presse privée en Algérie.

El Watan est considéré comme le journal de référence en Algérie. Son directeur, Omar Belhouchet, a reçu la Plume d'or de la liberté en 1994, récompense remise par l'Association mondiale des journaux. Le journal a été suspendu à cinq reprises depuis sa création (la dernière suspension datant de 1998). A l'occasion de son vingtième anniversaire, El Watan a publié en 2010, un numéro spécial illustré en première page par un dessin de son célèbre caricaturiste Hicham Baba Ahmed (Le Hic) qui résume ses vingt

ans en quatre planches « El Watan est né sous Chadli, a espéré sous Boudiaf, a résisté sous Zeroual et a vécu sous Bouteflika ».

[El Watan est considéré comme le 4^e quotidien d'information générale le plus lu en Algérie, derrière les journaux arabophones Echorouk, El Khabar et Ennahar, (El Haddaf est également devant mais il s'agit d'un quotidien sportif). El Watan est le 1^e au niveau de la presse francophone.

Au lendemain de l'adoption par le gouvernement algérien d'un avant projet de loi consacrant l'ouverture de l'audiovisuel à la concurrence, El Watan est le premier à annoncer dès le 13 septembre 2011 son intention de postuler à la création d'une chaîne de télévision et d'une station radio.

Quotidien généraliste, El Watan, qui traite aussi bien de politique intérieure que de faits divers, de culture, d'économie, de sport ou d'actualité internationale. Parmi les rubriques phares du journal, citons :

-On vous le dit, rubrique constituée de brève, d'informations insolites et d'indiscrétion :

-Point Zéro, chronique de Chawki Amari, en dernière page ;

-Les caricatures de Hicham Baba Ahmed (Le Hic) et de Maz].²⁰

3 -Présentation de la grille d'analyse :

Notre grille d'analyse est constituée des paramètres suivants :

La dénotation (la description)

La connotation (l'interprétation)

Le rapport texte / image

²⁰ -In : [http:// www. elwatan. Com/](http://www.elwatan.Com/) consulté le 05/04/2014 à 13h30.

4-Description des caricatures de 01 à 09 :

Caricature N°1 :



Cette image caricaturale est apparue le 26 novembre 2013 et porte le titre « Présidentielle 2014, les algériens espèrent du sang neuf ». Celui-ci dénote que l'Etat algérien a un rendez-vous avec les élections présidentielles du 17 avril 2014, afin de choisir un président de la République.

Elle est représentée dans un cadre rectangulaire. Le haut de celui-ci, et de son coté droit, est occupé d'un cercle vert sur lequel est inscrit le mot « Le Hic », qui désigne le pseudonyme du caricaturiste. La couleur verte dénote, dans la culture algérienne, la vie et la prospérité. En bas, s'écrit en noir « Hic ». L'artiste a remplacé le point du phonème « i » par un petit cœur, qui dénote l'amour qu'il porte pour ses lecteurs.

Elle se compose d'un seul personnage vu de face. Il s'agit, ici, d'une prise de vue frontale. Le personnage représenté est le président de la République « Abdel Aziz Bouteflika ». Il est représenté dans un plan moyen.

Il est vêtu d'un pyjama marron qui couvre tout le corps. Il porte de grandes pantoufles marrons foncé et sur sa tête repose une couronne en or jaune. Ses vêtements, des gouttes du sang sur terre et un appareil de transfusion du sang de son coté droit dénotent qu'il est dans une chambre à l'hôpital.

Il tient de sa main droite deux sacs du sang du group ; (AB+) et (A+). De l'autre main, il porte des sacs du sang du group (B+), (o-) et un autre n'apparaît de lui que le symbole (-).

Il a un visage au nez aplati, une bouche largement ouverte occupante la moitié de son visage, des petits yeux et adjacents, des oreilles un peu grandes. Il est moustachu. Il a de longs cheveux noirs qui atteignent ses épaules. Les expressions de son visage le montrent souriant et dans un état de moquerie. Ainsi, au dessus de sa tête, se trouve une bulle qui porte les paroles : «...Quel groupe ?!! », qui dénote que le président invite les lecteurs à l'aider à choisir un group du sang afin de le transfuser dans son corps. En fin, derrière lui, se trouve une ombre en noir et gris, cette ombre caractérise toutes les caricatures du caricaturiste « Le Hic ».

Caricature N°2 :



Cette caricature est publiée le 08 décembre 2013, sous le titre de « Belgique, Corée du Sud et Russie, l'Algérie dans un groupe abordable ». Le titre dénote que l'équipe nationale algérienne du football se trouve, pendant la coupe du monde 2014 en Brésil, dans un groupe qu'elle peut le dépasser facilement.

Les personnages sont vus de pied en cap. Elle est inscrite, donc, dans un plan moyen, à l'intention d'identifier les personnages représentés et d'attirer l'attention du lecteur, surtout avec la manie des supporters algériens de leur équipe nationale. Elle est représentée dans un cadre rectangulaire.

Elle se compose de deux personnages debout, face à face, qui discutent. Ce qui nous permet de dire qu'il s'agit, ici, d'une prise de vue champ contre champ.

Le premier personnage, à droite, représente un personnage type qui se réfère à tous les supporters de l'équipe nationale. Il est vêtu d'une tenue sportive grise à rayures aux cotés. Il a des chaussures noires. Il serre sa tête par une bande verte. Il met sa main gauche dans la poche de son pantalon. De sa main droite, il maintient le drapeau de l'Algérie. Donc, le code vestimentaire indique son identité.

Il a un visage au gros nez, une bouche ouverte occupant une grande partie de son visage, une oreille gauche de taille normale, des yeux quasi-fermés et un menton saillant. Son

regard est dirigé vers son interlocuteur, cela dénote qu'il est au cœur de la discussion. La bouche ouverte du personnage, ainsi que son regard et la tête élevée indiquent qu'il est enthousiaste et sûr des capacités de son équipe, en déclarant : « Quais! Et on ne pourra pas éviter l'Italie en demi finale ».

Le deuxième personnage ne se différencie pas de son précédent. Il est vêtu pareillement à celui-ci. Cependant, sur sa tête repose un chapeau long vert et vertical. Il porte, aussi, un drapeau algérien sur ses épaules et l'attache autour de son cou. Il enfouit sa main droite dans la poche de son pantalon.

Il a un visage plein, un gros nez écrasé, un menton rond, une bouche largement ouverte qui dénotent qu'il est en pleine conversation. Les yeux sont ouverts et son regard est fixé vers son interlocuteur. Il est gros. Les expressions de son visage affichent l'enthousiasme et la certitude. La bulle mise au-dessus de sa tête renforce ce sentiment en annonçant : « Zut ! On risque de tomber face au Brésil en quart-finale ». Cela dénote qu'il partage l'opinion de son accompagnant à propos des chances de l'équipe nationale.

Aussi, on note, en arrière plan, une ombre blanche qui montre des maisons modernes, des palmiers et le symbole du Tassili qui correspond aux différentes villes algériennes du Nord au Sud. Cela dénote que tout le territoire algérien encourage et soutient l'équipe nationale.

Caricature N°3 :



Cette représentation caricaturale intitulée : « L'école algérienne » est datée de 03 février 2014. Le caricaturiste l'a publié dans un moment dur de l'école algérienne. Les syndicats de l'éducation, notamment l'Union nationale des personnels de l'éducation et de la formation (Unpef), le syndicat national autonome des professeurs de l'enseignement secondaire et technique (Snapest) et le Cnapst, ont maintenu la grève après le recul du ministère de l'Éducation nationale à concrétiser sur le terrain les procès-verbaux signés les 20 et 23 octobre 2013, entre les deux parties et à établir un véritable dialogue.

