

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieure et de la Recherche Scientifique
Université Mohammed Seddik Ben Yahia – jijel -

N⁰ de série:

N⁰ d'ordre:



Faculté des lettres et des langues
Département de lettres et de langue française

MEMOIRE

Présenté pour l'obtention du diplôme de MASTER

Filière : Français

Spécialité : sciences du langage

Sujet

***Analyse sémiologique des logos des universités
algériennes***

Présenté par :

Madjeda MAKHLOUF

Nawel BOUTALEB

Sous la direction de :

Dr^e /Manel GHIMOUZE

Membre de jury :

➤ Présidente : **MELOUAH Rima**

Université. de Jijel

➤ Rapporteur : **GHIMOUZE Manel**

Université. de Jijel

➤ Examineur : **BOUDINA Youcef**

Université de Mila

Année universitaire 2019/2020

*R*emerciements

Nous tenons à remercier Dieu le tout puissant de nous avoir donné la volonté et le courage afin d'arriver à réaliser ce modeste travail.

*Avec les belles expressions de respect, nous adressons nos remerciements les plus sincères à notre directrice de recherche, la Docteure **Manel GHIMOUZE** qui nous a mis sur la bonne voie avec ses précieux conseils et son aide.*

Nos vifs remerciements vont également aux membres du jury pour l'intérêt qu'ils ont porté à notre recherche en acceptant d'examiner notre travail et de l'enrichir par leurs propositions et leurs observations.

Nous remercions aussi toutes les personnes qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

A la mémoire de mon père, décédé très tôt, et à ma chère mère, qui m'ont encouragée à aller de l'avant.

A mon époux qui est toujours près de moi avec ses encouragements, malgré ses obligations.

A mes trois anges, prunelles de mes yeux.

A mon binôme avec qui, je garde des souvenirs inoubliables

A tous ceux et celles qui m'ont réconfortée dans l'élaboration de ce mémoire.

A ceux et celles qui m'aiment et que j'aime.

Madjda

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

A la mémoire de mon père, décédé très tôt, et à ma chère mère, qui m'ont encouragée à aller de l'avant.

A toute ma famille sans exception.

A mon binôme avec qui, je garde des souvenirs
inoubliables

A tous ceux et celles qui m'ont réconfortée dans
l'élaboration de ce mémoire.

A ceux et celles qui m'aiment et que j'aime.

Nawel

Tables des matières

Introduction générale.....	12
----------------------------	----

Partie 1 : cadre théorique

CHAPITRE 1 : LA SEMIOLOGIE: ELEMENTS DE BASE

Introduction.....	19
1. Aux origines de la sémiologie	19
2. La sémiologie et la sémiotique : quelles différences et quelles ressemblances ?.....	21
2.1 la sémiologie.....	22
2.2 la sémiotique.....	23
2.3 La relation sémiologie / sémiotique.....	23
3. La sémiologie et la linguistique	23
4. Les courants de la sémiologie.....	25
4.1 La sémiologie de la communication.....	25
4.2 La sémiologie de la signification	26
Conclusion.....	27

CHAPITRE 2 : LOGOTYPE ET IMAGE FIXE : UN MESSAGE LINGUISTIQUE ET SEMIOLOGIQUE

Introduction.....	30
1. L'image et la théorie sémiologique.....	30
1.1 Eléments de présentation de l'image.....	30
1.2 La sémiologie et la lecture de l'image fixe	31
2. La relation image-texte	34
2.1 La fonction d'ancrage	35
2.2 La fonction relais.....	35
3. L'image comme signe sémiologique	35
3.1 Le signe linguistique	35
3.2 Le signe iconique	35
3.3 Le signe plastique.....	36
4. Le logotype, une communication graphique ou visuelle	37
4.1 Sens étymologique et définitions du logotype	38
4.2 Lien entre logotype et identité visuelle	39
5. Les qualités d'un bon logotype.....	40
6. Les fonctions du logotype.....	40
7. Les caractéristiques du logo	41
8. Typologie des logotypes.....	41
8.1 Les logos simples, typogrammes ou logogrammes.....	41
8.2 Les logos complexes	41
8.3 Les logos siglogotypes	41
8.4 Les logos icotypes.....	42
Conclusion.....	42

Partie 2 : cadre pratique

CHAPITRE3 : PRESENTATION DE L'AIRES D'ETUDE ET DU CORPUS D'ANALYSE

Introduction	46
1. Présentation du contexte de la recherche	46
1.1 L'université algérienne : un aperçu historique et culturelle.....	46
1.2 Répartition régionale de l'université algérienne.....	47
1.3 Bref présentation des universités mises en question.....	49
2. Présentation et construction du corpus	56
2.1 Le logo universitaire : une identité authentique	56
2.2 Le corpus	57
2.3 Choix et de corpus.....	58
2.4 Limites du corpus.....	58
2.5 Les données globales accompagnant le logo universitaire.....	59
3. Méthode de travail	62
4. La signification de la couleur, la forme et la police dans le logo	62
4.1 La signification de la couleur.....	62
4.2 La forme.....	64
4.3 La police.....	67
Conclusion	67
<u>CHAPITRE4: METHODOLOGIE ET ANALYSE DES LOGOS</u>	
Introduction	70
1. Protocol du travail	70
2. L'analyse sémiologique des logos universitaires	70
- L'analyse du logo L01.....	71
- L'analyse du logo L02.....	74
- L'analyse du logo L03.....	76
- L'analyse du logo L04.....	78
- L'analyse du logo L05.....	80
- L'analyse du logo L06.....	82
- L'analyse du logo L07.....	86
- l'analyse du logo L08.....	88
- L'analyse du logo L09.....	90
- L'analyse du logo l10.....	93
- l'analyse du logo L11.....	95
- L'analyse du logo L12.....	97
3. Synthèse de lecture des douze logos universitaires	99
Conclusion	100
Conclusion générale	102
Résumé.....	104
Abstract.....	105
ملخص.....	106
liste des références bibliographiques	107

Liste des tableaux et des figures

Liste des tableaux

Tableau n° 1.1 : la distinction entre sémiologie et sémiotique.....	23
Tableau n° 2.1 : tableau illustrant l’image publicitaire des pâtes de Panzani	32
Tableau n° 3.1 : tableau illustrant les universités algériennes de la région Ouest.....	47
Tableau n° 3.2 : tableau illustrant les universités algériennes de la région Centre.....	48
Tableau n° 3.3 : tableau illustrant les universités algériennes de la région Est.....	49
Tableau n° 3.4 : tableau illustrant les données globales accompagnant le logo universitaire..	61

Liste des figures

Figure n° 4.1 : logo de l’université Ben Yousef Ben Khedda d’Alger.....	71
Figure n° 4.2 : logo de l’université Mouloud Mammeri de Tizi Ouazou.....	74
Figure n° 4.3 : logo de l’université Saad dahleb de Blida	76
Figure n° 4.4 : logo de l’université de Ghardaïa	78
Figure n° 4.5 : logo de l’université de Jijel.....	80
Figure n° 4.6 : logo de l’université des Frères Mentouri Constantine l.....	82
Figure n° 4.7 : logo de l’université de Sétif.....	86
Figure n° 4.8 : logo de l’université d’Ouargla	88
Figure n° 4.9 : logo de l’université des sciences et de la technologie d’Oran.....	90
Figure n° 4.10 : logo de l’université de Mostaganem	93
Figure n° 4.11 : logo de l’université de Tlemcen	95
Figure n° 4.12 : logo de l’université de Bechar.....	97

Introduction
générale

Introduction générale

Le logotype a longtemps été considéré comme une invention avec intérêt, un fait visuel de la langue, un art visible des messages linguistiques et iconiques. Aujourd'hui les logos sont omniprésents dans le monde de l'université algérienne comme dans notre vie quotidienne.

Il est évident que le logotype est considéré dans son analyse sémiologique comme une image fixe. Il est un dispositif spécifique qui assure un certain nombre de fonctions, dans le processus de communication entre une organisation et ses publics. Le logo tout simplement est le pilier, porteur d'image d'une entreprise ou d'un établissement, c'est pourquoi, il est primordial de bien choisir son logo pour assurer sa réussite et sa pérennité.

L'apparition de l'université algérienne a marqué un tournant important dans l'histoire de l'éducation et de la culture de l'Algérie, qui lui a permis de progresser incessamment dans tous les domaines, d'accéder au savoir et aux échanges scientifiques et culturels entre les civilisations et les pays. Or chaque établissement universitaire est identifié par un logotype qui lui permet d'être reconnue et spécifique.

Le logotype est la pièce principale de la communication visuelle de chaque établissement, dans notre cas d'étude, nous parlons du logotype de l'université algérienne. Il se compose de beaucoup de détails, sa spécificité nous pousse, en tant qu'étudiantes en sciences du langage, de l'interpréter et de comprendre toutes ses formes, à réfléchir sur ses différents composants et leurs significations, d'où notre intérêt de travailler sur un thème qui s'inscrit dans le domaine de la sémiologie intitulé : « *Analyse sémiologique des logos des universités algériennes* ».

Il s'agit de mener une analyse des différents composants et caractéristiques de ce signe de représentation, afin de voir et de comprendre son rôle dans la stratégie de communication de l'université algérienne.

Notre étude repose sur analyse sémiologique. De ce fait, l'image, concept fondamental, mérite d'être analysée et interprétée. Elle renvoie à un sens commun qui est la représentation visuelle, mais il figure aussi un objet second par rapport à un autre qu'il représente. Autrement dit l'image fixe dans notre cas d'analyse (logo universitaire) est en effet initialement un reflet d'un point de vue, mais elle peut aussi, selon son analyse, être un choix de représentation.

Certes, le domaine de la sémiologie est intéressant pour un étudiant en sciences du langage. La sémiologie, tout d'abord, est considérée comme une science qui renvoie davantage à Saussure, à Barthes, à Metz et de façon plus générale à la tradition européenne où les sciences dites humaines restent plus ou moins attachées aux mouvements littéraires, esthétiques et philosophiques.

Notons ensuite, que pour les célèbres fondateurs de la sémiologie, tels Ferdinand de Saussure, la sémiologie est un vaste domaine scientifique dont la linguistique est un élément. Or, dans les années soixante, Roland Barthes inversera la proposition et inventera la sémiologie de l'image en empruntant à la linguistique ses concepts. Sans doute, c'était la condition historique pour que l'image, en tant qu'objet d'étude, puisse faire son entrée dans l'univers du signe. Pour M. Joly, la sémiologie de l'image permet de déchiffrer la signification ou la production de sens par l'image visuelle souvent l'image fixe.

Afin d'élaborer notre travail de recherche, nous allons nous inspirer de quelques ouvrages et articles surtout de JOLY Martine pour aborder les différentes définitions de l'image ainsi que les théories de Roland Barthes et Ferdinand de Saussure pour une étude sémiologique et linguistique de l'image.

La prise en compte des logos, leur interprétation ne constituent pas un travail nouveau, tant s'en faut. Cependant, l'approche de notre étude se vaudra sémiologique et s'inscrira dans l'analyse sémiologique des logos dont l'objet d'étude est le logo universitaire en Algérie. Particulièrement l'étude analytique de signes linguistique, iconique et plastique qui incluent le texte et l'image dans son contexte.

Notre choix du sujet n'est pas aléatoire ni hasardeux, il est dû à plusieurs raisons. D'abord, lorsque nous sommes entrées à l'université, la première chose qui nous a attirées était le logotype présenté en haut des affichages et publications. C'était là que notre curiosité s'est éveillée en s'interrogeant sur sa signification et sa valeur. De plus, le domaine de la sémiologie est très intéressant et nous permet d'approfondir nos connaissances sur l'interprétation de l'image. Enfin, pour révéler la relation du logo à l'institution universitaire et ce qu'elle peut représenter dans la sémiologie, et la nécessité de comprendre le sens du logo de l'université algérienne, qui vise souvent à se démarquer à travers l'image de son logo, d'où le sujet de notre recherche : « Analyse sémiologique des logos des universités algériennes ». Et pour aborder notre sujet, nous avons posé la question centrale suivante à la quelle nous comptons donner une réponse.

Comment le logo universitaire peut représenter une particularité culturelle et locale spécifique à la région algérienne ?

A cette question principale de notre recherche et grâce à cette problématique viennent s'ajouter d'autres sous questions de recherche :

- ✓ Quel est le message visuel transmis par le logo universitaire ?
- ✓ Quelle est la relation entre l'image et le texte qui l'accompagne ?

A l'issue des questions posées, et dans un souci de scientificité et d'objectivité pour donner plus de lumière aux logos universitaires, la logique de notre recherche propose comme hypothèses vérifiables par le biais d'une analyse réflexive les points suivants :

- ✓ Le visuel joue un rôle prééminent dans les logos universitaires. De ce fait, les inventeurs des logos universitaires feraient appel aux couleurs originales, des images attrayantes qui reflètent la région et ses particularités culturelles, économiques, historiques pour transmettre des messages précis.
- ✓ Le sens de l'image serait renforcé par le texte qui l'accompagne, ils entretiendraient entre eux une relation de complémentarité.

Pour bien mener notre recherche, nous avons réparti notre travail en deux parties : notant que chaque partie est composée d'au moins deux chapitres et chaque chapitre comporte une introduction et une conclusion partielles.

La première partie se veut théorique. Elle sera consacrée à la présentation des définitions des notions et des concepts théoriques. Nous présentons dans le premier chapitre les notions sémiologiques de base à savoir la sémiologie, son évolution historique, la sémiologie de Roland Barthes, la sémiologie et la linguistique ainsi les types de la sémiologie. Le deuxième chapitre propose une présentation théorique des notions de la sémiologie de l'image et du logotype, en précisons bien sûr la définition du logo, son importance, ses composants, ses fonctions et ses différents types.

La seconde partie sera consacrée à l'étude pratique (l'analyse) : elle contient aussi deux chapitres. Donc notre étude se basera en outre sur une analyse et interprétation du corpus, nous présenterons nos logos universitaires collectés dans le troisième chapitre, et nous procéderons à leur analyse sémiologique en suivant la méthode de Roland Barthes dans le quatrième chapitre.

A la fin du travail, nous clôturerons notre recherche par une conclusion générale qui résumera tout ce que nous aurons réalisé dans les deux parties.

Notre recherche se fixe pour objectif, à travers ce modeste travail, de réfléchir sur la réalisation et l'utilisation des logos au niveau de l'université algérienne, et d'en saisir la signification linguistique et iconique d'un système syncrétique qui a la charge de représenter une entité particulière, à la fois matérielle et immatérielle qui est l'université algérienne.

Afin d'atteindre les objectifs de notre étude, nous proposons un corpus constitué de douze logos universitaires algériens, parmi eux se trouve le logo de l'université de Jijel. Notons que cette analyse ne peut se réaliser qu'avec l'appui des différentes notions théoriques, abondamment fournies par Roland Barthes et Martine Joly.

Partie 1
Cadre théorique

Chapitre 1

La sémiologie:

éléments de base

Il serait bon d'imaginer une nouvelle science linguistique ; elle étudierait non plus l'origine des mots, ou étymologie, ni même leur diffusion, ou lexicologie, mais les progrès de leur solidification, leur épaissement le long du discours historique.

Roland Barthes, 1973

Introduction

Comme son titre l'indique, notre premier chapitre s'intéresse à la sémiologie qui va nous servir comme élément de base pour aborder l'analyse du logo universitaire comme étant une image sous l'angle de la signification. Tout en s'appuyant sur la théorie de Roland Barthes qui, à son tour, va nous servir dans notre analyse sémiologique des logos universitaires. Dans ce chapitre, nous commençons par une présentation des notions de bases auxquelles se réfère notre étude en question.

1. Aux origines de la sémiologie

La sémiologie est une discipline jeune fondée en Europe et aux Etats Unis aux alentours du XXème siècle, tandis que le terme « *sémiologie* » est un terme très ancien. Sémiologie du grec "sémion =signe, et logos = discours, parole, science".

Ce terme tire ses origines à l'Antiquité, où il désigne le secteur de la médecine, qui essaye de répondre beaucoup plus à la question « *quoi* », en ce qui concerne la signification des symptômes, plus qu'au « *comment* », qui constitue le noyau de la sémiologie en sciences humaines. (Joly, 2011 :18)

C'est avec le père fondateur de la linguistique, le philosophe suisse Ferdinand de Saussure (1857-1913) que la sémiologie trouve un nouvel essor et désigne une science qui étudie les signes linguistiques verbaux et non verbaux au sein de la société, « une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale ». (Dubois, Giacomo, Guespin, Marcellesi et Mével, 1994 : 425).

Selon Saussure, la sémiologie s'occupe de la signification du langage et les relations de sens, autrement dit, elle s'intéresse à tous les systèmes de signes. Grâce à cette science, nous pouvons comprendre le fonctionnement des signes ainsi que les règles qui les déterminent. Il constate que la sémiologie fait partie de la psychologie générale du fait qu'elle est liée à la psychologie sociale, et ajoute aussi que la linguistique existe sous l'angle de cette science dite générale.

Quant à sa position, c'est aux psychologues d'avoir le mérite à la situer, car le linguiste s'occupe de la langue¹ et de sa spécificité, ce qui rend la langue un système spécial en sémiologie. (Saussure, 2013 :26-27)

Saussure n'était pas le seul qui a parlé d'une science de signes, dans la même époque et aux Etats Unis, Charles Sanders Peirce (1839-1914), un scientifique qui envisage une science générale qui à son tour s'intéresse aux signes dites « *Sémiotics* », terme utilisé pour la première fois par John Loke.

En ce qui concerne l'école européenne, c'est grâce à Roland Barthes, qui est un des précurseurs de Ferdinand de Saussure que la sémiologie a reconnu un développement important à partir des années 60. A travers ses travaux, il met le doigt sur le fait que chaque ensemble sémiologique doit passer par la langue : « Tout système sémiologique se mêle de langage ». (Barthes, 2002 :426)

Il redéfinit la sémiologie comme suit :

Prospectivement, la sémiologie a [...] pour objet tout système de signes, quelle qu'en soit la substance, quelles qu'en soient les limites: les images, les gestes, les sons mélodiques, les objets, et les complexes de ces substances que l'on retrouve dans des rites, des protocoles ou des spectacles constituent sinon des "langages" du moins des systèmes de signification. (Joly ,2002)

La sémiologie cherche à comprendre les grandes unités signifiantes du discours ce qui la rapproche à la sémiotique qui étudie les pratiques signifiantes dans le texte. (Dubois, Giacomo, Guespin, Marcellesi et Mével, 1994 : 425)

¹On peut citer notamment les travaux de Saussure pour définir la langue. Donc la langue chez Saussure est un code, c'est-à-dire un ensemble de règles qui s'imposent à l'ensemble de ses usagers ce code existe en dehors d'eux : les usagers n'ont aucune prise directe sur lui .les règles du code concernent les correspondances qui s'établissent entre les composantes du signe linguistique : son signifiant, ou image acoustique et son signifie, ou concept. Ainsi la langue pour lui, est un système de signes, c'est un trésor qui contient l'ensemble des signes isolés.

Mais pour R.Barthes qui a proposé d'inclure la sémiologie dans la linguistique, les signes non linguistiques sont en fait fortement déterminés par le langage, il a considéré que la langue est le plus important des systèmes de signes.

2. La sémiologie et la sémiotique : quelles différences et quelles ressemblances ?

La problématique de la définition de certaines notions en science du langage a toujours occupé une place dans l'étude du langage. La grande extension du mot sémiologie comme étant concept et sens la rende difficile à appréhender.

Tantôt, il est synonyme de la science chargée de l'étude des signes dans la vie sociale au sens saussurien, tantôt elle se définit comme la théorie générale des systèmes de signe et de signification.

En revanche, le terme sémiotique pose pour les linguistes aussi que les spécialistes en sciences du langage une ambiguïté terminologique qui touche le mot sémiologie. Pour Martine Joly la sémiotique et la sémiologie sont deux termes différenciés :

Le premier d'origine américain, est le terme canonique qui désigne la sémiotique comme philosophie des langages. L'usage du second (sémiologie), d'origine européenne, est plutôt compris comme l'étude de langages particuliers (image, gestuelle, théâtre, etc). (Joly, 2002 :22)

Cette auteure a rattaché le terme sémiotique à la philosophie du langage et non pas à d'autre science. Quant à elle, elle va considérer le second comme une particularité d'étude de langages, elle pense que la sémiologie est l'étude des différents signes du langage tels : l'image, le théâtre...

Le linguiste et sémioticien belge J.-M, KLINKENBERG affirme cette ambiguïté, qui touche les deux concepts précédemment parlés, de la sorte que : « la sémiotique est aussi parfois appelée sémiologie bien que ce deuxième terme tende à céder la place au premier » (KLINKENBERG, 1996 :22)

Afin de distinguer les deux notions, nous rappelons brièvement la notion de la sémiologie, ainsi nous parlons de la sémiotique tout en disant les principaux mots clés relatifs à notre objectif de distinction ou de similitude.

2.1 la sémiologie

Rappelons que le terme sémiologie désigne de façon générale la science qui a pour objet d'étude tout système de signification en tant que langage.

Mais de façon plus particulièrement, elle s'intéresse à l'analyse de tout ce qui est codes, systèmes, communications, significations, conventions,...etc

La sémiologie au tant qu'une science récente, se fonde sur trois concepts fondamentaux qui sont : le concept de système, le concept de signe et le concept de code,¹.

2.2 la sémiotique

Sans se pencher exactement sur l'histoire de la sémiotique, le terme sémiotique est généralement semblable de sémiologie, mais le fait d'arriver à le définir pose une interrogation de cette ressemblance.

PEIRCE Charles Sanders affirme : « (...) je suis autant que je sache un pionnier ou plutôt un défricheur de forêts, dans cette tâche de clarifier et de dégager ce que j'appellerais la sémiotique » (PEIRCE, 1978 :105)

Ainsi, il a défini la sémiotique comme « une formalisation générale du savoir et de l'expérience du monde perçue comme un ensemble de signes ».

D'autres définitions de la sémiotique élargi son domaine d'étude, par exemple pour le linguiste et le sémanticien français RASTIER François, la sémiotique s'intéresse à l'étude du sens : « la signification telle qu'elle dans des textes, des images, des pratiques sociales, des constructions architecturales, etc... ». (RASTIER, 1990 :122)

Sperber et Wilson voient que la sémiotique s'intéresse à l'organisation du sens, elle utilise les principes de la linguistique structurale comme méthode d'analyse, ils disent : « aucune loi fondamentale de la sémiotique n'a jamais été découverte, non plus qu'aucune application intéressante de la sémiotique à la linguistique » (SPERBER et WILSON, 1989 [1986] : 19-20)

¹ Ce que nous voulons dire est que : pour la sémiologie, tout langage, au sens large, est un code qui repose sur l'organisation en système d'un ensemble de signes. C'est une évidence et en grande partie une science de l'interprétation, selon Morris par exemple : « une chose n'est un signe que parce qu'elle est interprétée comme le signe de qu'elle que chose par un interprète ». Donc la sémiologie n'est pas un réservoir de connaissances : elle est plutôt un regard, une interprétation perpétuelle.

2.3 La relation sémiologie / sémiotique

Nous distinguons la sémiologie de la sémiotique, d'ailleurs il y a une confusion entre les deux mots, du fait de deux filiations, celle de Saussure, particulièrement de Barthes, et celle de Peirce.

On se réfère au site web de la sémiologie-de-l-image-publicitaire qui est consulté le : 17/06/2020 , nous présentons un tableau récapitulatif des traits distinctifs entre sémiologie et sémiotique :

La sémiologie	La sémiotique
- D'origine européenne	- D'origine américaine
- Prend en charge l'étude des signes ayant un aspect particulier, non linguistique.	- Prend en charge l'étude de tous les signes y compris le signe linguistique
- Privilégie l'étude des signes organisés en systèmes	- Privilégié l'étude des signes en situation
- Sa paternité revient à Ferdinand de Saussure	- Sa paternité revient à Charles Sanders Peirce (1839-1914)
- Ses auteurs les plus connus : Roland Barthes, Umberto Eco, Louis Hjelmslev, Roman Jakobson, Algirdas Julien Greimas.	- Ses auteurs les plus connus sont : Thomas Sebeok, Gérard Deledalle, Davis Savan, Élise Veron, Claudine Tiercelin...

Tableau 1. 1: la distinction entre sémiologie et sémiotique

3. La sémiologie et la linguistique

Certes, la sémiologie et la linguistique sont deux sciences qui coexistent ensemble et dont l'une dépend de l'autre. Saussure affirme que la linguistique est une discipline fille de la sémiologie, du fait que la langue qui est l'objet d'étude de la linguistique, est le système de signe qui n'est pas le seul mais plutôt le plus important que la sémiologie étudie par rapport aux autres systèmes tels l'écriture, l'alphabet des sourds-muets, les rites symboliques, les formes de politesse et les signaux militaires :

La langue, le plus complexe et le plus répandu des systèmes d'expressions, est aussi le plus caractéristique de tous ; en ce sens la linguistique peut devenir le patron générale de toute sémiologie, bien que la langue ne soit qu'un système particulier. (Joly, 2015).

Selon lui, la sémiologie a besoin de la linguistique pour poser le problème du signe, il met le doigt sur le côté sémiologique du problème linguistique :

Si l'on veut découvrir la véritable nature de la langue, il faut la prendre d'abord dans ce qu'elle a de commun avec tous les autres systèmes du même ordre ; et des facteurs linguistiques qui apparaissent comme très importants au premier abord (...) ne doivent être considérés qu'en seconde ligne s'ils ne servent qu'à distinguer la langue des autres systèmes. (Dubois, Giacomo, Guespin, Marcellesi et Mével, 1994 : 425)

Pour Saussure, la linguistique existe sous la tutelle de la sémiologie, les lois de cette dernière sont y applicables, et c'est grâce à la sémiologie que la linguistique ait une place parmi les sciences, c'est-à-dire, pour lui, la sémiologie n'est qu'un domaine scientifique dont la linguistique est l'un de ses éléments:

La linguistique n'est qu'une partie de cette science générale, les lois que découvrira la sémiologie seront applicables à la linguistique, et celle-ci se trouvera ainsi rattachée à un domaine bien défini dans l'ensemble des faits humains.(Saussure, 2013 :26)

Donc nous pouvons dire que la sémiologie est au centre des théories de la linguistique. Assurément le terme sémiologie renvoie particulièrement à Saussure mais aussi à Barthes à Metz, de façon plus générale, à la tradition européenne.

R. Barthes s'oppose à la pensée saussurienne c'est-à-dire : « la linguistique n'est pas une partie, même privilégiée, de la science générale des signes, c'est la sémiologie qui est une partie de la linguistique » (Barthes, 1989 :81)

Selon lui, la linguistique englobe cette science générale des signes, dont le besoin toujours des outils de la langue, pour décrire et expliquer n'importe quel fait du langage ou phénomène linguistique¹.

Ducrot et Todorov dans ce même contexte sont aussi de cet avis, ils rejoignent la proposition Barthesienne dans laquelle ils disent : « la sémiologie reste un ensemble de propositions plus qu'un corps constitué, car elle est, d'une certaine manière, écrasée par la linguistique » (Ducrot et Todorov, 1972 :120)

4. Les courants de la sémiologie

Selon la sémiologie saussurienne on peut distinguer deux courants, à savoir : la sémiologie de la communication et la sémiologie de la signification.

4.1 La sémiologie de la communication

Ce courant se représente par les disciples de F de Saussure tels : BUYSENS Eric, MOUNIN Georges et PRIETO Louis. Ces représentants choisissent une nouvelle approche, ils refusent d'analyser des phénomènes qui partent du cadre de la communication, ainsi ils considèrent l'image comme un signe sémiologique, elle est produite dans le but d'influencer. Cela veut dire que pour étudier une image on fait donc appel à la sémiologie. Pour BUYSENS. E : « l'étude des procédés de communication, c'est-à-dire des moyens utilisés pour influencer autrui et reconnus comme tels par celui qu'on veut influencer » (BUYSENS ,1970 : 13) ,il a proposé de définir la sémiologie comme« la science qui étudie les procédés auxquels nous recourons en vue de communiquer nos états de conscience et ceux par lesquels nous interprétons la communication qui nous est faite »(BUYSENS ,1943 : 5), c'est-à-dire la sémiologie pour lui est individuelle, elle repose sur une interprétation de la communication que l'on fait .Et dans ce cas de figure on s'éloigne de celle qui voit que la sémiologie est dans toute sa dimension culturelle et comme un fait social total.

Dans ce courant, nous trouvons ainsi une limitation de la recherche aux faits qui relèvent de la «*communication*», les fondateurs de ce courant la considèrent comme un processus de transmission d'informations au moyen d'un système explicite de conventions, autrement dit comme un code, dont ces objets d'études sont des systèmes de

¹ Ce qui rappelle que R.Barthes a commencé sa théorie de l'idée que la sémiologie doit être considérée comme une branche de la linguistique puisque pour lui « tout système sémiologique se mêle de langage »,sa nouvelle proposition privilégie, comme nous le constatons, la prédominance linguistique et que les signes sont interprétables à partir du langage .De cela, on note que chaque ensemble sémiologique important demande de passer par la langue.

signes conventionnels et précis , par exemple : le code de la route, le code des signaux télégraphiques, le code des signes des cartes topographiques, les logotypes et pictogrammes, la notation musicale, le langage de la chimie, des ordinateurs, les langues parlées, sifflées, ...etc,

4.2 La sémiologie de la signification

Revenant à la citation de Saussure : « Tout système sémiologique se mêle de langage » et sachant que la sémiologie Barthesienne s'intéresse à tous les signes (images, gestes, sons...), tout en soulignant le rôle primordial de la langue¹.