Elle est représentée dans un cadre rectangulaire et dans un plan moyen. Elle se compose d'un seul personnage qui a des traits non reconnaissables. Il se réfère à tous les élèves algériens. Il s'agit, donc, d'un personnage type.

Cette caricature ne comporte pas de bulles. Le personnage est vu de côté, il s'agit d'une prise de vue oblique. Elle montre un élève assis sur son cartable de la couleur marron, et appuie de son menton sur sa main droite, posée sur sa cuisse. Il serre les doigts de sa main gauche qui dénote l'angoisse. Au dessous de son cartable, il se manifeste un petit cahier d'une couverture rouge. Ainsi de son côté gauche énorme une petite règle verte.

Le personnage est habillé d'une tenue sportive bleue à des rayures de côtés et des souliers blancs avec un devant de la même couleur. Ses simples vêtements, ainsi que son simple coiffure indiquent qu'il appartient à une classe sociale moyenne.

Le personnage est mince. Cependant, il a un visage plein, un nez plat, des grains de beauté sur la joue droite, une bouche longue et fermée, une oreille un peu grande et des yeux flétris. Il a des cheveux noirs et courts. Il pèse de son menton sur sa main droite et serre les doigts de sa main gauche. Le personnage a l'air triste et soucieux.

De ce fait, cette représentation caricaturale dénote un élève algérien assis tout seul sur son grand cartable et il semble triste et angoissé.

Caricature N°4 :



Ce dessin caricatural intitulé « Lâché par Bouteflika, Saidani se trouve seul le jour de la ST –Valentin », est paru le 15 février 2014, à la suite des déclarations péremptoires du secrétaire général du FLN Amar Saidani contre le chef du Département du renseignement et de la sécurité (DRS), le général Toufik. Saidani a essuyé une salve de critiques de la part du président de la République Bouteflika et de la part de, pratiquement, tous les partis politique.

Cette caricature est représentée, comme toutes les caricatures précédentes, dans un cadre rectangulaire. Elle est composée d'un seul personnage, inscrit dans un plan moyen. Il est vu de dos, ce qui correspond à une prise de vue oblique. Il est assis, sur un long banc et adjoint une derbouka. Des deux cotés, il y a des arbres en noir. Certes, ses traits sont imprécis sauf ses cheveux blancs, mais, à partir de ce qui est déjà déterminé plus haut, le dessin indique qu'il s'agit d'un personnage individu celui de SG du FLN.

Le personnage est habillé d'une tenue classique ; une veste noire, un pantalon et de grandes chaussures de la même couleur. Cela dénote qu'il appartient à la classe sociale élevée. Il a des cheveux blancs frisés. De son visage, il n'apparaît qu'une petite partie droite de caractéristiques inintelligibles et des petites oreilles.

Il serre de son bras droit une derbouka. Au dessus de sa tête, se trouvent deux gouttes de larmes et un petit cœur rouge. Ainsi, sa parole est inscrite dans une bulle : « C'est toi que j'aime ».

Les deux gouttes de larmes, le petit cœur rouge, la manière de s'asseoir du personnage et les paroles inscrites dans la bulle, dénotent qu'il est triste et seul.

Caricature N° 5 :



Cette caricature est parue le 16 février 2014, sous le titre de « Un caricaturiste risque 18 mois de prison ferme pour un dessin non publié ». Cette caricature nous parle d'un caricaturiste Djamel Ghanem, ex-caricaturiste du journal francophone « La voix de l'Oranie », risquait 18 mois de prison ferme assortie d'une amende de 200000 DA pour une caricature, jamais publiée, qui tourne en dérision la volonté du président Bouteflika de briguer un 4^e mandat, malgré la maladie qui le rend inapte à diriger le pays. C'était son propre journal « La voix de l'Oranie » qui avait déposé une plainte à son encontre au début du mois d'octobre.

Le dessin caricatural est dessiné dans un cadre rectangulaire. En bas de celui-ci, l'artiste signe l'expression : « Pour Djamel Ghanem ». Ce dessin montre deux personnages debout, vus de côté. Alors, la prise de vue est oblique. Il est inscrit dans un plan moyen. Le premier personnage à gauche, représente un juge, ne se réfère à aucune personne particulière, il s'agit donc d'un personnage type. Il porte une blouse noire aux manches longues qui couvrent tout le corps et une cravate blanche. Sur sa tête, repose un chapeau noir d'une fin blanche. Ses vêtements dénotent la fonction qu'il exerce.

Il a un visage exagérément large aux yeux globuleux, un nez épaté, une grande bouche ouverte occupant presque tout le visage et qui laisse voir ses dents. Il a un menton saillant, moustachu, l'oreille droite est abîmée et des joues rougies. Il a un ventre gonflé. Il est

bossu. Il lève sa main gauche dont l'index est dirigé vers le caricaturiste, tandis que la main droite est baissée.

Ses paroles sont écrites dans deux bulles, au dessus de sa tête ; « Estime-toi heureux... » Et «...Si le dessin avait été publié tu serais à Guantanamo maintenant ! ». Ces deux bulles semblent se complètent. Ainsi, son regard, le rougissement de ses joues et ses paroles témoignent d'une grande colère.

En face du juge, un caricaturiste fixe son regard sur celui-ci. Il a l'air étonné et surpris. Sa réaction est remarquée par le point d'exclamation en gras, inscrit dans une petite bulle, au dessus de sa tête.

Le caricaturiste est habillé d'une veste et d'un pantalon gris. Ainsi, il porte des grandes chaussures et une casquette de la même couleur. Sa tête semble petite. Il a un gros nez arqué, la bouche est cachée sous le col de son veste, des yeux globuleux et une oreille un peu grande. De sa main droite et sous son aisselle, le caricaturiste tient un grand cahier de dessin où il porte l'expression « JONY-MAR », alors que de l'autre main tient un crayon rouge.

Caricature N° 6 :



Cette caricature intitulée « Saidani : je ne dirais plus rien » date du 18 février 2014. L'artiste l'a dessinée à la suite des critiques et de la rupture lancées par le pouvoir et les partis politiques contre le chef du FLN, à cause de ses accusations gravissimes contre le patron du Département du renseignement et de la sécurité (DRS), Saidani a décidé de ne plus dire rien contre l'Etat algérien et ses institutions.

Elle est dessinée dans un cadre rectangulaire. Elle se compose d'un seul personnage. Celui-ci est vu de la poitrine. Il s'agit donc d'un plan rapproché. Ainsi, il est vu de côté, il est question d'une prise de vue oblique. Le personnage dessiné n'évoque aucune personne particulière. Mais le dessinateur «Le Hic» avait l'intention d'assurer l'identité de son personnage en précisant qu'il s'agit d'un caricaturiste.