Pour F. de Saussure, la description de la sémiologie dans le sens des signes est :

...On peut donc dire que les signes entièrement arbitraires réalisent mieux que les autres l'idéal du procédé sémiologique, c'est pourquoi la langue, le plus complexe, et le plus répandu des systèmes d'expression, est aussi le plus caractéristique de tous, en ce sens la linguistique peut devenir le patron général de toute sémiologie, bien que la langue ne soit qu'un système particulier.
(Saussure, 2013 :104)

Roland Barthes a développé la notion de la sémiologie dans un autre sens, ainsi il a expliqué dans son œuvre« *l'aventure sémiologique* » comment le sens vient aux signes de notre vie quotidienne et se manifeste de différentes formes dont le besoin de son utilisation dans divers domaines de notre vie.

La sémiologie n'est pas pour moi une Cause ; ce n'est pas pour moi une science, une discipline, une école, un mouvement avec lesquels j'identifie ma propre personne (c'est déjà beaucoup que d'accepter de lui donner un nom ; en tout cas, c'est pour moi un nom à chaque instant révocable). Qu'est-ce donc pour moi, la Sémiologie ? C'est une aventure, c'est-à-dire ce qu'il m'advient (ce qui me vient du Signifiant). Cette aventure – personnelle, mais non pas Subjective, puisque c'est précisément le

¹Nous resterons très proches de la notion de la sémiologie et de sa définition, c'est-à-dire l'objet par lequel R .Barthes a mentionné ses nouvelles théories de signes non linguistiques.

déplacement du sujet qui y est mis en scène, et non son expression. (Barthes, 1985 :10)

Il nous montre aussi que certains objets culturels traités par les humains peuvent constituer des systèmes de sens (le décor, la peinture, les vêtements, la cuisine, la nourriture...).

Largement plus étendu, le courant de la sémiologie de la signification dépasse celui de la communication tout simplement il s'intéresse à l'objet en tant que signifiant et se ramène finalement à l'univers de l'interprétation et du sens.

5. Conclusion

La description théorique que nous avons faite tout au long de ce chapitre ,nous a permis de dégager les différentes notions de la sémiologie, à travers lesquelles Roland Barthes inscrit dans sa nouvelle science linguistique. Nous avons choisi de focaliser notre recherche dans ce cadre théorique sur la notion de la sémiologie, qui est au centre de la construction de l'image, et considérée comme une science descriptive et polysémique des signes.

Chapitre 2

Logotype et image fixe :

*Un message linguistique et
sémiologique*

L'image sans parole se rencontre sans doute, mais à titre paradoxal, dans certains dessins humoristiques ; l'absence de parole recouvre toujours une intention énigmatique.

*Roland Barthes, Rhétorique de l'image
Communications novembre 1964*

Introduction

Ce deuxième chapitre sera considéré comme le noyau de notre étude, il se focalise sur les notions de la sémiologie de l'image et du logotype, afin de justifier les outils qui vont nous servir dans notre lecture des logos universitaires algériens qui figurent dans notre corpus.

1. L'image et la théorie sémiologique

Dans cette première partie de ce chapitre, nous nous intéresserons à l'étude de l'image, du point de vue de la sémiologie, pour mettre l'accent sur la notion du message visuel.

1.1 Eléments de présentation de l'image

a. La notion de l'image : quelques définitions

Selon JOLY Martine : « l'image était de manière générale comprise comme quelque chose qui ressemble à quelque chose d'autre et au bout du compte, comme une représentation analogique principalement visuelle » (Joly, 2011 :24)

Pour l'intérêt de notre présent travail, nous allons traiter l'image comme étant un langage visuel qui a pour but la communication.

Notons bien que le mot image est un concept très ancien. Depuis la nuit des temps, l'image existe pour transmettre des idées et des informations, elle est un outil de communication qui sert à exprimer des idées. Elle avait un statut primordial, elle était conçue comme un langage commun pour toute l'humanité, trouvée sur les voûtes des grottes préhistoriques, des millénaires avant l'écriture.

Dans le dictionnaire de l'image (2008 :193), le mot « *Image* » vient du latin */imago* /qui signifie : « image, représentation portrait, écho, fantôme, masque mortuaire », ce dernier est lui même tiré du latin */imitari* /qui veut dire : « *imiter* ».

Le terme « *image* » est polysémique et hétérogène, il a plusieurs significations et définitions, l'une des plus anciennes définitions est celle de Platon qui dit : « J'appelle images d'abord les ombres ensuite les reflets qu'on voit dans les eaux, ou à la surface des corps opaques, polis et brillants et toutes les représentations de ce genre » (Joly, 2009 :11).

A travers cette définition, nous constatons que selon Platon, l'image existe aussi dans la nature, elle n'est qu'une seconde représentation naturelle (ombres, reflets) de quelque chose.

Quant à Michel Tardy, «l'image est en relation avec le réel du monde ou d'imaginaire». (Tardy, 1969) .Au sens courant, le mot image désigne d'une manière générale « quelque chose qui ressemble à quelque chose d'autre. », (Joly, 2009: 39), c'est-à-dire une représentation visuelle d'une chose ou d'un objet.

Selon le dictionnaire Encarta, « L'image est une représentation visuelle, c'est une image très ressemblante, image numérique, image réelle, image virtuelle » 2009, version CD-ROM. A vrai dire, comme nous l'avons déjà dit, le mot image a plusieurs sens dénotatifs et connotatifs, qui sont à la fois flous et multiples.

b. Les différentes utilisations du mot image

Le mot image réjouit de divers emplois. Dans son livre : *Introduction à l'analyse de l'image*, (2009 :12-27), M .JOLY affirme d'abord qu'à l'heure actuelle et à travers son usage quotidien, l'image est considérée comme un moyen d'expression médiatique, elle est devenue synonyme de publicité, de télévision, de photographie, et de tout ce qui relève de l'expression visuelle, et c'est grâce à elle qu'on constate le développement des spécialités dans la communication.

Ensuite, l'écrivaine signale un autre emploi de l'image qui figure chez certains écrivains ou cinéastes pour désigner par exemple l'image de la femme ou de la guerre. De plus, elle montre que dans le domaine de la psychologie, l'image renvoie aux activités psychiques telles les représentations mentales et le rêve.

Enfin ,elle rajoute que l'emploi de ce mot ne se limite pas à ce que nous venons de citer, il se trouve en abondance dans les domaines scientifiques (mathématiques, médecine, astronomie, informatique, biologie,...), dans la langue pour désigner la métaphore ,qui est une figure de la rhétorique dans laquelle nous substituons un mot par un autre, afin d'établir un rapport analogique ou de comparaison, il est même utilisé dans la théorie sémiotique et sémiologique pour désigner un ensemble de signes à interpréter.

A la fin, nous déduisons à travers ces multiples usages un sens commun de l'image qui est une représentation visuelle.

1.2 La sémiologie et la lecture de l'image fixe

A travers les définitions que nous venons de citer précédemment, nous arrivons à déduire que l'image n'est qu'une reproduction du monde réel, mais cela paraît insuffisant, et nous oriente à enrichir nos connaissances et aller vers la sémiologie, avec son animateur Roland Barthes, qui s'intéresse à : analyser, interpréter, et faire

comprendre le sens produit par une image visuelle et fixe composée d'un ensemble de signes.

Dans son article : « *Rhétorique de l'image*, 1964 », Roland Barthes lance sa sémiologie de l'image et s'interroge sur le sens de l'image en posant ses deux fameuses questions : « Comment la représentation analogique (la « copie ») peut-elle produire de véritables systèmes de signes et non seulement de simples agglutinations de symboles ? Comment le sens vient-il à l'image ? » (Barthes, 1964 :1)

Pour Barthes : «Selon une étymologie ancienne, l'image devrait être rattachée à la racine de imitaire. Nous voici toute de suite au cœur du problème le plus important qui puisse se poser à la sémiologie des images. » (Barthes, 1964 :1). Afin de mettre sa réflexion à l'épreuve, Roland Barthes s'appuie sur l'analyse de l'image publicitaire des pâtes de Panzani, « Pourquoi ? Parce qu'en publicité, la signification de l'image est assurément intentionnelle » (Barthes, 1964 :1).


Image publicitaire des pâtes de Panzani	Ses constituants
	<ol style="list-style-type: none"> 1- Des paquets de pâtes, 2- Une boîte, 3- Un sachet, 4- Des tomates, 5- Des oignons, 6- Des poivrons 7- Un filet à demi ouvert, 8- Des teintes : jaunes, vert, 9- Fond rouge.

tableau.2.1 tableau illustrant l'image publicitaire des pâtes de Panzani.

Il justifie son choix en avançant que : « Si l'image contient des signes, on est donc certain qu'en publicité ces signes sont pleins, formés en vue de la meilleure lecture, l'image publicitaire est franche, ou du moins emphatique. » (Barthes, 1964 :1)

Autrement dit, Barthes voit que l'image publicitaire est le meilleur moyen pour prouver sa réflexion, du fait qu'elle est riche et signifiante.

Dans son analyse, Barthes part du principe saussurien, que chaque signe a un signifiant et un signifié, en faisant ressortir des signifiés à partir de la publicité en question, et essaye de trouver leurs signifiants, afin d'avoir des signes pleins :

- ✓ Le retour du marché (le filet ouvert), comme interprétation liée à la connaissance des usages.
- ✓ L'italianité: dont les signifiants seraient les couleurs et les légumes, redondants avec la sonorité du nom propre Panzani.
- ✓ Le service culinaire total, produit par la déclinaison des produits frais au «concentré».
- ✓ La nature morte (ou still living) dont le signifiant serait la composition.
- ✓ La publicité, produit par la place de l'annonce dans la revue, l'insistance des étiquettes. (Martine, 2002: 210).

Dans le même article, Barthes parle de trois messages qui constituent l'analyse publicitaire des pâtes de Panzani, qui sont comme suit : le message linguistique, le message iconique et le message connoté¹. Le rapport entre ces trois messages constitue l'idée essentielle de la rhétorique de l'image chez Roland Barthes. Pour lui, l'analyse de l'image s'articule aux alentours de deux niveaux : le dénotatif et le connotatif.

a. Le niveau dénotatif

C'est le sens premier véhiculé par l'image, sens littéral compris par tout le monde, caractérisé par son objectivité. Selon le dictionnaire de linguistique : « La dénotation est l'élément stable, non subjectif et analysable hors du discours, de la signification d'une unité lexical. » (2002 :134)

¹À cet égard, nous parleront de trois types de message :

- Message linguistique : légende, titre, étiquettes, article de presse,... présents dans une image.
- Message iconique : message symbolique résultant du lien que la personne crée entre ses valeurs, sa culture, et le message linguistique.
- Message connoté : résultant de la combinaison d'un signifiant d'une image dénotée, et un signifié connotatif secondaire et culturel.

Barthes voit dans le message dénotatif, « un message privatif, constitué par ce qui reste dans l'image lorsqu'on efface (mentalement) les signes de connotation(...) c'est ensuite (...) un message suffisant. » (1964 :45-46), c'est-à-dire, un message dépourvu de signes connotés, ayant un sens complet du fait que le lecteur à un certain degré d'intelligibilité, ne dit que ce qu'il voit (couleurs, lignes, formes,...).

Ce message « puisse apparaître comme une sorte d'état adamique de l'image (...) l'image deviendrait radicalement objective [et] innocente. ».

Autrement dit, l'image est le miroir de son référent, elle résulte de la relation entre le signe et le référent, et non pas entre le signifiant et le signifié.

Joly Martine va dans le même sens et insiste sur la relation de synonymie entre « la dénotation » et « le référentiel ».

b. Le niveau connotatif

C'est le deuxième sens implicite, qui naît de la valeur culturelle, émotionnelle et contextuelle d'un mot. Barthes affirme que la connotation est le second sens qui se cache derrière une image, et qui vient s'ajouter au sens premier. Pour lui, la connotation utilise un signe comme un signifiant pour un autre signifié : « ...il y avait connotation lorsqu'un signe plein (Să/Sé) devenait le signifiant d'un deuxième signifié. » (Joly, 2011 :162)

Revenant à la publicité des pâtes de Panzani, la tomate qui figure dans la photo et qui est un signe dénotatif, véhicule à son tour un second sens « l'Italie » et devient un signifiant de connotation. (Joly, 2011 :162)

En donnant un autre exemple, dans la phrase suivante : « *il est midi*. », on dénote l'heure qu'il est, en répondant à la question « *quelle heure est-il ?* », la même phrase prononcée par la maman à ses enfants, signifie : « *c'est l'heure de manger*. », dans ce cas le signe « *il est midi* .» qui dénote l'heure qu'il est, devient le signifiant d'un autre signe et connote « *c'est l'heure de manger*. »

2. La relation image-texte

Barthes s'intéresse à la relation qui existe entre l'image et la langue, et procède à l'étude du rapport entre eux. Selon lui, il est indispensable de passer par la langue pour arriver au signifié de l'image, le texte et l'image constituent ensemble une relation de complémentarité dont l'un dépend de l'autre, il propose deux fonctions du texte :

2.1 La fonction d'ancrage

Cette fonction permet de fixer le sens, et oriente la lecture de l'image en lui donnant une interprétation directe, claire et nette.

2.2 La fonction relais

Cette dernière complète le sens du message mené par l'image, en apportant ce que l'image semble incapable d'exprimer explicitement.

3. L'image comme signe sémiologique

En se référant toujours à son analyse de l'image publicitaire des pâtes de Panzani, Barthes distingue trois types de signes : le signe linguistique¹, le signe iconique, et le signe plastique, ce dernier a été développé par la théoricienne Joly Martine.

3.1 Le signe linguistique

Le signe linguistique est très significatif et expressif, grâce à son contenu sémantique, sa texture, sa typographie, sa couleur, et sa forme.

3.2 Le signe iconique

Joly Martine le voit comme : « un type de représentation qui, moyennant un certain nombre de règle de transformations visuelles, permet de reconnaître certains objets du monde. » (Joly, 2011 :111) à vrai dire, il se constitue d'un ensemble de signes figuratifs et visuels qu'on peut identifier, et qui permettent de reconnaître des objets.

Aussi, pour J. Martine, le signe iconique n'est pas l'objet qu'il désigne, mais plutôt, ils y renvoient selon des codes de représentation et d'analyse perspective :

Nous retrouvons là, la notion de ressemblance comme conformité à des attentes historiques et socio-culturellement déterminées et variables(...) ainsi la notion de ressemblance comme effet d'une

¹ Selon F.de Saussure, le signe linguistique est le résultat de la combinaison d'un signifié et un signifiant.il existe trois grandes catégories de signes :

- L'icone, Le symbole, L'indice

Au regard différent de la vue saussurienne, Barthes présente une méthodologie qui donne une nouvelle segmentation du signe linguistique fondé sur des idiologies saussurienne. Il nommera donc ces idéologies des **mythes**, expliquant que ces **mythes** sont des idées prenant une certaine forme à partir du signe saussurien, qui redevient dans la relation sémiologique un signifiant sur lequel Vient se joindre un signifié non connu.

Dans ce contexte, plusieurs signes peuvent apparaître en même temps et la linéarité du signe linguistique défendue par Saussure ne tient plus pour le signe sémiologique. Ainsi, autorisant plusieurs éléments à apparaître en même temps, la synergie de ces éléments construit les significations, et mène à l'interprétation.

Ainsi Barthes étudie-il image et langue de manière analogue, considérant que la langue et le mythe sont des systèmes sémiologiques pourvoyeurs l'un et l'autre de connotations (mythes). La langue devient pour lui un *langage-objet*, puisque le signe linguistique devient signifiant iconique.

transformation socio-culturellement codée de stimuli sensoriels.

(Joly, 2011 :118)

3.3 Le signe plastique

A l'époque, le signe plastique faisait partie du signe iconique. Il s'agit du niveau plastique de l'image, les signes plastiques « constituent les traits de manifestations du message visuel. » (Bautaud, 1998 :178).

Quant à Joly Martine, elle divise le signe plastique en deux types :

a. Le signe plastique spécifique

✓ Le support

Sur quoi l'image est représentée : site internet, affiche, journal, magazine..., il peut être petit, grand, allongé, étroit.

✓ Le cadre

Permet de désigner l'image, il est souvent rectangulaire.

✓ Le cadrage et le plan

Le cadrage précise la taille de l'image, et de ce qui est représenté.

Le plan¹ est une représentation graphique à une certaine échelle.

✓ Angle de prise de position

Désigne la position de l'observateur par rapport à l'image.

✓ La composition et la mise en page

C'est l'arrangement des composants à l'intérieur du cadre.

¹ Selon le site web www.reseau-canope.fr, les différents types de plan sont :

Plan général : il montre l'environnement d'un personnage : paysage, ville, foule

Plan large ou plan d'ensemble : Plus resserré, il montre un groupe ou un personnage placé dans une partie du décor.

Plan moyen : il montre un personnage en pied

Plan américain : Le personnage est cadré jusqu'aux cuisses.

Plan taille : Il permet de voir les mains des personnages

Gros plan : il isole une partie du personnage ou du décor : visage, main, porte ...

Très gros plan : il met en valeur un élément extrêmement précis : regard, doigt, téléphone

b. Les signes plastiques non spécifiques

✓ La couleur et l'éclairage

La couleur est symbolique, elle fait partie de l'identité visuelle, elle joue un rôle important dans l'image et le message visuel¹, idem pour l'éclairage qui est significatif et permet de préciser le lieu et le temps de la prise de vue de l'image.

Leur interprétation est purement culturelle, elle diffère d'une société à une autre, voir même dans la même société, d'où la difficulté d'élaborer une grille à la quelle doit obéir cette interprétation.

✓ La texture

Une propriété de la surface qui aide à l'interprétation.

✓ Les lignes et les formes

Dans le domaine médiatique, Martine voit qu'ils renvoient à des significations stéréotypées, exemple les obliques ascendantes vers la droite associées au dynamisme (2011 :127).

4. Le logotype, une communication graphique ou visuelle

Après avoir abordé quelques notions théoriques sur l'image et la sémiologie de l'image dans la première partie de ce chapitre, nous essayerons tout au de sa deuxième partie de voir le logotype qui va nous aider d'entrée en la substance par l'objet même qui constituera notre corpus d'analyse.

4.1 Sens étymologique et définitions du logotype

Avant de mettre l'accent sur la définition du logotype, qui constitue en fait, l'un des présentations de la communication humaine, nous rappelons que le besoin de la communication dans l'université² a pour but de transmettre une information à un public désigné.

Selon le Dictionnaire le petit Robert de la langue française, « logotype : un nom masculin, logo et type. Logo : symbole formé d'un ensemble de signes graphiques représentant une marque, un organisme » 2014, version DVD

Lorsqu'on se réfère au Dictionnaire historique de la langue française, dirigé par Alain Rey aux éditions du Robert, nous trouvons à l'entrée de la définition du logotype,

¹ À cet égard, Dr Atmane SEGHIR annonce dans sa thèse : « Analyse sémiotique des films publicitaires de la téléphonie mobile « ORANGE » ET « NEDJMA » : étude comparative » : « la couleur constituerait donc un ensemble de symboles variés élaborés par les hommes afin de mieux communiquer entre eux ».

² Nous incitons de dire que : l'échange langagier s'il est possible de le dire dans notre cas d'étude, or explicitement, nous pouvons dire que l'université est considérée comme une petite ville, également un lieu de rencontre, d'entrevue et de brassage des langues. Pour Louis-Jean CALVET la ville est une sorte de parcours des langues.

que ce terme vient du latin /logos/, qui vient lui-même du grec /logos/, dont le sens étymologique et qui désigne la parole, le discours.

Certes le logotype est littéralement un fragment de discours, mais à l'origine de l'autre partie de « logotype », le « type », du grec/ tupos/ empreinte, marque, ce dernier ayant donné en latin /typus/modèle, nous dit aussi qu'il n'est pas uniquement question de discours.

Si le logotype hérite bien d'une lointaine origine discursive, celle-ci est ramassée dans une marque, un signe, une forme, dont la concision et le mode de lecture doivent, quant à eux, tout au mode de fonctionnement de l'image.

Donc le logo est considéré comme un segment du discours et une image, empruntant ensemble ses logiques de fonctionnement à ces deux modalités antagonistes de l'expression que sont le lisible et le visible.

En conséquence nous pouvons dire étymologiquement, le mot logotype vient du grec logos, signifiant discours, et de typos, lettre, caractère, Symbole qui a pour fonction d'exprimer les valeurs, les cultures et les activités d'une entreprise. Il contribue¹ à l'image de marque de celle-ci.

D'après le Dictionnaire Larousse, logo est une abréviation usuelle pour le mot logotype ce mot est défini comme étant la « représentation graphique d'une marque commerciale, du sigle d'un organisme, d'un produit ».

Selon Vivien PHILIZOT, «le logo est un objet qui tire ses fonctions particulières de ses propriétés visuelles, de sa nature fondamentalement iconique».

Logo est un mot qui est progressivement passé du jargon professionnel au langage courant. Un logotype, c'est un signe de marquage faisant référence à un univers de valeurs qui fondent la marque, ou la collectivité qui l'utilise. Ainsi le logotype est un nom accompagné d'une mise en forme graphique spécifique. Il peut être typographique, pictographique ou idéographique, ou représentatif, ou symbolique.

¹ Ainsi le logo, unité constitutive de l'identité visuelle de l'entreprise, se compose de signes alphanumériques (chiffres et lettres) et/ou iconiques (images) établissant la représentation graphique ou typographique de la raison sociale, voire d'une dénomination de produit ou de service.

4.2 Lien entre logotype et identité visuelle

Depuis longtemps le visuel joue un rôle important au sein de la vie quotidienne et même dans la vie universitaire. Conçu également un puissant support de médiation institutionnelle entre étudiant et établissement, autrement dit nous comprenons ainsi le visuel comme étant un outil de la communication universitaire.

C'est-à-dire, dans notre cas de figure, la médiation institutionnelle passe par les choix, les visions de la communication visuelle¹, comme étant un processus par lequel un message de type visuel, conçu par un producteur qui est l'université, est transmis à un récepteur généralement les étudiants dans un espace de communication donné.

Les logotypes est partout, c'est une évidence. Les images sont omniprésentes dans notre vie quotidienne (téléphone portable, affiche, magazine, jeux, cinéma, télé, Internet...).

Le but des logos est clair, nous faire aimer une marque attacher à un objet, transmettre un message, c'est indirectement, nous faire les accepter.

L'identité visuelle rassemble l'ensemble des signes graphiques illustrant et symbolisant le nom, les valeurs, l'ambition, la culture et les activités de l'entreprise.

Elle est véhiculée sur la totalité des outils qu'elle émet. Le constitutive de l'identité visuelle de l'entreprise ou de l'établissement, se compose de signes alphanumériques (chiffres et lettres) et/ou iconiques (images) établissant la représentation graphique ou typographique de la raison sociale, voire d'une dénomination de produit ou de service premier de ces symboles est le logotype, condensé visuel de l'entreprise.

Donc l'identité visuelle n'est qu'un ensemble des éléments visuels qui permettent d'identifier la même entité à travers les outils de la communication, alors que le logo est une représentation graphique d'une marque dans l'univers graphique de l'identité visuelle qui permet de l'identifier de façons claire et facile.

¹ La communication graphique (visuelle ou graphisme) consiste à élaborer des formes, des éléments graphiques (images, typographie, photos, couleurs etc.) dans le but de communiquer une information à un public désigné. Elle est utilisée dans énormément de domaines comme : illustration, affiche, communication d'entreprise, presse, édition, publicité, design web, signalétique, identité visuelle, etc. Donnons quelques éléments de communication graphique bien connus : Le Logotype : facilement retenu, il est la typographie.

5. Les qualités d'un bon logotype¹

Afin de bien réaliser un bon logotype, il faut prendre en considération les normes de qualités de la réalisation et de la création des logotypes.

✓ **Cohérent** : Le logo est un assemblage répondant à une logique déterminée, il est une entité unifiée. Il doit être identifiable et original, pour être attribué, mémorisé et distingué de la concurrence.

✓ **Synthétique** : Le logo est la synthèse visuelle du message à émettre. Il évoque la fonction, les valeurs, la spécialité, la personnalité de l'annonceur.

✓ **Simplicité** : Le logo n'est pas une illustration, il doit rester simple et décodable rapidement. La complexité est l'ennemi de la mémorisation.

✓ **Succinct** : L'objectif premier du logo est de donner à une marque une forme visuelle, un visage reconnaissable. Un logo ne peut pas tout exprimer. Il transmet l'essentiel.

✓ **Evolutif** : Le logo doit évoluer au fil du temps et des cultures sans perdre son identité. Il doit rester cohérent et s'adapter, être flexible. Le logo doit s'adapter aux évolutions historiques de l'entreprise² tout en s'imposant dans le temps.

✓ **Modulable** : Le logo doit aussi être déclinable sur différents supports, il doit donc, en s'adaptant au support (taille, fond, couleur...), garder son identité. Pour cela, des normes sont dictées (charte graphique) précisant les adaptations possibles.

✓ **Exportable** : Le logo doit éventuellement pouvoir s'adapter à différentes cultures.

6. Les fonctions du logotype

DOMERGUE (2018 :1) distingue trois fonctions dans le logo : la fonction représentative et expressive, la fonction référentielle et informative et la fonction empathique.

✓ **La fonction principale est représentative et expressive** : Le logotype doit bien identifier le groupement qu'il représente par l'usage de codes permettant la reconnaissance de ses valeurs.

✓ **La fonction référentielle et informative** : le logotype donne des informations sur l'identité du référent, son nom obligatoirement, d'autres indications parfois

✓ **La fonction empathique** : le logo s'adresse à une cible. Il joue sur la singularisation pour distinguer des groupes et susciter l'adhésion aux valeurs du référent.

¹ On se réfère à un article publié au site web www.netcatalyst.eu consulté le 13/07/2020.

² Un logo, à part quelques exceptions : Par exemple (Coca-Cola créé en 1886 et Shell en 1904), subsiste entre 5 et 30 ans. Plus il est intemporel, plus l'entreprise gagne en perception, notoriété et mémorisation, s'imposant dans la mémoire collective.

7. Les caractéristiques du logo

Selon Kévin.B un logotype doit répondre à plusieurs critères :

- ✓ **Etre unique** : afin de ne pas prêter à confusion quant à l'identité propre de l'entreprise et se différencier fortement des autres signes graphiques que notre environnement visuel nous offre.
- ✓ **Etre mémorable et reconnaissable** pour provoquer une reconnaissance immédiate.
- ✓ **Etre durable**, car contrairement aux autres outils de communication, le logo accompagne l'entreprise pour une longue période, de 10 à 15 ans, et s'il évolue, il change rarement du tout au tout.
- ✓ **Etre universel** pour garder son sens et être compris dans les pays de culture et de langues différentes.
- ✓ **Etre déclinable**, car pour atteindre les objectifs de reconnaissance et d'identification, il devra être décliné sur tous les documents et vecteurs de communication de l'entreprise au moyen d'un outil spécifique : la charte graphique (BUDELMANN, 2013 : 62)

8. Typologie des logotypes

Le logo mêle les codes linguistique, iconique et plastique. Le système plastique, fondateur du logo, intervient de manière prépondérante, alors que les composants linguistiques et iconiques sont variables. La part relative de chacun des codes dans la formation des logotypes permet d'en distinguer schématiquement quatre types.

8.1 Les logos simples, typogrammes ou logogrammes

Le logo se compose uniquement de signes alphanumériques. Une typographie particulière (majuscules ou minuscules, empattements, graisse...) lui confère originalité et personnalité.

8.2 Les logos complexes

Le logo mêle scriptural et iconique de manière simultanée. Il reprend le nom de la marque, dans une écriture caractéristique, contenu dans un symbole visuel simple, un rond ou un carré éventuellement. A chaque forme correspond un réseau de significations liées aux codes morphologiques.

8.3 Les logos siglotypes

Le logo se forme sur la base d'abréviations (mots raccourcis dont on ne garde que quelques lettres, les premières ou les dernières par exemple), d'acronymes (abréviations d'un groupe de mots dont le résultat se prononce comme un mot, ONU par exemple), de signes (groupe de mots raccourcis ne concevant que la première lettre de chaque mot).

Une variété particulière du siglotype est le monogramme constitué des initiales d'un patronyme entrelacées. Le monogramme rappelle la signature d'une œuvre d'art et connote luxe et élégance.

8.4 Les logos icotypes

Le logo icotype est purement iconique. Le nom est remplacé par une représentation iconique (image ou figure en liaison avec la nature des produits ou l'origine géographique ou une valeur prônée par l'entreprise par exemple).

Conclusion

Nous rappelons à la fin de ce chapitre que nous avons abordé la sémiologie de l'image, tout en constatant qu'elle a plusieurs signes linguistiques. Cela résulte que l'image est elle-même un signe intégral, composé de plusieurs signes : plastique, linguistique et iconique, par ailleurs nous avons rappelé aussi que l'image fixe a un sens dénoté et autre connoté.

Par la suite, nous avons parlé du logotype. En nous appuyant sur les définitions du logo et ses caractéristiques, nous avons proposé d'approcher la notion de ce concept « logo » qui, malgré sa fréquence d'emploi, reste un sujet de controverse par ses multitudes de définitions, et la complexité des rapports qu'il entretient avec des objets non-sémiologiques.