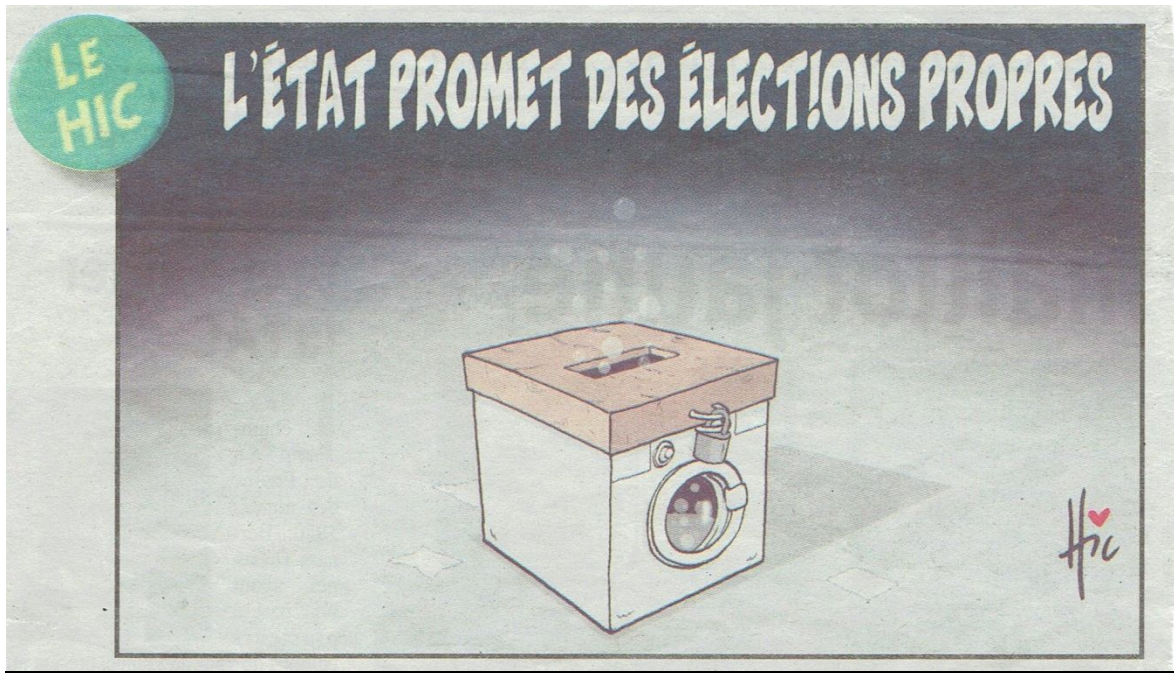
Il est habillé d'une veste verte et d'une casquette de la même couleur. Il porte des lunettes claires. Il a un gros nez épaté, des yeux cachés sous des lunettes, une grande bouche ouverte de laquelle sortent des gouttes de salive et qui laisse voir sa langue et ses dents. Il a une légère barbe.

Il est assis, devant son bureau, sur une chaise rouge à la bordure noire. Il tient de sa main droite un crayon rouge. Sous la lumière d'un phare électrique fixé sous une forme d'un angle droit, il tente de dessiner quelque chose sur une feuille blanche mise devant lui.

L'autre main est mise sur la feuille avec un annulaire levé et retourné en arrière. Son corps est déployé vers le bureau, un bureau plein de documents : un pinceau vert, un classeur à dessiner, une gomme, une bouteille d'encre versée, un ensemble de crayon, une règle, le journal d'El Watan et une plaque jaune écrit sur laquelle « caricaturiste ». Au dessus de sa tête, une bulle contient les paroles : « Zut !! Ça va être triste ».

Les expressions de son visage, ainsi que les paroles dans la bulle, indiquent que le caricaturiste est triste.

Caricature N° 7 :



La caricature parue le 12 mars 2014, sous le titre de « L'Etat promet des élections propres ». Le titre dénote que le pouvoir algérien a promis des élections présidentielles propres, libres et ouvertes.

Cette représentation caricaturale est dessinée dans un cadre rectangulaire. Elle est inscrite dans un plan moyen. Elle ne se compose pas de personnage. Cependant, elle représente une boîte d'urne de côté. Il s'agit, ici, d'une prise de vue oblique.

Cette caricature montre, comme il est déjà mentionné auparavant, une boîte d'urne blanche avec une face supérieure marron sous forme d'une machine à laver. Elle est fermée par un cadenas. Au milieu de sa face supérieure, on voit, à travers le hublot, des bulles de savons montantes qui nettoient. Elle est mise par terre et on voit de son côté droit son ombre. Le carrelage du sol est garni de différentes figures telles que l'étoile et le carré. A l'arrière plan, il apparaît une ombre noire et grise.

Caricature N° 8 :



L'image caricaturale intitulée « Bouteflika officiellement président de la République, une nouvelle Ère pour l'Algérie » est publiée le 29 avril 2014. Elle dénote que le président Abdel Aziz Bouteflika a entamé, officiellement, son quatrième mandat en tant que président de la République, où l va gérer le pays dans un fauteuil roulant. Elle est représentée dans un cadre rectangulaire et dans un plan moyen. Le personnage est vu de coté, il s'agit d'une prise de vue oblique. Ainsi, elle est constituée d'un seul personnage qui renvoie au président algérien.

Le président Bouteflika est assis dans un fauteuil roulant gris et les bras sont posés sur les cotés de celui-ci. Derrière lui, se trouve le drapeau algérien sous forme d'un homme debout. Il est vêtu en classique ; un costume gris, une chemise blanche, une cravate noire et des grandes chaussures de la même couleur. Sur sa tête repose une couronne en or jaune. Ses vêtements dénotent qu'il appartient aux hommes du pouvoir.

Le personnage a une grande bouche ouverte de laquelle sortent des gouttes de salive, ce qu'il dénote qu'il parle. Sa parole est inscrite dans une grande bulle en face de lui : « Fini la politique de la chaise vide ». Sa bouche ouverte laisse voir sa langue et ses dents. Il a un menton étendu, un nez rond, un œil quasi-fermé au milieu de son visage, moustachu, des oreilles abîmées. Il a des cheveux noirs et longs tombant sur ses épaules. Son visage dénote qu'il est content.

Caricature N° 9 :



Cette caricature est publiée le 23 juillet 2014, sous le titre de «Couffin du Ramadhan 2014 ». Elle dénote les prestations qu’offrent l’Etat algérien aux pauvres chaque Ramadhan sous forme d’un couffin. Elle est représentée dans un cadre rectangulaire et un plan moyen. Le personnage est vu de côté, il s’agit, ici, d’une prise de vue oblique.

Les traits du visage de l’homme représenté n’appartiennent à aucune personne particulière. Nous dirons qu’il se réfère à tous les pauvres, il s’agit donc d’un personnage type. Il est vêtu d’une délicate tenue composée d’un pantalon gris, une veste de la même couleur, un tricot de peau blanc. Il chausse une babouche blanche. Sur sa tête repose une chéchia marron. Ses vêtements indiquent qu’il appartient à une classe sociale défavorisée.

Il a un visage exagérément long aux yeux exorbités et blancs, un petit nez, une bouche fermée et des lèvres serrées, un menton saillant, une légère barbe, moustachu et une oreille abîmée. Ainsi, l’homme s’est mis à genoux et son corps est retourné en arrière. Il tient de toute sa force un couffin sans profondeur. Son visage montre qu’il est heurté.

Conclusion :

En conclusion de ce premier chapitre, nous pouvons dire que la caricature est un tableau artistique, qui englobe deux contradictoires : la beauté et la laideur. La beauté est discrète. Elle renvoie au charme de la plume de l'artiste, qui arrive, dans un cadre très limité, à décrire un événement et une situation plus complexe. La laideur, qui est la principale caractéristique de cet art, a pour but de faire rire, ainsi, d'accentuer l'attention du lecteur sur des traits particuliers d'un personnage représenté. Le lecteur, doit arriver à bien cerner et décrire tous les détails concernant ce dessin humoristique afin d'aboutir à le comprendre.

La description de la caricature est une nécessité. Cependant, la compréhension de celle-ci exige que le lecteur passe à une seconde phase, qui demande, de sa part, un certain degré de réflexion et de savoirs socioculturels à savoir l'interprétation.