Partie 2
Cadre pratique

Chapitre 3

*Présentations de l'aire
d'étude et du corpus
d'analyse*

Ce que la photographie reproduit à l'infini n'a lieu qu'une fois

Roland Barthes

Introduction

Ce chapitre est consacré au cadrage méthodologique, à travers lequel nous présenterons le contexte de notre recherche, le corpus, ainsi que la méthodologie adoptée dans l'analyse et l'interprétation du corpus, selon bien sûr la méthode de Roland Barthes, avec l'appui des travaux de Joly Martine en ce qui concerne le signe plastique.

1. Présentation du contexte de la recherche

1.1 L'université algérienne : un aperçu historique et culturelle

Afin de donner un bref aperçu historique et culturel fiable et assuré de l'université algérienne¹, nous nous sommes basées sur des informations issues à partir du Rapport sur la gouvernance des universités en Algérie, paru en juin 2012. Dans son contexte historique, l'enseignement supérieur algérien se divise en deux phases essentielles, avant et après l'indépendance du pays en 1962. En 1910, l'Algérie a joui de sa première université à Alger, et c'est jusqu'à 1962, que l'enseignement supérieur algérien se limitait à l'université d'Alger, et à deux annexes situées à Constantine et à Oran, ainsi que quelques écoles créées par la France dans la capitale, telles : l'Ecole Nationale Supérieure de Commerce (1900), l'Ecole Nationale Supérieure Agronomique (1909), et l'Ecole Nationale Polytechnique (1925). En 1963, et après son indépendance, l'université algérienne comptait un nombre restreint d'étudiants qui ne dépasse pas les 2500 étudiants, mais cela n'a pas duré assez longtemps, vu que l'enseignement supérieur a fait un grand pas sur l'échelle quantitatif arrivant jusqu'à 3291 étudiants pour 100000 habitants en 2010. Ainsi et afin de s'adapter à la souveraineté nationale (en 1962), l'enseignement supérieur a apporté des aménagements dans la gestion et le recrutement, cela se concrétise dès 1969 par l'ouverture d'instituts de technologie liés à des ministères, dans le but de combler le manque en cadres et en techniciens. Dix ans après, l'université algérienne marquera une mutation dite profonde.

En 1971, l'enseignement supérieur a connu une réforme dans son objectif était de mener un véritable changement dans l'ancien système de formation pour la mise en œuvre de l'enseignement supérieur en Algérie. Selon le Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche algérienne, le réseau universitaire algérien compte environ 106 établissements d'enseignement supérieur répartis sur quarante-huit wilayas

¹ Une université est un établissement dont l'objectif est la transmission du savoir (enseignement supérieur) par sa conservation (bibliothèques universitaires), sa valorisation et sa production (recherche) dans plusieurs domaines.

(découpage territorial), couvrant tout le territoire national. Ce réseau est constitué de 50 universités, 13 centres universitaires, 20 écoles nationales supérieures et 10 écoles supérieures, 11 écoles normales supérieures et 2 annexes. L'université algérienne se caractérise par la démocratisation de l'enseignement Supérieur, qui vise à la réussite sociale par les études, en subissant de multiples réformes telle celle en 2004, afin de forger l'esprit critique de l'étudiant, et essayer de l'intégrer dans tout projet de formations des principes, et les valeurs définies par : le savoir être, le savoir apprendre, et le savoir faire (Djekoun, 2017 :07). En terme général, l'université algérienne lutte pour améliorer la formation universitaire et professionnelle des étudiants, tout au long de leur cursus universitaire.

1.2 Répartition régionale de l'université algérienne

Selon le site web officiel du Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique, une répartition officielle¹ est faite en fonction de la région du territoire algérien et en relation avec le tissu socio-économique de la région, et les effectifs des étudiants. Les tableaux ci-dessous montrent cette répartition régionale.

➤ Répartition en fonction de la région « Ouest »

La région	L'université
Région Ouest	1. Université de Béchar -Mohamed Tahri
	2. Université de Mascara - Mustapha Stambouli
	3. Université de Saida - Tahar Moulay
	4. Université de Tlemcen - Abou BekrBelkaid
	5. Université d'Adrar - Ahmed Draya
	6. Université de Tiaret - Ibn Khaldoun
	7. Université Sidi Bel Abbès - DjillaliLiabes
	8. Université de Mostaganem - Abdelhamid Ibn Badis
	9. Université d'Oran1 - Ahmed Ben Bella
	10. Université Mohamed Boudiaf des sciences et de la technologie - Mohamed Boudiaf d'Oran
	11. Université d'Oran 2 - Mohamed Ben Ahmed

Tableau 3.1 : tableau illustrant les universités algériennes de la région Ouest

¹ Les missions et les règles particulières d'organisation et de fonctionnement de l'université sont fixées par le décret exécutif n° 03-279 du 24 djoumada el thania 1424 correspondant au 23 août 2003 (J.O.R.A.D.P Année 2003, n° 51, Pages 4 - 13) modifié et complété par le Décret exécutif n° 06-343 du 4 ramadan 1427 correspondant au 27 septembre 2007 (J.O.R.A.D.P Année 2006, n° 61, Pages 21 - 22).

➤ Répartition en fonction de la région « Centre »

La région	L'université
Région Centre	1. Université de Bouira - Akli Mohand Oulhadj
	2. Université de Djelfa - Ziane Achour
	3. Université de Ghardaia
	4. Université de Khemis Miliana - Djilali Bounaama
	5. Université Médéa - Yahia Farès
	6. Université des sciences et de la technologie d'Alger, Houari Boumediène
	7. Université de Béjaïa - Abderrahmane Mira
	8. Université de Chlef – Hassiba Benbouali
	9. Université de Boumerdès - M'hamed Bougara
	10. Université de TiziOuzou - Mouloud Maameri
	11. Université de Laghouat - Amar Telidji
	12. Université Blida 1 - Saad Dahlab
	13. Université de Blida 2 - Lounici Ali
	14. Université d'Alger 1 - Benyoucef Benkhedda
	15. Université d'Alger 2 - Abou el Kacem Saâdallah
	16. Université d'Alger 3 - Brahim SoltaneChaibout
	17. Université de la Formation Continue

Tableau 3.2 : tableau illustrant les universités algériennes de la région Centre

➤ Répartition en fonction de la région « Est »

La région	L'université
Région Est	1. Université de Jijel - Mohammed Seddik Ben yahia
	2. Université de Tébessa - Larbi Tébessi
	3. Université de Bordj Bou Arréridj - Mohamed Bachir El Ibrahimi
	4. Université d'El Tarf - Chadli Bendjedid
	5. Université de Khenchela - Abbas Laghrour
	6. Université de Oum El Bouaghi - Larbi Ben M'hidi
	7. Université d'El Oued - Hamma Lakhdar
	8. Université de Souk Ahras - Mohammed-Chérif Messaadia
	9. Université de Annaba - Badji Mokhtar
	10. Université du 20 Août 1955 de Skikda
	11. Université 8 Mai 1945 de Guelma
	12. Université de Batna 1 - Hadj Lakhder
	13. Université de Biskra - Mohamed Khider
	14. Université de M'sila - Mohamed Boudiaf
	15. Université de Ouargla - KasdiMerbah
	16. Université des sciences islamiques Emir Abdelkader de Constantine
	17. Université de Sétif 1 - Ferhat Abbas
	18. Université de Sétif 2 - Mohamed Lamine Debaghine
	19. Université de Constantine 1 - Frères Mentouri
	20. Université de Constantine 2 - Abdelhamid Mehri
	21. Université de Constantine 3 - Salah Boubnider
	22. Université de Batna 2 - Mustapha Ben Boulaid

Tableau 3.3 : tableau illustrant les universités algériennes de la région Est**1.3 Bref représentation des universités mise en question**

Ce chapitre se veut un bref exposé concis retraçant le parcours de l'université algérienne. Donc avant de commencer notre analyse, nous avons jugé qu'il est important de donner un court Curriculum Vita de chaque université choisie dans le corpus, afin d'éclaircir notre analyse. Pour ce faire, en faisant appel aux données présentées sur le site officiel de ministre de l'enseignement supérieure.

➤ **L'université d'Alger Benyoucef Benkhedda**

Nous présentons dans ce qui suit la première université algérienne, l'université d'Alger Benyoucef Benkhedda qui se trouve dans la capitale Alger, elle est fondée le **30 décembre 1909**, et regroupe aujourd'hui huit facultés. Elle permet aux étudiants de poursuivre à Alger des études supérieures complètes jusqu'au doctorat. L'Université d'Alger, l'une des 16 universités régionales françaises, répond à la fois à la volonté républicaine d'élévation du niveau de formation et à la politique coloniale.

Sur le plan démographique, l'université d'Alger accueille une trentaine d'étudiants « indigènes algériens » en 1914 (sur un effectif total d'environ 500), et une centaine par an de 1930 à 1939. L'université d'Alger est attractive, accueille des enseignants et des chercheurs de haut niveau, crée progressivement des laboratoires scientifiques, des bibliothèques et des instituts spécialisés. S'y ajoutent des écoles techniques comme l'École d'ingénieurs des travaux publics d'Alger en 1926. Comme les autres universités, celle d'Alger possède ses particularités liées à son environnement (études du droit musulman, de la langue arabe, géographie, etc.), qui témoignent aussi de la conscience qu'ont les universitaires de se trouver, en Algérie, à l'interface du monde européen et de la vaste civilisation arabo-musulmane.

➤ **L'université Mouloud MAMMERRI de TiziOuzou**

Dans la ville de TiziOuzou en Kabylie se situe l'université Mouloud Mammeri de **TiziOuzou**, c'est une Université algérienne. Elle porte le nom de Mouloud Mammeri, écrivain anthropologue et linguiste algérien d'expression Kabyle. L'université Mouloud Mammeri de TiziOuzou, créée en 1977, est un établissement public pluridisciplinaire. Elle compte aujourd'hui plus de 42000 étudiants, 2083 enseignants et 1000 personnels techniques et administratifs, répartis sur dix facultés : Génie de la construction – Lettre et langues – Sciences Biologiques et agronomiques – Droit et Science Politique – Sciences- Sciences de Gestion et Sciences Commerciales – Médecine- Génie Électrique et Informatique-Sciences humaines et sociales.

➤ **L'université Saâd Dahlab Blida**

Le Centre Universitaire de **Blida** (C.U.B), a été institué par le décret no 77-92 du **20 juin 1977**. Implanté sur un site rétrocedé, datant de 1864, le C.U.B. a en plus, bénéficié d'un programme d'aménagement et d'extension des infrastructures pédagogique samphithéâtre, laboratoire etc...).

L'université de Blida a connu un développement rapide qu'on pourrait scinder en trois grandes phases correspondant essentiellement aux différentes étapes de structuration et de gestion :

- Première étape : Septembre 1981 à Décembre 1984
- Seconde étape : Janvier 1985 à Août 1989
- Troisième étape : Août 1989 à Décembre 1998
- Quatrième étape : Décembre 1998 à nos jours

Durant les trois premières années de son existence, le Centre Universitaire de Blida se situe au milieu de la ville et n'assurait les enseignements que dans quatre filières :

En 1984-1985, période de l'application de la carte universitaire, a vu l'éclatement du C.U.B. en Institut National d'Enseignement Supérieur.

Avec l'application de la Carte Universitaire consacrant l'Institut National d'Enseignement Supérieur, Blida se retrouve avec six structures. Le Complexe Universitaire de Blida est érigé en Université en Août 1989. Un septième Institut ouvre ses portes. Il s'agit de : L'Institut des Sciences Médicales .L'ouverture de plusieurs autres Départements permet à l'Université de modifier son décret de création en 1992/1993. En vertu du décret exécutif n° 98-253 du 17 août 1998, l'Université de Blida regroupe sept Facultés :

➤ **L'université de Ghardaïa**

En 2004, l'attaché de l'Université d'Alger a été créé à Ghardaïa en vertu de la décision ministérielle conjointe du 08 Rajab 1425 AH correspondant au 24 janvier 2004. Par la suite, le secteur de l'enseignement supérieur dans l'état de Ghardaïa a connu un développement rapide, car selon le décret exécutif n ° 05-302 du 16 août 2005 AD le centre a été créé Université de Ghardaïa, avec l'adhésion de l'Attaché de l'Institut National de Commerce de Metlili au centre. Tout cela a abouti à l'élévation du centre au rang des universités nationales selon le décret exécutif n ° 12/248 du Rajab 14, 1433 AH correspondant au 04 juin 2012 après JC, il est situé sur une superficie de 30 hectares et accueille 4000 places pédagogiques, en plus de 6000 places pédagogiques dont j'ai reçu 2000 Un siège et 4000 sièges sont en cours et contiennent diverses structures pédagogiques.

➤ **L'université Mohamed Seddik Ben Yahia Jijel**

L'université Mohamed Seddik Ben Yahia est une université située à **Jijel**, en Algérie. Elle est nommée en l'honneur de l'homme politique Mohamed Seddik Ben

yahia. Dans son évolution, l'université de Jijel est passée par plusieurs étapes de restructuration. Les premiers de son histoire remontent en **1986** date d'ouverture d'une annexe à l'université de Constantine conformément à la décision N°72 du 21/03/1986 du ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique.

Par le décret exécutif N° 62/88 du 22 mars 1988, l'annexe fut transformée en Ecole Normale Supérieure (ENS) ayant pour mission principale la formation des formateurs en sciences fondamentales, licence en mathématiques, en physique et en chimie.

En 1993, et devant l'évolution continue des effectifs étudiants d'inscrits à l'école, il a été décidé d'intégrer, à cette dernière, l'institut des techniciens supérieur en travaux publics d'une capacité d'accueil de 400 places pédagogiques et 250 lits.

En juillet 1998, après l'élargissement du spectre des domaines de formation, la réception d'infrastructures pédagogiques tel que l'institut de métallurgie et l'acquisition de nouveaux équipements scientifiques, l'ENS a été dissoute et créé à sa place un centre universitaire en application du décret exécutif N°221/98 de 27/07/1998 regroupant quatre instituts : l'institut de technologie, d'Informatique, de biologie et des sciences exactes.

Le centre universitaire est érigé en université de Jijel par le décret présidentiel N°03-258 daté du **22 juillet 2003**, sous forme d'un établissement public à caractère administratif doté d'une personnalité morale et d'une autonomie financière, comprenant quatre facultés : la faculté des sciences, la faculté des sciences de l'ingénieur, la faculté de droit et la faculté des sciences de gestion. Actuellement l'université de Jijel est répartis en deux sites :

- Le pôle universitaire central de Jijel
- Le pôle universitaire de Tassoust

➤ **L'université Frères Mentouri Constantine 1**

D'une simple annexe vers une université moderne et pluridisciplinaire à travers des réalisations remarquables. C'est le **29 mars 1968** que fut posée, par le Président Houari BOUMEDIENE, la première pierre de l'université de **Constantine** dont « l'acte de naissance » officiel fut l'ordonnance n°69.56 du 17 juin 1969. Pour rappel, le centre universitaire de Constantine a été institué par le décret de 1961 signé par le Président de la République Française et portant création en Algérie de deux centres universitaires : l'un à Oran et l'autre à Constantine. Cependant, il faut savoir que l'enseignement supérieur à Constantine a débuté avant la création de ce centre universitaire avec l'ouverture, en 1958, d'une annexe de Faculté de Droit de l'Université d'Alger. Cette structure, installée à l'Université Populaire (actuellement Abdelhamid BENBADIS

situé derrière la Grande Poste au centre ville), assurait aux étudiants constantinois, inscrits auprès de l'Université l'enseignement théorique des deux premières années de licence en droit et la préparation du diplôme de capacité en droit.