CHAPITRE II :
INTERPRETATION DES CARICATURES

1-Interprétation des caricatures de 01 à 09 :

Introduction :

L'interprétation (la connotation) constitue le deuxième niveau de la lecture de la caricature. Elle a pour objectif de comprendre le sens global de l'image caricaturale. Ce sens est le résultat issu de la complémentarité d'un certain nombre d'éléments constituant le dessin caricatural. Après avoir dégagé toutes les dénnotations des caricatures, nous allons essayer, dans ce qui suit, de dégager toutes les connotations possibles qui contiennent le titre et l'image, afin de connaître le rapport qui unit chaque icône à son titre.

Caricature N° 1 :

Cette caricature intitulée « Présidentielle 2014, les algériens espèrent du sang neuf », dénote le président de la République Bouteflika qui tient dans ses deux mains des sacs de sangs de différents groupes, des gouttes du sang et de son côté droit il y a un appareil de transfusion du sang. Elle nous parle, aussi, d'un sentiment que montre le président Bouteflika ; celui de la moquerie. Ce sentiment est connoté à travers les expressions de son visage, tel que le grand sourire et son regard. Ainsi, la parole dans la bulle : «...Quel groupe ?!! », qui montre à travers les points de suspension, d'interrogation et d'exclamation l'humour du président. Mais, le lecteur ne sait pas les causes qui suscitent ce sentiment. La présence du titre donne lieu à une bonne lecture de la caricature. En observant le message linguistique, nous remarquons qu'il véhicule deux sens : le premier est dénoté, celui qui nous informe que le peuple algérien est devant des élections présidentielles de 2014. Le second est connoté, qui nous dit que le peuple algérien veut du changement au niveau de la pyramide du pouvoir, cette signification est traduite par l'expression « du sang neuf ». Nous dirons, qu'ici, le titre complète l'icône.

Cependant, si nous entamons notre analyse par le titre, nous remarquons qu'il nous parle des espérances du peuple algérien de la présidentielle 2014. Mais l'icône complète ce signifié en nous montrant l'intention du pouvoir pour la présidentielle. La couronne posée sur la tête du président connote que le pouvoir ne veut pas de changement. Aussi, le code vestimentaire du président qui est vêtu d'un Pyjama, et également l'appareil de transfusion du sang connotent que le président est incapable de gérer le pays. Ainsi, l'ombre noir et gris en arrière plan connote la mauvaise intention du pouvoir envers la présidentielle. Dans ce cas, l'icône complète le titre.

Nous constatons que le titre et l'icône nous donne le sens global ou le message symbolique de la caricature qui est : le pouvoir se moque des espérances du peuple algérien, relatifs aux présidentielles 2014.

Caricature N° 2 :

Dans cette caricature intitulée : « Belgique, Corée du Sud et Russie, l'Algérie dans un group abordable », le titre et l'image dénotent les chances de l'équipe nationale pendant la coupe du monde 2014 en Brésil. Ils connotent l'exagération des supporters algériens à propos les chances de l'équipe nationale. Dans le titre, l'exagération est connotée par l'expression : « L'Algérie dans un groupe abordable », mais dans l'icône elle est connotée par les paroles dans les deux bulles : « Zut ! on risque de tomber face au Brésil en quart de finale », « Quais ! Et on ne pourra pas éviter l'Italie en demi-finale ». L'image contient d'autres connotations telles que le long chapeau qui connote la bourgeoisie et la bande verte qui connote le simple citoyen. Cela connote que tout le peuple algérien, avec ses différentes classes sociales, soutient l'équipe nationale. Nous remarquons que le titre et l'image nous donnent la même quantité d'information. Il y a, dans ce cas, un rapport de redondance. Mais, les paroles complètent l'image, elles la donnent une signification. Donc, il y a un rapport de complémentarité entre les paroles et l'image.

Caricature N° 3 :

Dans la présente caricature, si nous commençons notre analyse par le titre, nous remarquons qu'il ne possède pas un signifié complet, il parle de l'école algérienne sans préciser de quoi veut-t-il parler ? Le titre dans ce cas est insignifiant. Mais, si nous allons vers la lecture de l'image, qui dénote un élève assis sur un grand cartable, nous trouvons qu'elle est pleine de significations. Tout d'abord, les expressions du visage de l'élève telles que la bouche fermée et infléchie et les yeux flétris connotent la déception de l'élève algérien. Ainsi, les doigts croisés de sa main gauche et la main droite mise au dessous de son menton connotent le stress et la peur. Ensuite, le cartable qui devient un outil sur lequel on peut s'asseoir, connote l'état catastrophique de l'enseignement qui est vidé de tout sens. Aussi, le grand cartable qui semble surcharge connote la peine. Le carnet rouge au dessous du cartable connote le danger qui menace l'avenir des élèves. Puis, la règle verte signifie que le système éducatif a besoin d'un ensemble d'aménagements.

Nous remarquons que l'icône, permet au titre de dire, de s'exprimer et de lui donner la possibilité d'avoir du sens. Donc, le rôle de l'icône est primordial, elle complète le titre. Ainsi, l'icône et le titre nous donnent le message symbolique de la caricature, celui de : « l'élève algérien vit l'inconnu ».

Caricature N° 4 :

Cette représentation caricaturale intitulée : « Lâché par Bouteflika, Saidani se trouve seul le jour de la S-T Valentin », dénote le secrétaire général du FLN, assis tout seul, au milieu d'une rue un peu sombre, sur une longue chaise et serre au dessous de son bras droit une derbouka. Elle exprime, donc, le sentiment d'isolement que vit le secrétaire général du FLN, suite à ses déclarations. Ce sentiment est connoté à partir de sa manière de s'asseoir où il tourne le dos au lecteur pour ne pas voir les larmes aux yeux, celles-ci sont exprimées par deux gouttes. Aussi le petit cœur et les paroles dans la bulle « c'est toi que j'aime » connotent la désolation. Ce sentiment de désolation se laisse lui aussi des arbres et des cotés de la rue en noir qui connotent le chagrin. De plus, la derbouka symbolise le bavardage et le manque de confiance. Ce qui signifie que les déclarations de Saidani ne trouvent aucun soutien de ses collègues.

Mais, l'icône ne nous renseigne pas sur les motifs de cet état. Le lecteur a besoin d'une explication. Le titre nous informe que Saidani est dans un état pénible, puisqu'il est lâché par le président de la République. De plus, l'expression «seul le jour de la S-T Valentin », qui symbolise le jour de l'amour, montre d'avantage le sentiment de la solitude.

Donc, nous arrivons à la conclusion que le titre et l'icône se complètent. Ils nous offrent le sens global dont Saidani supplie la tolérance et l'absolution.

Caricature N °5 :

Dans le titre, on renseigne le lecteur sur un caricaturiste qui risque 18 mois de prison ferme pour un dessin non publié. L'icône, qui semble pleine de significations, transmet presque les mêmes informations, mais elle précise le lieu de la prison qu'il s'agit de Guantanamo. Celle-ci est réservée aux terroristes ce qui connote que la caricature représente, chez les autorités, le même degré de danger que le terrorisme. Le crayon rouge, dans la main du caricaturiste porte deux significations : la première est celle du dérangement que peut susciter cet artiste aux personnes qu'il dessine. La deuxième est celle de l'actualité touchante qui la critique. Le grand carnet porté par ce dernier connote

les grandes peines et les soucis de la société. Sa bouche cachée sous le grand carnet connote deux sens : le premier désigne que le caricaturiste présente et critique l'actualité par l'image, sans le recours aux mots. Le second désigne qu'il est sous la menace qui l'empêche d'accomplir sa fonction. L'expression écrite sur le carnet « Jony-Mar » évoque le sentiment du caricaturiste qui se dégoûtait de tous ces obstacles qui l'empêchent de faire son travail librement. Aussi, le point d'exclamation représente qu'il est surpris de ce qui se passe autour de lui. Ainsi, l'index levé du juge connote l'avertissement. Les expressions du visage du juge, tels que la bouche largement ouverte, les yeux globuleux et les joues rougies expriment qu'il est dans un état très fort de la colère, ce sentiment montre la contrainte des autorités de ce caricaturiste. L'expression écrite en bas de la caricature et à son côté droit : « Pour Djamel Ghanem » dénote la solidarité de ses collègues.

Dans cette caricature, nous constatons que le code linguistique et le code iconique s'enrichissent mutuellement pour donner le sens global de l'image qui est : en Algérie, la liberté d'expression, surtout celle de la caricature, est menacée car elle représente un danger du même titre que le terrorisme.

Caricature N° 6 :

Dans cette caricature intitulée : « Saidani : je ne dirais plus rien », l'icône dénote un caricaturiste, devant une feuille blanche où il n'arrive pas à dessiner ce qui le rend triste. La feuille blanche est une connotation de l'incapacité du caricaturiste de dire et de transmettre des messages. Le crayon rouge que tient l'artiste connote que celui-ci utilise sa plume pour critiquer l'actualité. La lumière du phare dirigée vers la feuille blanche symbolise que tout ce qui se passe dans la société est sous le regard du dessinateur. Ainsi, le signifiant l'encre noire versée d'une bouteille a comme signifié les vices de la société. De son côté, la gomme connote la nécessité d'arracher quelques aspects et conduites étranges des mœurs de la société. La bouche largement ouverte représente qu'il est étonné de ce qui se passe autour de lui.

Nous constatons que l'icône représente le sentiment de la tristesse du caricaturiste, sans qu'elle nous dise ses raisons. Mais le titre précise la véritable cause, celle de la décision prise par le patron du FLN Amar Saidani d'arrêter ses déclarations contre le patron du Département de renseignement et de la sécurité (DRS) le général Toufik. Donc, le titre permet une bonne lecture de la caricature. Dans ce cas le titre complète l'icône.

Si nous retournons du côté du titre, nous constatons qu'il ne parle que de la décision de Saidani. Cependant, l'icône complète ce signifié. Elle évoque que cette décision a un effet négatif sur la fonction du caricaturiste. Celui-ci s'inspire des faits spéciaux et extraordinaires. L'icône, ici, complète le titre. Cette complémentarité mutuelle entre l'icône et le titre nous donne le message global, celui de la caricature qui a un rôle important dans l'information.

Caricature N° 7 :

Dans cette caricature, nous remarquons que le titre nous renseigne sur l'Etat algérien qui a promis des élections propres. En analysant l'icône, nous remarquons qu'elle vient de compléter le signifié linguistique. Elle dénote une boîte d'urne sous forme d'une machine à laver qui symbolise la propreté. Cette machine à laver transmet l'idée que le vote n'est pas intègre, il se déroule sous le voile de la contrefaçon. Le caricaturiste renforce cette idée par les bulles du savon qui sortent de la machine. Cela connote qu'elle est mise en fonction. Le cadenas indique ce qui se passe pendant le dépouillement des bulletins de vote. Celui-ci reste latent et loin de toute sorte de contrôle. L'arrière plan en noir et gris connote l'obscurité qui entoure le processus électoral. Donc, l'icône évoque la façon dont le pouvoir gère les élections, en Algérie.

Nous arrivons à la conclusion que l'icône et le titre se complètent pour nous donner le message symbolique de la caricature : en Algérie, le vote ne sort jamais de la volonté du pouvoir.

Caricature N° 8 :

Dans cette caricature intitulée : « Bouteflika officiellement président de la République, une nouvelle Ere pour l'Algérie », le titre nous renseigne que Bouteflika a gagné Les élections présidentielles et que le pays est devant une nouvelle Ere, mais sans préciser de quelle Ere parle-t-il ? Une telle imprécision conduit le lecteur vers diverses significations ; on penserait par exemple qu'il s'agit d'une révision constitutionnelle. Aussi, on pourrait supposer qu'il s'agit d'un remaniement ministériel, etc. L'icône, ici, vient mettre fin à toute polysémie. Elle nous informe sur la nouvelle politique qui va se mettre en exécution, au lieu de la politique de la chaise vide. Celle-ci connote que le président a passé quinze ans de règne dans des voyages d'un pays à un autre où il a laissé la chaise du pouvoir vide la plus part du temps. L'icône présente le président assis dans un fauteuil roulant, celui-ci

symbolise l'incapacité du président de continuer à faire les tours autour du monde à cause de sa maladie. De même, la couronne en or déposée sur sa tête connote aux yeux des lecteurs le type du pouvoir en Algérie, celui du régime monarchique. Ainsi, le drapeau de l'Algérie, derrière le président, et qui est sous forme d'un homme debout, connote que tout le peuple algérien est soumis à la volonté d'un président malade et incapable de gérer le pays. L'ombre noire et grise connote la vie politique épouvantable en Algérie.

Donc, nous concluons que l'icône et le titre se complètent. Il existe entre eux un rapport de complémentarité qui permet de dégager le sens global de la caricature celui de : l'Algérie est gérée, encore, par le président Bouteflika qui semble incapable d'accomplir son devoir à cause de sa maladie.

Caricature N° 9 :

Dans cette caricature titrée : « Couffin du Ramadhan 2014 », nous remarquons que le titre et l'icône traitent le sujet du couffin de Ramadhan. Cependant, l'icône dit d'avantage, parce qu'elle est pleine de significations. En commençant par le signifiant du couffin sans profondeur qui connote aux yeux des lecteurs l'inutilité de celui-ci. Aussi, les vêtements du personnage évoquent la pauvreté. De même, les expressions de son visage tel que les yeux exorbités, la bouche fermée et les lèvres serrées connotent qu'il est surpris et heurté de ce qu'il y a à l'intérieure de ce couffin. La position de son corps où il est à genoux connote qu'il supplie la pitié des responsables pour prendre sa misère en considération.

Cependant, notre analyse de l'icône seul est insuffisante pour que nous arrivions à décoder le sens de la caricature. C'est la présence du titre qui facilite ce décodage, car il précise de quel couffin parle-t-il l'icône ? Il précise qu'il s'agit du couffin du Ramadhan 2014.

Alors, le code iconique et le code linguistique se complètent pour décoder le message global de la caricature qui est : le couffin du Ramadhan 2014 n'est qu'une manière d'humiliation des pauvres.

2- Rapport texte/ image :

A partir de l'analyse des caricatures, nous pouvons souligner les résultats suivants :

Tableau N°1 : La fonction d'ancrage / relais

Caricatures	Relais	Ancrage
01	+	+
02	+	+
03	+	+
04	+	+
05	+	+
06	+	+
07	+	+
08	+	+
09	+	+

Le tableau ci-dessus nous permet de déduire comme conclusion que la fonction entre texte et image correspond, dans toutes les caricatures, à la fonction d'ancrage et de relais.

Tableau N°2 : Le rapport titre/ image et le rapport paroles/ images :

Caricatures	Rapport titre/image	Rapport paroles/image
01	Complémentarité	Complémentarité
02	Redondance	Complémentarité
03	Complémentarité	Complémentarité
04	Complémentarité	Complémentarité
05	Complémentarité	Complémentarité
06	Complémentarité	Complémentarité
07	Complémentarité	–
08	Complémentarité	Complémentarité
09	Complémentarité	–

A partir de ce tableau, nous constatons que la relation entre les titres et les images est complémentaire, sauf dans la caricature n°2 où il y a une relation de redondance.