En 1961, le centre Universitaire s'étoffe et comporte alors 04 (quatre) unités pédagogiques. Par arrêté ministériel n°136 du 12 décembre 1997, l'université de Constantine prit le nom d'Université Mentouri de Constantine et la cérémonie de baptisation eut lieu le 16 Avril 1998. L'année 1998 consacre le développement de la recherche avec le début de la mise en place des laboratoires. Et en Décembre 2012 l'université Constantine 1 est créé.

➤ **L'université Ferhat Abbas Sétif 1**

Le Centre Universitaire de **Sétif** a été créé conformément au décret exécutif n° 133/78 du 09 avril 1978 pour accueillir 242 étudiants repartis sur trois instituts (Sciences Economiques, Sciences Exactes et Technologie, et Langues Etrangères). En 1984, le centre universitaire verra la naissance de plusieurs Instituts Nationaux d'Enseignement Supérieur (INES), institutions jouissant d'une autonomie administrative et financière. En 1989, les INES ont été regroupées pour voir l'institution universitaire s'attribuer désormais le statut d'Université. Depuis le 17 octobre 1992, l'université porte avec fierté le nom du défunt Ferhat ABBAS, grande figure du mouvement national et premier président du Gouvernement Provisoire de la République Algérienne (GPRA).

Au cours de l'année universitaire 1999/2000, et suite à la réorganisation des instituts en facultés, l'université Ferhat ABBAS se compose de 06 facultés.

A partir du 28 Novembre 2011, il y a eu création de deux universités distinctes (Sétif 1 et Sétif 2).

➤ **L'université Kasdi Merbah Ouargla**

L'université Kasdi Merbah **Ouargla** tire ses origines de l'Ecole Normale Supérieure (E.N.S.) érigée par le Décret n° 65-88 du **22 mars 1988**. En 1997, par le Décret n°159-97 du 10 mars 1997 est créé le Centre Universitaire de Ouargla qui regroupe désormais sous son autorité l'Institut national de Formation Supérieure en Agronomie Saharienne (INAFSAS – Décret n°337-97 du 10 septembre 1997) au côté des 05 instituts fondateurs.

L'université kasdi Merbah -Ouargla se compose actuellement de 10 facultés ; chacune d'elles compte plusieurs départements conformément aux textes en vigueur, notamment le Décret exécutif n° 13-100 du 2 Joumada El Oula 1434 correspondant au 14

mars 2013 modifiant et complétant le Décret exécutif n° 01-210 du 2 Joumada El Oula 1422 correspondant au 23 juillet 2001 portant création de l'université de Ouargla..

Le rectorat de l'Université Kasdi Merbah Ouargla se situe sur la route de Ghardaïa.

Trois grands campus composent l'architecture principale de l'Université. Depuis le 05 septembre 2005, l'Université porte désormais le nom de "Université Kasdi Merbah Ouargla".

➤ **L'université des sciences et de la technologie d'Oran - Mohamed-Boudiaf**

L'université des sciences et de la technologie d'**Oran** - Mohamed-Boudiaf (USTO-MB) est une université public fondée le **1 septembre 1986**, elle située dans la commune de Bir El Djir à la sortie est de la ville d'Oran en Algérie.

Oran était dotée d'une formation supérieure et de la recherche scientifique et de développement technologique depuis la création de l'Institut de Génie Civil et Mécanique d'Oran (IGCMO) par ordonnance N° 75-27 du 29 avril 1975 du Ministère de l'enseignement supérieur. Cet institut se situait à la sortie sud d'Oran en allant vers Es Senia.

En septembre 1986, la ville d'Oran fut dotée d'un pôle universitaire aussi important que l'Université d'Oran Es-Senia mais plus moderne et à Oran-Est. Baptisée au début Université des sciences et de la technologie d'Oran (USTO), elle a été conçue par l'architecte japonais Kenzō Tange et s'étalait sur une superficie de 89 ha². Elle a été rebaptisée Université des sciences et de la technologie d'Oran - Mohamed-Boudiaf en mémoire au président assassiné Mohamed Boudiaf.

Elle est classée par le U.S. News & World Report au 59^e rang du classement régional 2016 des universités arabes.

➤ **L'université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem**

L'Université Abdelhamid Ibn Badis, **Mostaganem** (UMAB) est située dans la ville de Mostaganem, au Nord-Ouest de l'Algérie. L'histoire de l'université Abdelhamid Ibn Badis, Mostaganem se mêle intimement à celle de la région de Dahra. Fondé en **1978**, cet établissement d'enseignement supérieur, a longtemps formé l'élite intellectuelle de la région ouest, et son influence est toujours marquante.

En quarante ans d'existence, l'UMAB n'a cessé de relever les défis scientifiques et sociétaux. Une université dont la situation géographique lui offre une position stratégique. En effet, elle est à mi-distance des wilayas d'Oran, Relizane, Chlef et Mascara.

Baptisée en université Abdelhamid Ibn Badis lors de la visite du président de la république en 1998 par Décret exécutif N° 98-220 du **07 Juillet 1998**.

Auparavant, l'enseignement supérieur s'est implanté à Mostaganem dès 1969, avec la création de l'Institut de Technologie Agricole (I.T.A. de Mostaganem) qui formait des Ingénieurs en agronomie appliquée, et l'implantation en 1978 du Centre Universitaire de Mostaganem, qui a ouvert ses portes avec des formations supérieures en Biologie, en tronc commun de sciences médicales et en Chimie.

Depuis 1998, l'Université de Mostaganem a connu un essor très rapide de ses infrastructures et capacités, de ses personnels et de ses étudiants. Les efforts déployés par ses responsables, ses cadres et ses enseignants ont permis à l'UMAB de traverser avec succès une série d'étapes qualitatives qui ont fait de Mostaganem un véritable pôle universitaire rayonnant dans toute la région Ouest du pays et bien au-delà.

L'Université de Mostaganem porte le nom d'Abdelhamid Ibn Badis qui est une figure emblématique du mouvement réformiste musulman en Algérie. Il était enseignant, philosophe, visionnaire musulman, journaliste, et révolutionnaire de la plume et du savoir.

L'université Abdelhamid Ibn Badis de Mostaganem est composée actuellement de 9 facultés et d'un institut.

➤ **L'université Abou Bekr Belkaid Tlemcen**

Créée par décret N° 89-138 du **01 Août 1989** modifié et complété par le décret exécutif N° 95-205 du 05 Août 1995, puis modifié par le décret exécutif N° 98-391 du 02 décembre 1998 l'Université Aboubekr Belkaid de **Tlemcen** est le fruit d'une longue évolution. L'enseignement supérieur a d'abord été assuré au sein d'un centre universitaire qui regroupait à l'origine (1974-1980) les seuls tronc communs des Sciences exactes et Biologie.

La mise en place, en août 1984, de la nouvelle carte universitaire et donc la création des instituts nationaux d'enseignement supérieur aura pour première conséquence de permettre, d'une part, à certaines filières cantonnées de fait au rang de simples départements d'acquérir le statut de véritables instituts, d'autre part à de nouvelles filières de voir le jour.

C'est à l'issue de ces quinze années de gestation qu'apparaît l'Université Abou Bekr Belkaid Tlemcen, entité nouvelle, riche de cette longue période de maturation et ouverte à de nouveaux défis. L'université compte aujourd'hui 8 facultés situés sur 5 Pôles

universitaire qui sont le pôle Imama, pôle Chetouane, pôle kiffane, pôle rocade appelé aussi le nouveau pôle et le pôle caserne miloud, aux quels s'ajoute l'annexe Maghnia.

➤ **L'université Tahri Mohamed de Béchar**

L'Université de **Béchar** a été créée par le décret exécutif n° 09-07 du 7 Moharram 1430 correspondant au **4 janvier 2009**, après la promotion centre universitaire de Béchar en université. C'est aujourd'hui l'une des plus prestigieuses universités de l'Algérie, c'est également la plus grande université dans le sud-ouest du pays.

L'université de Béchar compte près de 12 000 étudiants, 600 enseignants, et un personnel administratif de 700 employés. Les étudiants sont répartis sur 2 grands campus : l'Université Tahri Mohamed de Béchar (UTMB), et le Pôle Universitaire de Lahmar.

C'est une université multidisciplinaire qui propose six grands domaines : Sciences et technologie, économie et gestion, lettres et langues, droit et sciences politiques, sciences humaines et sociales et santé.

2. Présentation et construction du corpus

Nous estimons que notre étude s'inscrit dans l'originalité des travaux portant sur les logos universitaires en Algérie. Dans le but de réaliser notre corpus, nous avons retenu douze logos universitaires. Nous présentons dans ce qui suit une brève description des particularités de ce logo universitaire.

2.1 Le logo universitaire : une identité authentique

Le logo universitaire peut être considéré comme un moyen captivant de la communication visuelle qui viserait à transmettre des messages aux destinataires. Il est l'un des éléments visuels et incontournables qui constituent l'identité visuelle de l'université, il l'accompagne partout afin de la représenter, chaque université possède un logo unique qui la distingue des autres, il est à l'université ce que l'eau est à l'humanité :

Selon le Guide d'utilisation et normes graphiques, le logo de l'université doit figurer sur la correspondance et sur tout élément de papeterie à usage interne ou externe. Il doit être utilisé par les membres des personnels enseignant et non enseignant de l'Université dans l'exercice de leurs fonctions. Il doit de plus servir à désigner les immeubles, les lieux universitaires .Et tout autre bien employé par l'université .Sur le Web, la page d'accueil des sites officiels des unités de l'université doit comporter le logo de l'université. (2018 :10).

C'est pourquoi lors de sa création, il faut tenir compte de tout ce qui relève des activités, de l'environnement, des valeurs, et des objectifs de l'université en obéissant bien sûr à la charte graphique¹. Qui est l'un des éléments fondateurs du logo universitaire. Le logo universitaire peut être simple, complexe, icotype ou siglotypes, comme il peut se manifester sous plusieurs formats (AI, PNG, PDF, JPG, EPS)², ayant plusieurs codes de couleurs (AMS, RVB, CMJN, HEX)³, en blanc, ou en noir et même en négatif, aussi il possède des dimensions différentes afin d'être utilisé sur tout type de support.

2.2 Le corpus

Avant de commencer la lecture de notre corpus⁴, il est important de rappeler que notre travail de recherche est focalisé sur l'analyse sémiologique des logos universitaires algériens, c'est pourquoi nous avons choisi **douze(12) logos universitaires**, qui sont tirés des sites représentés dans le tableau ci-dessous. la collection du corpus n'était pas aléatoire et surtout pas facile, car nous avons rencontré des difficultés pour garantir l'homogénéité du corpus et assurer un choix équitable et une diversité socio-culturelle, c'est pourquoi nous avons pris d'abord trois logos de trois universités, que nous avons déterminés comme repères - prises des trois pôles- (au Centre :Université **d'Alger** Ben youcef Ben khedda, à l'Est :Université Mohamed Seddik Ben Yahia de **Jijel**, à l'Ouest :Université des sciences et de la technologie d'**Oran** - Mohamed-Boudiaf.), puis nous avons choisis parmi celles qui les entourent neuf (9) logos universitaires des universités suivantes :(Université de Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, Université SaâdDahlab , Blida , Université de Ghardaïa ,Université Frères Mentouri, Constantine 1/Université Ferhat Abbas/Sétif Université KasdiMerbah, Ouargla ,Université Abou BekrBelkaid, Tlemcen ,Université Djillali Liabès de Sidi Bel Abbès, Université Tahri Mohamed de Béchar), ce qui fait douze (12) logos.

¹ La charte graphique : constitue les règles et les consignes formants un code de conduite, qu'on doit respecter pour utiliser un logo convenablement.

² Selon le site web : www.Déligraph.com consulté le : 21/07/2020 nous avons l'explication des abréviations :

AI : Adobe Illustrator/PNG : Portable Network Graphics/ PDF:Portable Document Format/JPG :Joint Photographic Experts Grpoup/EPS :Encapsulated Postscript

³ Revenant au cite précédent : AMS :Aerospace Material Specification/

RVB : Rouge Vert Bleu/ CMJN : Cyan, Magenta, Jaune, Noire/HEX : Hexadécimale

⁴ Selon le revue-texto-Rastier un corpus : est un regroupement structuré de textes intégraux, documentés, éventuellement enrichis par des étiquetages, et rassemblés : (I) de manière théorique réflexive en tenant compte des discours et des genres, et (II) de manière pratique en vue d'une gamme d'applications.

Il est à noter qu'on parle de l'image par rapport à ses deux types principaux¹ : l'image mentale et l'image matérielle,

Dans le cas de notre étude nous nous sommes limitées à l'image matérielle, et plus particulièrement à l'image fixe. Nous avons considéré le logo universitaire comme étant une image, afin d'appliquer la théorie de Roland Barthes pour donner du sens au logo universitaire, qui a besoin d'être décortiqué en saisissant ses deux sens dénoté et connoté, pour déchiffrer le message qu'il évoque.

2.3 Choix et de corpus

Notre recherche se base principalement sur l'analyse des logos produits dans les universités de l'Algérie. Notre choix est basé sur plusieurs critères :

- ✓ la diversité des logos universitaires en Algérie, le choix à travers quelques critères (situation géographique, nombre des étudiants, unificateurs permettant de rendre compte d'une multitude de réalisations et apporte une évaluation argumentée pour répondre à nos questions.
- ✓ Dégager des éléments d'analyse pertinents d'un corpus homogène et suffisamment compact.

2.4 Limites du corpus

Afin de limiter notre corpus, nous nous sommes arrêtées sur deux principes :

- la valeur sémiologique que nous pouvons attribuer aux images fixes construites à partir de ces douze logos de notre corpus.
- la dimension visuelle du logo dans l'identification de l'université.





C'est pourquoi, nous essayerons, d'en déterminer certaines caractéristiques du logo universitaire. Ces caractéristiques vont nous permettre d'appliquer la sémiologie Barthesienne pour analyser la conception des logos dans l'université algérienne.



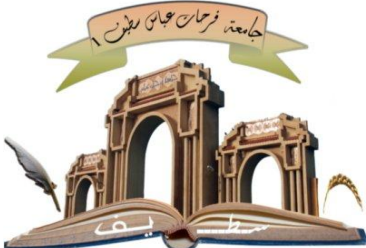

¹ L'image matérielle regroupe deux autres types : une fixe et autre mouvante.