La relation entre les paroles et les images est, aussi, complémentaire sauf dans les caricatures n°7 n°9 où elles ne contiennent pas de paroles. Cette complémentarité entre texte et image sert à construire le sens global de l'image caricaturale.

Conclusion :

Au terme de ce second chapitre, nous pouvons souligner que l'interprétation demeure une étape fondamentale et importante dans la lecture de la caricature. Le lecteur bénéficie d'une certaine sphère de liberté lors de la compréhension de l'image caricaturale. Cependant, le décodage du sens global transmis par le dessinateur, interpelle la conscience du lecteur et ses connaissances socioculturelles. Ainsi, l'interprétation des caricatures sert à identifier le rapport qui unit le code iconique et le code linguistique. C'est le cas traduit par notre étude où nous sommes arrivés à extraire qu'il y a une relation de complémentarité entre ces deux pôles de la caricature.

CONCLUSION GENERALE

Conclusion générale :

La caricature n'est pas un simple dessin satirique, que l'on voie et l'oublie immédiatement. Par sa spécificité, elle interpelle le lecteur, l'attire, le pousse à la voir, à la lire, à la comprendre et à l'interpréter. Elle incite, chez lui, la réflexion et l'imagination. Elle est, aussi, un message visuel humoristique, transmis à travers la plume de son dessinateur. Elle est un outil efficace de la communication et de l'information. Un bon dessin vaut mieux qu'un long discours. Elle constitue un lieu d'interaction entre deux codes : l'un linguistique et l'autre iconique. Ces deux codes semblent, dès la première observation, corrélés par un lien inaperçu. Cela nous accule à centrer notre réflexion sur le questionnement suivant : quel type de rapport existe-t-il entre le titre et l'icône ? Et quelle fonction jouent-t-ils chacun de ces composants de la caricature ?

Pour la réalisation de notre travail, nous avons rencontré des difficultés théoriques qui résultent du manque de documentation suffisante, surtout celles qui concernent la sémiologie. Cette difficulté nous a poussés à faire recours aux travaux de recherche de magistère déjà cités. Aussi, au niveau pratique, la signification des caricatures et l'interprétation du sens n'étaient pas faciles. Nous avons essayé de rapprocher de ce qu'il voulait dire le caricaturiste. Mais, l'interprétation demeure subjective et dépendante aux savoirs culturels de chaque individu.

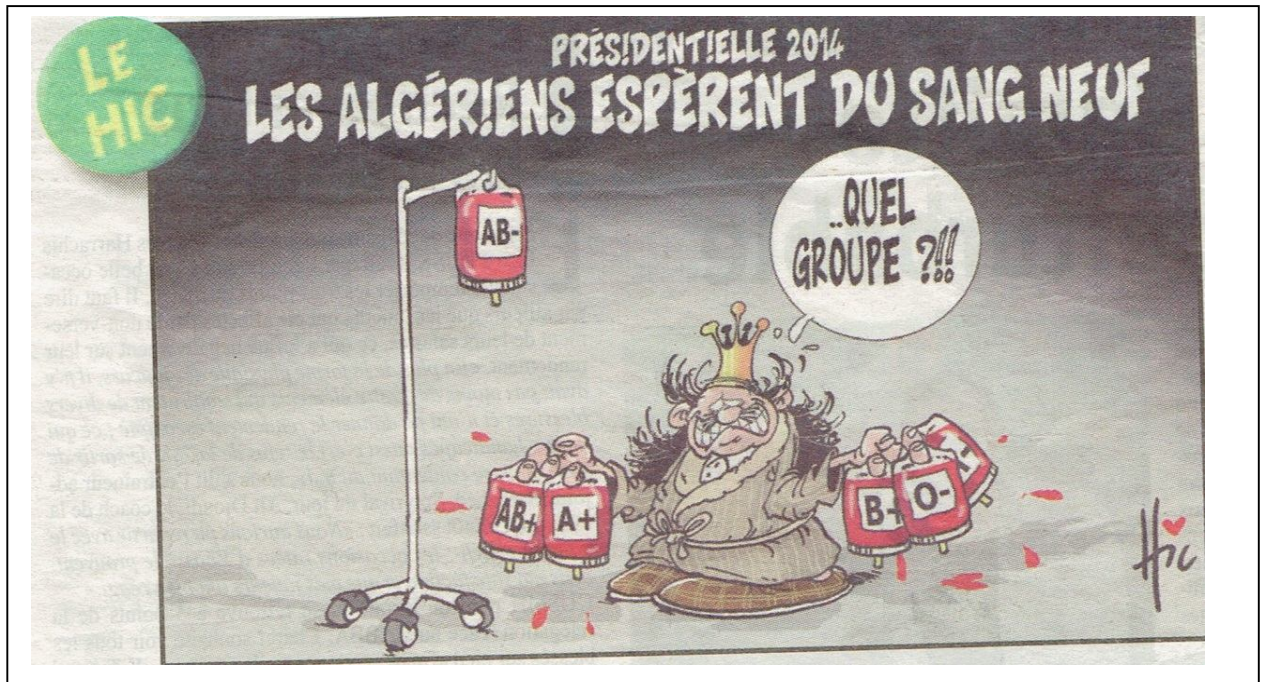
La caricature, en tant que système de signes qui sert à informer et communiquer un message, constitue un objet de la recherche sémiologique, par excellent, car la sémiologie est la science qui étudie les signes. Cette science propose une méthode d'étude de la signification du processus interprétatif. L'analyse sémiologique de notre corpus nous a permis d'étudier la signification du code linguistique et iconique au niveau de la dénotation et la connotation. Ainsi, nous avons dégagé le rapport qui unit chacun des pôles de la caricature.

Dans la lecture de la caricature, nous avons relevé les dénotations et les connotations de chaque caricature. Ensuite, nous avons fait l'analyse de la relation qui existe entre l'iconique et le linguistique. Dans notre analyse du rapport texte/ image dans la caricature, nous avons constaté qu'il y a un rapport de complémentarité sous différents degrés. Dans certains cas, nous avons relevé que le code iconique est limité mais le code linguistique le complète. Dans d'autres cas, nous avons relevé le contraire, c'est l'icône qui complète le titre. Donc, le sens et la signification de la caricature se réalisent à travers la cohabitation

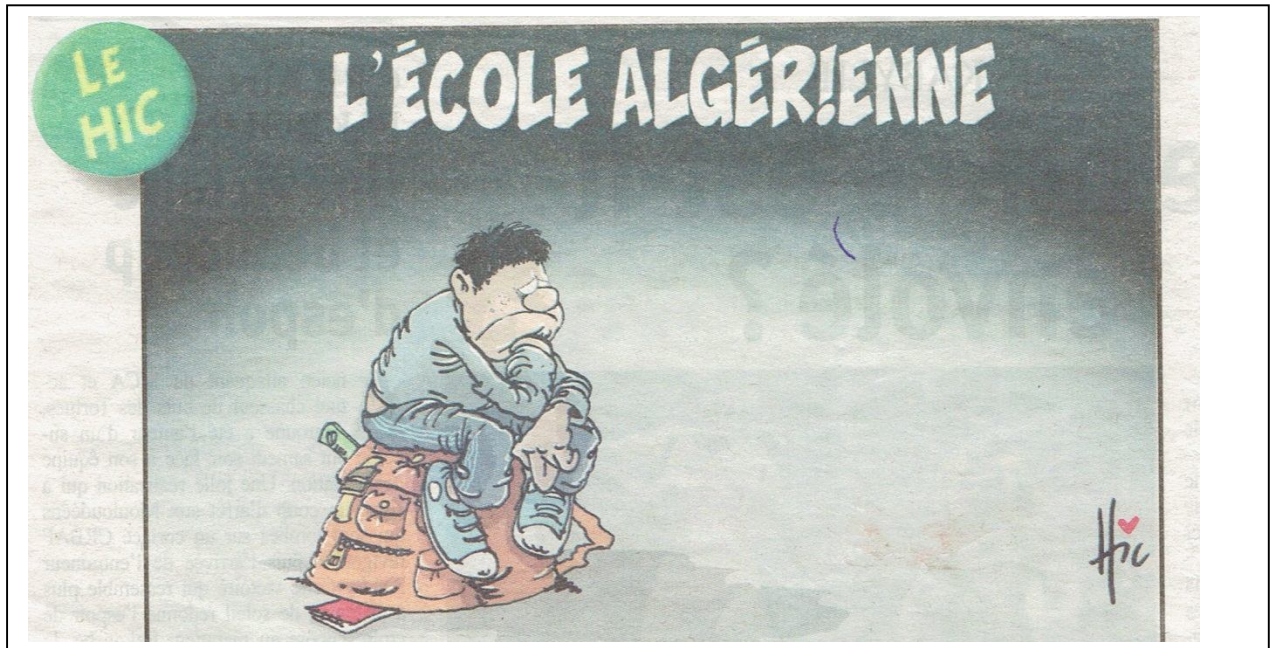
de ses deux codes, qui la rendent à la fin lisible et compréhensible. Ainsi, nous avons trouvé un cas où il y a un rapport de redondance entre titre et image. Enfin, à propos de la fonction que jouent l'iconique et le linguistique, nous avons relevé qu'il y a une fonction de relais et d'ancrage car les deux codes sont dans un rapport de complémentarité.

Sous la lumière des résultats obtenus, nous pouvons conclure que la première hypothèse à savoir : « Il existe un rapport de complémentarité entre le code linguistique et le code iconique » est affirmée. Cependant, la deuxième hypothèse celle de : « La coexistence des deux codes suscite une pluralité de sens » est infirmée. Certes, toute image est polysémique, mais l'intervention du titre ou de l'icône, comme nous avons constaté pendant notre analyse, intervient pour mettre fin à toute polysémie.

Les Annexes



Caricature n° : 03 Date : 03/02/2014



Caricature n° : 04 Date : 15/02/2014



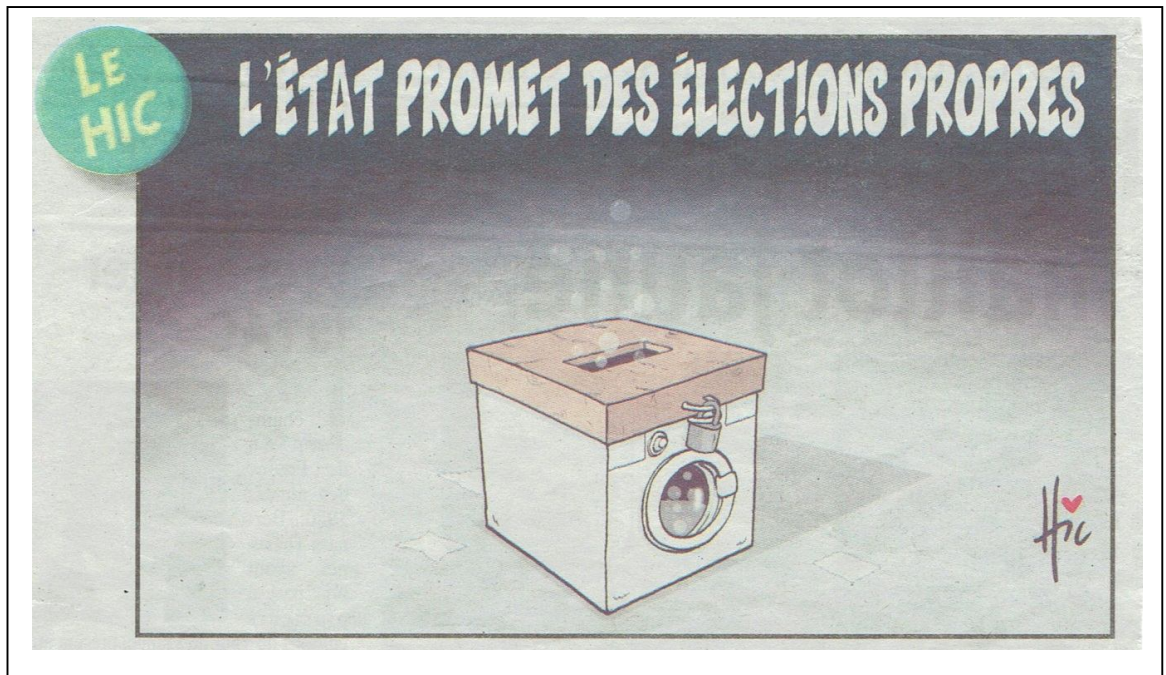
Caricature n° : 05 Date : 16/02/2014



Caricature n° : 06 Date : 18/02/2014

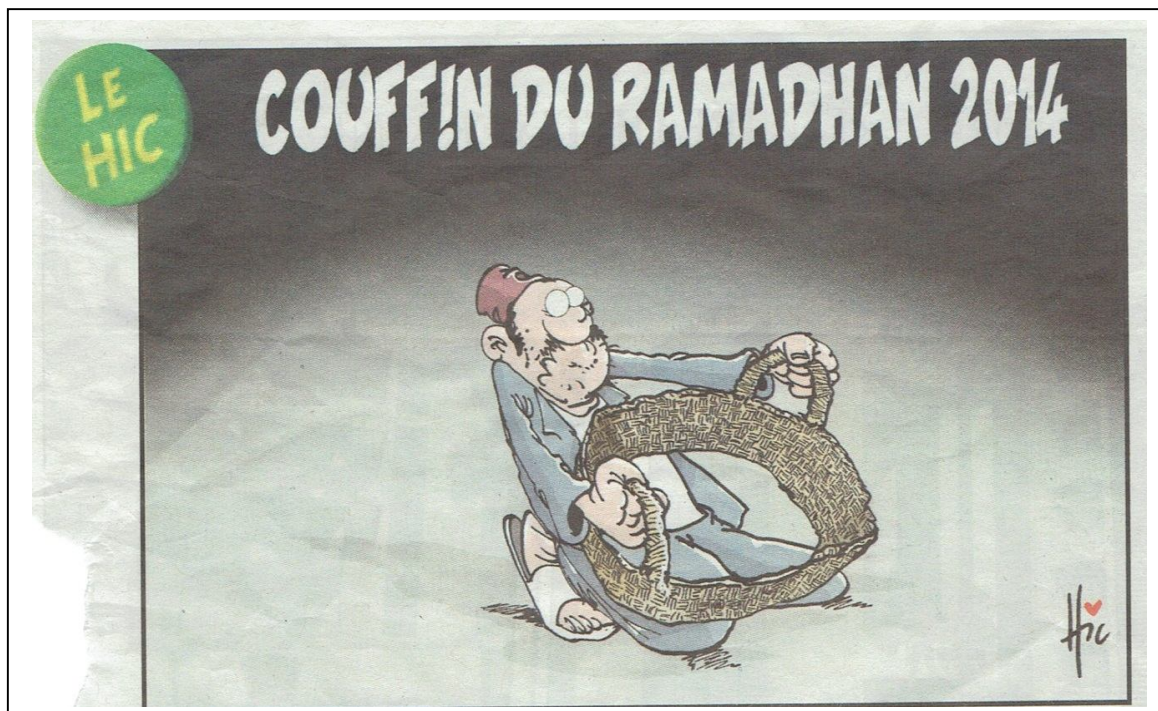


Caricature n° : 07 Date : 12/03/2014



Caricature n° : 08 Date : 29/04/2014





GLOSSAIRE

GLOSSAIRE :

Analogie : ressemblance entre un objet réel et sa représentation sur une image.