- L'image fixe montre les produits du dessin, de la photographie, de la peinture, de la sculpture traditionnelle, ainsi l'image mouvante est celle du cinéma ou de la vidéo.

2.5 Les données globales accompagnant le logo universitaire

Voici le corpus que nous proposons afin de l'analyser dans le chapitre analytique :

Numéro de logo	Image ou photo	L'université et son adresse	Type du logo	Région	Site web officiel
L01		<p>Université Benyoucef Ben khedda Alger</p> <p>Adresse : 2, rue Didouche Mourad, Alger-Centre, 16000, Alger, Algérie</p>	Logo complexe	Centre	www.univ-alger.dz
L02		<p>Université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou</p> <p>Adresse : Tizi-Ouzou - 15000 Algérie</p>	Logo complexe	Centre	www.umtmo.dz
L03		<p>Université Saâd Dahlab Blida</p> <p>Adresse : Route de Soumaa Bp 270</p>	Logo siglotype	Centre	www.univ-blida.dz
L04		<p>Université de Ghardaïa</p> <p>Adresse : Zone scientifique, BP 455 Ghardaïa, 47000, Algérie</p>	Logo complexe	Centre	www.univ-ghardaia.dz

L05		<p>Université Mohamed Seddik Ben Yahia Jijel Adresse :</p> <p>BP 98 Ouled Aïssa 18000- Jijel</p>	Logo complexe	L'est	www.univ-jijel.dz
L06		<p>Université Frères Mentouri Constantine 1 Adresse :</p> <p>B.P. 325 Route Ain El Bey, Constantine 25017</p>	Logo complexe	L'est	www.umc.edu.dz
L07	 <p>Université Ferhat ABBAS Sétif 1</p>	<p>Université Ferhat Abbas Sétif 1 Adresse :</p> <p>Campus El Bez. Sétif 19000</p>	Logo comlexe	L'est	www.univ-setif.dz
L08		<p>Université Kasdi Merbah Ouargla Adresse :</p> <p>Ouargla route de Ghardaia, BP.511, 30 000</p>	Logo complexe	L'est	www.univ-ouargla.dz





<p>L09</p>		<p>Université des sciences et de la technologie d'Oran - Mohamed- Boudiaf Adresse : BP 1505 El Mnaouer - ORAN - Algérie</p>	<p>Logo complexe</p>	<p>L'ouest</p>	<p>www.univ-usto.dz</p>
<p>L10</p>		<p>Université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem Adresse : Route natioinale N 11, kharouba, 27000 Mostagane m Algérie</p>	<p>Logo icotype</p>	<p>L'ouest</p>	<p>www.univ-mosta.dz</p>
<p>L11</p>		<p>Université Abou Bekr Belkaid Tlemcen Adresse : BP 230 - 13000 Chetouane Tlemc en, Algérie</p>	<p>Logo complexe</p>	<p>L'ouest</p>	<p>www.univ-tlemcen.dz</p>
<p>L12</p>		<p>Université Tahri Mohamed de Béchar Adresse : Rue de l'indépendance, 08000 Béchar</p>	<p>Logo complexe</p>	<p>L'ouest</p>	<p>www.univ-bechar.dz</p>

tableau.3.4 tableau illustrant les données globales accompagnant le logo universitaire

3. Méthode de travail

Il s'agit de la manière de planifier et d'organiser la recherche. Il existe plusieurs méthodes pour aboutir à un résultat bien déterminé, dans notre cas, notre méthode de travail sera effectuée en deux phases afin d'analyser les données recueillies. Nous allons commencer directement l'analyse sémiologique de chaque logo, en débutant par le sens dénoté des signes linguistiques, iconiques et plastiques, après nous passerons directement au sens connoté à travers l'interprétation sémiologique de ces signes (iconiques et plastique), avec l'étude de l'aspect thématique et communicationnel véhiculé par chaque logo du corpus, en prenant en considération la représentation identitaire de chaque logo en question. A la fin, nous clôturons le travail par une synthèse de l'analyse.

Pour garantir la réussite de cette analyse, nous avons pris en considération le code linguistique qui nous oriente vers le thème de l'image, et rend la compréhension de l'image facile, et le code visuel qui nous aide à comprendre aussi l'image, grâce aux sens connotés et le code linguistique en y codifiant son message visuel.

4. La signification de la couleur, la forme et la police dans le logo

Certes, le logo fait partie de l'identité visuelle de l'université. Il peut comprendre un ensemble de lettres, un mot, ou une image, comme il peut combiner entre les trois. Il doit être mémorisable et facile à comprendre. C'est pourquoi nous allons essayer de parler des trois points importants dans sa conception et que nous allons prendre comme repère dans notre analyse : la couleur, la forme et la police.

4.1 La signification de la couleur

Quant à la signification des couleurs¹, nous allons nous référer à un site internet qui parle du choix de couleurs.

✓ Rouge

L'une des couleurs préférées dans le monde entier. Le rouge évoque la vitalité, la joie, l'activité, l'énergie, le dynamisme, le tempérament, l'impulsivité, la chaleur, la passion, la tentation, l'éveil, la volonté de conquête, le goût de l'action, l'aventure, le feu, le courage, l'excentricité et la vigueur **mais aussi** le surmenage, le danger, la violence, la colère, la provocation.

¹La couleur est une composante visuelle essentielle puisqu'elle influe sur nos sentiments, notre mémoire, nos comportements et même sur notre perception des choses. Le langage des couleurs universel pour certains, culturel pour d'autres ne laisse personne indifférent.

✓ **Orange**

Est apprécié autant des hommes que des femmes. L'orange signifie : énergie, vitalité, excitation, aventure, chaleur, santé .L'orange symbolise la joie, la jeunesse, l'efficacité, la vitalité, l'amusement, l'extraversion, l'excitation, l'affirmation de la vie, l'exubérance, l'énergie, l'activité, stimule les émotions ou encore l'appétit, l'aventure, la chaleur, la santé **mais évoque aussi** le fanatisme et la rudesse.

L'orange est souvent associé aux économies.

✓ **Jaune**

C'est la couleur qui attire le plus d'attention. Le jaune représente le Soleil, la lumière, la maturité, la chaleur, la clarté, la planification, la loi, l'optimisme, la poussée en avant, la sensibilité, le luxe, la joie de vivre, la bonne humeur, la gentillesse, le changement et l'extraversion, l'ensoleillement, la créativité, le plaisir **mais il évoque aussi** la vanité, la présomption, l'arrogance, l'envie, la jalousie, l'avarice, l'égoïsme, le mensonge, l'incertitude, l'absence d'émotions, ainsi que l'amertume et le venin. Cette couleur a toujours été associée aux hors-la-loi, aux persécutés et aux exclus. Le jaune est souvent associé au danger.

✓ **Vert**

La couleur universelle de l'écologie. Le vert symbolise l'endurance, la fraîcheur, la ténacité, la relaxation, la nature, la végétation, la fertilité, la renaissance, la sérénité, l'argent, le naturel, le calme, la générosité, la santé, la confiance, Il semble extraverti, joyeux, régénératif, complet et neutre **mais suggère aussi** l'indécision, la paresse et une attitude impersonnelle. Le vert est associé à l'environnement, à la nature.

✓ **Bleu**

La couleur la plus utilisée dans l'identité corporative. Le bleu est une valeur sûre. Le bleu symbolise la relaxation, l'apaisement, les résultats, la sympathie, la confiance, la gentillesse, la fiabilité, l'expansivité, les loisirs, l'harmonie, la satisfaction, le calme, le silence, la passivité, l'infini, la propreté, l'espoir, la fusion, l'intelligence, la science, la conservation, la propreté, le désir, l'imagination, le courage, le caractère sportif, la paix, la sécurité **mais il évoque également** le froid, la fraîcheur, l'étourderie, la négligence, l'obstination, la naïveté, l'assouvissement ou la mélancolie. Le bleu est la couleur la plus froide du spectre et la couleur complémentaire de l'orange.

✓ **Violet**

Est une couleur qu'on aime ou que l'on n'aime pas. Le violet est souvent associé à la créativité. Le violet représente le mystère, la magie, tristesse, l'extravagance, le majestueux, la justice, la noblesse, la richesse, la spiritualité, la dignité **mais également** la vanité, l'arrivisme et le conflit.

✓ **Rose**

Le rose représente la délicatesse, la féminité, l'innocence, le romantisme, la tranquillité, la douceur.

✓ **Brun**

Est la couleur de la terre. Le brun signifie : Terre, simplicité, durabilité, stabilité. Le brun est souvent associé à la maturité.

✓ **Gris**

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

✓ **Noir**

Est une couleur sérieuse. Le noir signifie : Puissant, classique, sophistiqué, drame. Le noir indique la résistance, la sobriété, l'impénétrabilité, l'obscurité, la fonctionnalité, la puissance, le classique, la sophistication. Il paraît dramatique, mystérieux, réservé, sérieux **mais symbolise également** la lourdeur, le trouble, la tristesse, la négation, l'isolement, la constriction, le pessimisme, le drame et le désespoir. Le noir est souvent associé aux produits dispendieux.

✓ **Blanc**

Est accrocheur en publicité. Le blanc est la somme de toutes les couleurs en termes de synthèse additive. Elle est parfaite et symbolise la lumière, la foi, l'idéal, la bonté, le début, la nouveauté, la propreté, la pureté, la simplicité, l'innocence, la modestie, la vérité, la neutralité, l'intelligence, la science et la précision – mais elle représente également le vide et l'inconnu, l'abandon, la stérilité. Tout élément hygiénique est blanc. Le blanc est souvent associé au domaine de la santé.

4.2 La forme

La forme du logo est très significative, et dit beaucoup de choses sur l'université identifiée. C'est pourquoi elle doit être claire et identifiable. Bien qu'elle ait de multiples significations, nous allons présenter une des significations typographiques que nous

avons utilisée dans notre analyse sémiologique des logos universitaires en se référant en se référant à deux sites internet parlés de la création du logo, nous parlons de différentes formes et différentes lignes.

✓ **La ligne horizontale**

Elle représente l'horizon. Quand on regarde l'horizon, on est détendu ce qui fait que par extension, une ligne horizontale représente le calme, la sérénité et la stabilité.

✓ **La ligne verticale**

La ligne verticale, quant à elle, évoque la force, la dignité, la vérité, mais aussi la rigidité et l'immobilisme. C'est une forme qui pourra être utilisée pour des entreprises cherchant à élever leurs clients (formations, aides scolaires, développement personnel).

✓ **La ligne oblique**

Symbolisant le dynamisme et le mouvement. On peut la lire de deux manières (tout dépendra du sens de celle-ci), soit elle représente la chute ou une régression soit elle représente une progression et/ou une ascension.

✓ **La courbe**

Elle représente la plénitude ou la féminité mais elle peut aussi représenter le laxisme, le laisser-aller. Quand celle-ci prend l'orientation verticale cela traduira la féminité or dans le sens inverse ce sera la soumission, le manque de courage.

✓ **Le carré**

Le carré représente, de nos jours, la construction humaine. Elle véhicule la notion d'entreprise, de fabrication humaine et le sérieux. Le carré a tendance à refléter des idées/actions structurées, organisées.

✓ **Le losange**

Le losange symbolise la vie, le partage.

✓ **Le rectangle**

Il a à peu près les mêmes caractéristiques que le carré. Comme ce dernier, il n'évoque pas la nature mais la construction humaine. Il peut être debout pour représenter le dynamisme et la spontanéité mais aussi couché à l'horizontale pour donner une vision panoramique.

✓ **Le triangle**

Il symbolise l'harmonie, la sécurité. En plus, selon son sens d'orientation il pourra représenter la masculinité, la puissance ou la virilité si la pointe est vers le haut, si celle-ci est vers le bas, il représenterait, dans ce cas, la féminité et la fécondité.

✓ Les polygones

Le polygone (de + de 4 côtés), de par ces nombreux côtés, symbolise la pluralité et la complexité. Comme pour le carré il est beaucoup utilisé dans les métiers de bâtiments, ces formes peuvent aussi être utilisées pour les métiers scientifiques en rapport avec la chimie, mathématiques ou encore la physique.

Cette forme sera très utile si l'entreprise veut se concentrer sur leurs atouts techniques ou technologiques mais la représentation de la partie créative (s'il y a) sera inexistante.

✓ Le cercle

Représente la perfection, l'infini, l'absolu. Cette forme et les formes arrondies en général sont très appréciées dans les milieux artistiques ou manuels pour symboliser la créativité. La quasi-totalité des entreprises utilise des formes arrondies dans leur logo car ces formes n'ont que des images positives (même si les milieux dits «créatifs» sont ceux qui l'utiliseront le plus).

✓ La spirale

La coupe transversale d'une coquille de nautilus est une image bien connue en raison de ses magnifiques proportions et de sa régularité mathématique, mais il en existe bien d'autres types de spirales. Elles nous fascinent car elles peuvent se poursuivre à l'infini vers l'intérieur ou vers l'extérieur. Les spirales peuvent représenter l'infini, le mystère de la vie, l'ordre naturel de l'univers et la sérénité et la solennité de la nature.

✓ L'écu

Le plus artificielle des catégories de formes est l'écu, qui peut se présenter selon de nombreux aspects, et est un dérivé de conception d'armures modernes ou antiques? Souvent un mélange de carré, triangle et cercles, ils représentent sécurité, protection, force et autorité. De façon intéressante, ils sont le plus souvent associés à la paix qu'aux conflits. La figure humaine est fondamentalement en forme d'écu.

✓ L'étoile

Cinq, six, huit...quel que soit leur nombre de branches, les étoiles figurent parmi nos symboles les plus romantiques.

Elles sont aussi les plus populaires dans les logos et les marques déposées. Les étoiles symbolisent éternité, espoir, énergie, foi, liberté et quête de la vie.

Leur ubiquité et leur emploi pour représenter des concepts très différents voire opposés en font sans doute le plus paradoxal des symboles.

4.3 La police

Selon le site internet qui parle de la symbolique des formes, des couleurs, et des polices en vu de la création d'un logo, il existe deux types de polices

La première est appelée police sans empattement et la deuxième avec empattement.

La spécificité des polices antiques (sans empattement) est qu'elles sont par leur simplicité par définition des polices sérieuses, dynamiques, sobres et modernes.

En ce qui concerne la police avec empattement, il existe 3 grands types :

✓ **Les égyptiennes**

Les égyptiennes, par leurs empattements en forme de brique, représentent la lourdeur, la solidité.

✓ **Les elzévir**

Les elzévir, par leurs empattements en forme de triangle, représentent l'élégance, la finesse, le classicisme.

✓ **Les didots**

Les didots ou didones, par leurs empattements en forme de traits fins, représentent la clarté, la rigueur, le romantisme.

Conclusion

En conclusion, nous arrivons à la fin de ce troisième chapitre, après avoir présenté le contexte de notre analyse, le corpus ainsi que la méthodologie adoptée et qui sera suivie lors de notre analyse sémiologique des logos universitaires algériens et qui sera effectuée tout au long du chapitre qui succède.