Ancrage : On parle d'une fonction d'ancrage lorsque le texte ou le message linguistique intervient pour ancrer ou fixer le sens de l'image qui se caractérise par la polysémie.

Analyse sémiologique de la caricature : c'est une sorte d'analyse qui se fonde sur l'étude des signes en analysant les différents codes composants de la caricature, à titre d'exemple ; le code vestimentaire, le code physiologique, etc.

Cadre : il désigne la limite de la de la représentation d'une image.

Caricature : un dessin humoristique qui se fonde sur la représentation de l'actualité, il critique et en met à nu tous les vices et les défauts de la société représentée.

Caricaturiste : un artiste qui interpelle, à travers sa plume, la conscience de son public et combattre les injustices en transmettant des messages implicites.

Code : système structuré basé sur des conventions socioculturelles (mécanisme régi par des règles).

Code iconique : il est selon Peirce, tout système de reproduction analogique autre que les systèmes linguistiques.

Code linguistique : le signe linguistique, selon Ferdinand de Saussure, est la réunion d'un concept appelé « le signifié » et d'une image acoustique nommée « le signifiant ». Il est biface et arbitraire.

Connotation : discours implicite et interprétation spontanée associée à un signe et dépendant des références du spectateur. Elle est subjective. Elle est ce que nous suggère l'image.

Dénotation : discours explicite qui constitue le premier niveau de la signification. Elle nécessite un savoir perceptif. Elle est objective.

Echelle des plans : l'échelle des plans traduit un rapport de proportion entre le sujet et le cadre. Elle correspond à la grandeur des êtres, objets ou éléments de décor représentés dans l'image par rapport à la taille de celle-ci.

Icône : le signe entretient une relation d'analogie, de ressemblance avec son référent.

Image : en pratique, c'est un message visuel complexe, polysémique et hétérogène, qui se constitue d'un ensemble de signes : des signes iconiques (analogiques, figuratif), des signes plastiques (aspects formels, non figuratifs) et des signes linguistiques scripturaux (langage verbal écrit).

Indice : il y a une relation causale de contiguïté vécue, de nature existentielle, avec l'objet dénoté lui-même. Par exemple : la fumée et le feu ; la présence de fumée me permet de d'induire l'existence d'un feu.

Message iconique : on distingue deux types du message iconique : le premier est le message iconique non codé, qui renvoie au message littéral. Le second est codé, qui constitue le message symbolique.

Message linguistique : il constitue le premier message rencontré lors de l'observation d'une image, ses supports sont ; la légende, la marginale et les étiquettes. Il peut avoir, parfois, double sens, le sens dénoté et connoté.

Plan : il se trouve de multiples plans qui servent à exprimer l'image.

Polysémie : caractère d'un signe qui possède plusieurs sens, plusieurs contenus. Toute image est polysémique.

Référent : c'est la réalité extralinguistique à laquelle renvoi le signe.

Relais : la fonction de relais se réalise lorsque l'image et le texte sont dans un rapport de complémentarité, elles se complètent pour donner le sens global du message.

Sémiologie ou sémiotique : ces deux sciences ont pour objet d'étude le signe.

Signe : est une unité de nature formelle constituée d'un signifié et d'un signifiant, le signe désigne le totale.

Signifiant : est la substance matérielle ou phonique charge de support l'idée.

Signification : est le rapport réciproque qui unit les deux faces du signe : le signifiant et le signifié.

Signifié : c'est le concept, l'idée, le contenu d'un message à transmettre.

Symbole : la relation de convention (codifiée) qui unit le signe à son référent est arbitraire, signe figuratif ou non.

BIBLIOGRAPHIE

I-Ouvrages :

- 1-ADAM, Jean-Michel, et, BONHOM, Marc : *L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, NATHAN, Paris, 1997.
- 2-CHATEAU, Dominique, *Sémiotique et esthétique de l'image*, L'Harmattan, Paris, 2010.
- 3-CHEHAD, Mohamed Salah, *Cours de sémiologie générale*, Midad University Press, Constantine, 2007.
- 4-COURTIER, Joseph, *La sémiotique du langage*, ARMAND COLIN, Paris, 2007.
- 5-DE SAUSSURE, Ferdinand, *Cours de linguistique générale* (la nouvelle collection), Ed Talantkit, Bejaia, 2002.
- 6-ECO, Umberto, *Sémiotique et philosophie du langage*, PUF, Paris, 1984.
- 7-JOANNES, Alain, *Communiquer par l'image*, Dunod, Paris, 2008.
- 8-JOLY, Martine, *Introduction à l'analyse de l'image*, Ed. NATHAN, Paris, 1993.
- 9-LAULAN, Thibault, et, MARIE, Anne, *Le langage de l'image*, Edition Universitaire, Paris, 1971.
- 10-MEUNIER, Jean- Pierre, et, PERAIJA, Daniel, *Introduction aux théories de la communication*, De Boeck, Bruxelles, 2010.

II-Articles :

- 1-BARTHES, Roland, *Rhétorique de l'image*, In. Communication, N4, Seuil, Paris, 1964.
- 2-BARTHES, Roland, *Eléments de sémiologie*, Ed. Poche, Paris, 1965.

III-Sitographie :

- 1-[http:// caricature-wikipedia.html](http://caricature-wikipedia.html).
- 2- [http:// fr. wikipedia. org/ wiki/ caricature](http://fr.wikipedia.org/wiki/caricature)
- 3- [http:// fr. wikipedia. org/ wiki/ El Watan](http://fr.wikipedia.org/wiki/El_Watan)
- 4- [http://fr. wikipedia. org/wiki/s/C3/.A9miologie](http://fr.wikipedia.org/wiki/s/C3/.A9miologie)

5- [http:// jean paul. gourevitch. perso. Sfr. fr/ slio/ sidefenition. Html](http://jean.paul.gourevitch.perso.sfr.fr/slio/sidefenition.html)

6- [http:// www. caricaturesetcaricature. com/](http://www.caricaturesetcaricature.com/)

7- [http://www. cnrtl. fr/ lexicographie/ caricature](http://www.cnrtl.fr/lexicographie/caricature)

8- [http:// www. elwatan. com/](http://www.elwatan.com/)

9- [http://linternaute. com/histoire/motcle/2874/a/1/1/](http://linternaute.com/histoire/motcle/2874/a/1/1/)

10- [http:// www. surlimage. Info/écrits/sémiologie. html](http://www.surlimage.info/écrits/sémiologie.html)

IV-Dictionnaires :

1-Dictionnaire de *Larousse : linguistique et sciences du langage*, 2002.

2- Dictionnaire Le petit Larousse, 2004.

3- Dictionnaire Le Petit Robert, 2002.

V-Mémoires :

1-MOUSSA, Ali, *Vers une didactisation du texte journalistique la caricature en question(S)*, Université de Ouargla, mémoire de magistère, sciences du langage, 2006.

2-NASREDINE, Bouache, *L'apport de l'image à la pédagogie du F.L. dans le troisième palier : Cas de première année du cycle moyen*, Université de Constantine, mémoire de magistère, linguistique et didactique, 2007.

2- ZOUAD, Ramla, *La caricature journalistique algérienne : quel (s) rapport (s) entre le linguistique et l'iconique ? Cas du journal « Liberté »*, Université de Constantine, mémoire de magistère, sciences du langage, 2007.