Chapitre 4

Analyse des logos

Universitaires

L'une des fonctions primordiales de l'analyse en est la fonction pédagogique
JOLY Martine, Paris, 2011

Introduction

Dans ce dernier chapitre, nous comptons montrer le procédé sémiologique utilisé dans les logos des universités algériennes en nous inspirant des travaux sur « *la sémiologie de l'image* » de Roland Barthes, avec l'appui des travaux de Joly martine, en ce qui concerne le signe plastique.

1. Protocole du travail

Cette partie d'analyse sera consacrée à l'étude analytique et méthodologique de notre objet d'étude qui porte sur l'analyse sémiologique du logo universitaire.

D'abord, pour faciliter l'analyse, nous avons réparti les logos des universités choisies dans le corpus en zone géographiques du territoire algérien, et en fonction de la région c'est à dire en relation avec le tissu socioculturel de la région, et les effectifs des étudiants. Auxquels nous avons attribué une numérotation de L01 à L12. Cette numérotation correspond au découpage que nous avons effectué.

Ensuite, dans notre recherche, nous avons été amenées à étudier particulièrement la connotation et la dénotation en vue de déceler le sens, les techniques et les outils mises en œuvre par les concepteurs de logos.

Enfin pour donner plus de fiabilité à notre analyse et afin de comprendre le message linguistique et non linguistique des logos universitaires, nous présenterons une petite description des logos universitaires proposés dans notre corpus .nous allons s'intéresser à la fois à une interprétation sémiologique et communicationnelle.

2. L'analyse sémiologique des logos universitaires

Dans cette partie, pour la mise en place de l'analyse des logos universitaires, nous avons fait recours à l'approche sémiologique notamment la sémiologie de Roland Barthes¹, et l'utilisation de la conception de Joly martine. Celles-ci sert à étudier les signes linguistiques et non linguistiques bien sûr, afin de dégager les dénotations et les connotations ainsi que de construire une interprétation globale explicite et implicite du message visuel, pour traduire ce que le logo représente réellement. En fin nous clôturons notre analyse par une synthèse globale.

¹ Nous rappelons que la sémiologie selon Roland Barthes est un outil de décryptage idéologique, alors que chaque message étant une construction qui ne va pas de soi, or Le sémiologue observe, décrypte et analyse le message pour rendre compte des effets de sens, des connotés et des implicites présent dans la communication.

➤ L'analyse du logo (I01)



Figure 4.1 : logo de l'université Ben Yousef Ben Khedda d'Alger

1. Description générale

Nous sommes en face d'un logo institutionnel de l'université **Ben Yousef Ben Khedda d'Alger**. Il s'agit d'une image fixe qui représente tout simplement une image douce et naturelle.

Ce logo représentatif est rond, sphérique fermé tracé en noir. Cette image est claire et nette porteuse de sens et de substance. Nous remarquons d'abord au centre de l'image un croissant blanc dont les bordures sont tracées en couleurs verte et rouge. Au milieu et en bas de cette forme, c'est écrit en noir une date **1909**, c'est l'année de l'inauguration de l'université. Nous voyons aussi au milieu de cette image, deux différents types d'arbres convolutés. Ce sont les arbres les plus solides, teints d'une couleur brune, derrière des rayons du soleil qui se trouvent à l'horizon de la mer. A l'extérieur du croissant nous voyons deux épis symétriques de blé en blanc et en vert. En haut comme en bas de ce logo s'écrit en noir et en caractère gras, un message linguistique, qui signifie l'identité de l'université algérienne.

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ Le cadre

Ce logo rond, est bien choisi par le créateur, puisque sa forme est le symbole d'unité, d'alliance, de l'infini, de la divinité, de l'harmonie, du naturel et de la perfection.

➤ Le cadrage

Le créateur de ce logo montre en arrière-plan un fond visuel marron. La vision de la photographie est centralisée, et le message iconique est clair, ce qui nous permet de dire qu'il s'agit d'un plan moyen.

➤ Les couleurs et l'éclairage

Notre perception visuelle de l'aspect de la lumière et des couleurs de cette image nous a permis de constater que :

D'abord les couleurs dominantes sont le marron et le vert, d'où le brun naturel (le marron) qui symbolise la neutralité, la solidarité, la fertilité, la durabilité, la maturité et la stabilité, car il est associé à la terre, au bois, à l'air, à la chaleur et à la croissance. Concernant son utilisation communicationnelle et visuelle, le brun représente un milieu naturel, culturel et historique. Quant à la couleur verte, elle est le symbole de la soie et de l'espérance. Le vert est la couleur de l'islam¹, cette couleur inspire le calme, la placidité, elle émane surtout de la verdure et la nature, un milieu de fraîcheur, de tiédeur et de l'éclat. Comme elle est une source de croissance, du savoir et du progrès.

On trouve aussi le blanc qui se réfère à la clarté représenté par le croissant, cette couleur symbolise aussi la transparence, la sécurité, la lumière, la foi, la liberté, le début, la nouveauté, la pureté, la modestie, la vérité, la neutralité, l'intelligence, la science et la précision. Or le noir symbole de la résistance du peuple algérien, l'impénétrabilité, la fonctionnalité et la puissance.

Le bleu apparaît très clairement au centre de la photographie, c'est la couleur de la mer qui se réfère à la relaxation, le désir, l'imagination, le courage et la paix.

La couleur rouge dans ce logo est indispensable, car elle complète le blanc et le vert pour une signification précise, en effet, ces trois couleurs nous rappellent les couleurs du drapeau algérien d'où l'algérianité² qui est présenté par le savoir offert dans l'université algérienne.

Il est à noter aussi que le choix de ces couleurs a des avantages, parmi les quels nous citons :

- Malgré sa vieille création (1909), il apparaît un gage de modernité.
- Il offre une excellente visibilité de loin.

En parlant de l'éclairage de ce logo, il est clair et bien soigné, l'image est originale, elle a des lumières naturelles.

2. 2 Le message linguistique

Deux messages linguistiques courts, écrits en deux langues différentes (l'arabe et l'anglais).

¹ Rappelons qu'un passage du Coran (verset 31 : Sourate AL-KAHF / LA CAVERNE) décrit le paradis comme un endroit où les gens «porteront des vêtements verts en soie fine»

² Dans l'analyse des pâtes PANZANI c'est l'italianité.

En haut, au milieu se trouvent deux mots écrits en arabe classique en noir, sur une ligne circulaire présentée comme suit : « جامعة الجزائر », le message visuel ici est très visible et lisible.

En bas du logo, au milieu se trouvent aussi deux mots écrits en caractères gras noir en anglais «Algers University», ils sont bien lisibles, car ils sont écrits avec un caractère et une police sans serif, caractérisé par une absence d'empattement.

Ces deux messages linguistiques désignent une fonction de relais, ils viennent compléter ce que l'image ne dit pas.

3. Lecture interprétative

Le logo de l'université d'Alger a une forme ronde. Ce logo rond peut exprimer des divers pensées, incluant un sens significatif précis, avec une image indicative qui peut aider et guider le visiteur (le destinataire tel : l'étudiant) en une atmosphère ambiante, accueillante et enthousiaste.

Notre lecture interprétative s'oriente maintenant vers le contenu de l'image de ce logo, nous commençons l'interprétation interne par le dattier qui réfère au patrimoine ancien de nos ancêtres. Ce palmier symbolise la civilisation du monde arabe dans un milieu aride et chaud qui aboutit à la fécondité, le confort et la nourriture. Cet arbre fruitier est une source représentative de la civilisation, de la culture arabe et que l'Algérie est un pays phœnicicole. Nous avons aussi la vigne est un très bel arbre fruitier, nous régaland de son raisin à la fin de l'été. Cet arbre symbolise le savoir, la solidarité des étudiants, la joie et la fécondité. Le blé symbolise l'abondance, la paix et la richesse. L'épi du blé est une source de la nourriture et de gain économique. Le croissant de lune blanc de contour vert et rouge, se voit comme un emblème de l'islam. Il symbolise surtout le drapeau de l'Algérie blanche. Le bleu de la mer au centre du logo indique que l'université d'Alger se trouve dans la capitale, qui est une ville côtière calme et solide.

La date 1909 représente la date de fondation de l'université d'Alger. Elle fait partie de l'époque de la domination coloniale, ce qui renvoie à l'ancienneté de l'établissement qui existe depuis 1909 et à la résistance du peuple algérien, son audace, sa volonté et sa détermination pour la décolonisation et la libération. En ce qui concerne le texte linguistique, nous pouvons dire que l'image est un chef d'œuvre magnifique plein de sens communicatif. À la fin, nous pouvons dire que ce logo véhicule une signification évidente, qui démontre clairement les attributs et les richesses de l'Algérie.

➤ L'analyse du logo (102)



Figure 4.2 : logo de l'université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou

1. Description générale

Le deuxième logo, que nous proposons d'analyser est une image, qui marque l'identité visuelle de **l'université de Tizi Ouzou** : l'Université Mouloud Mammeri. En haut de l'image, il y a un avion militaire qui monte vers le ciel. Il est entouré d'un trait vert de forme arquée et qui se termine par la lettre minuscule « m » écrite en français. Sur le côté gauche de ce logo, nous voyons cinq petits dessins représentant les pétales de la fleur de Pissenlit.

En bas, nous apercevons deux lettres *M, M* sous la forme des dérives d'avion militaire disposées à l'arrière du fuselage, ils sont entourés d'un trait de couleur noire assez clair pour la première lettre, et assez foncé pour la deuxième.

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ Le cadre

Ce logo n'a pas de cadre.

➤ Le cadrage

Il se présente à l'œil verticalement, il est longitudinal, il donne une impression d'action, et d'espace.

➤ Les couleurs et l'éclairage

D'après M. Joly, l'interprétation des couleurs et de la lumière, comme celle des formes, est anthropologique. nous pouvons dire que les couleurs ne sont pas réparties équitablement. D'abord, la couleur noire domine l'image, elle évoque la puissance, le classique, le sophistiqué, la résistance, la sobriété, l'obscurité et la fonctionnalité, elle peut exprimer aussi la tristesse du peuple algérien pendant la colonisation.

Ensuite, le blanc qui correspond à la paix, Alger la blanche et même la ville de Tizi qui est aussi blanche, une couleur qui symbolise la pureté, l'innocence et la joie. Il domine le fond à fin d'améliorer la lisibilité de la lettre **M**. nous remarquons aussi le vert qui un symbole de l'espérance, de force, du calme, de la nature et de la fertilité et aussi de l'énergie vitale. Enfin la couleur jaune apparait sur le côté pour caractériser quelques petites formes dans ce logo. Couleur préférée des berbères, le jaune fait partie des couleurs panberbères, il symbolise le soleil, la lumière, la chaleur, la clarté, la planification, la loi, l'optimisme, le progrès, la joie de vivre, la bonne humeur, la gentillesse, le changement et l'extraversion.

En ce qui concerne l'éclairage, on voit que l'image est assez nette et ne présente pas de flous.

2.2 Le message linguistique

La lettre doublée (M^M) renvoie au nom du célèbre écrivain, l'auteur de : La colline oubliée, l'anthropologue et le linguiste algérien Mouloud Mammeri.

3. Lecture interprétative

Il est clair à première vue que cette image est un logo fort et puissant. Ce dessin véhicule un message, qui stipule que l'Université de Tizi Ouazou offre une formation de haute qualité, ce qui permet d'aller loin dans les études. Autrement dit, il représente la force et le poids de l'université de Tizi Ouazou, qui se trouve au centre ville de Tizi, et qui s'intéresse également aux études supérieures des sciences techniques et littéraires. La ligne verte représente le faciès d'un homme puissant compétent et instruit, un combattant célèbre qui symbolise la force, c'est l'écrivain kabyle algérien d'expression française Mouloud Mammeri, qui exprime avant tout la culture kabyle et la civilisation arabo-berbère. Les cinq pétales en jaune en bas de la ligne, symbolisent un bon caractère de cet homme, car symboliquement chargé, le chiffre 5 est cognitivement très fort, il incarne plusieurs valeurs, dont celles de l'équilibre (cinq doigts de la main) et de la liberté individuelle, ainsi le chiffre cinq se rapproche beaucoup des gens aux caractères baroudeurs, libres et extravertis, des personnes courageuses et volontaires.

L'avion de guerre en forme d'un aigle volant vers le haut et vers le ciel et sa couleur noire prédominante sur le logo exprime la force de l'université.

➤ L'analyse du logo (103)



Figure 4.3 : logo de l'université Saad dahleb de Blida

1. Description générale

Le logo de l'Université de **Blida** est un cas particulier des logos que nous avons choisis pour l'analyse.

Ce logo est simple, mais très expressif et significatif dans son sens, malgré la simplicité de sa forme. Il ne contient que quelques formes spécifiques qui sont des lettres écrites en arabe et en français.

Ce logo est une image exclusivement linguistique, elle est représentée par un message qui comporte les deux premières lettres de l'Université de Blida. Elles sont écrites en arabe et en français. Sur le côté droit de l'image la première lettre de l'université est rédigée en français. Elle se trouve en bas du logo, mais elle est entrelacée avec la première lettre du nom de Blida. Ces deux lettres sont écrites en caractère gras, taille de police assez claire avec empattement. Sur le côté gauche, on voit la première lettre de l'université est rédigée en arabe, en caractère gras, elle est entrelacée avec la première lettre du nom de Blida.

Le message des lettres freine la polysémie, il donne un seul sens et une seule interprétation car c'est un logo universitaire très signifiant.

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ **Le cadre**

C'est un logo qui ne présente pas de cadre.

➤ **Le cadrage**

Dans un seul plan moyen, nous observons une dimension d'écriture épaisse, avec des lettres qui constituent une forme ouverte, qui n'est pas réellement une forme tant qu'elle est incomplète.

➤ Les couleurs et l'éclairage

La seule couleur dominante est le vert, symbole de nature, de fertilité, de renaissance, de sérénité et de générosité. Elle occupe tout l'espace de ce logo (les lettres bien sûr). L'utilisation seulement de la couleur verte indique la ville des roses qui se distingue par une caractéristique géographique agricole, comme elle le montre à travers le massif montagneux d'Algérie qui est L'Atlas blidéen et les plaines de la Mitidja qui sont des riches plaines agricole des agrumes, des vignobles, des arbres fruitiers et de fourrage. Donc le vert ici symbolise aussi la nourriture, l'agriculture (L'Université de Blida a été l'une des premières universités qui a proposé des études universitaires en sciences agricoles)

2.2 Le message linguistique

Ce logo comporte un seul message linguistique, qui est abrégé par des lettres écrites en arabe et en français, et qui identifie l'université de Blida. Les lettres entretiennent une relation de relais dans cette image.

3. Lecture interprétative

Les lettres **B, U** et **ب, ب** qui constituent ce logo, ne sont pas seulement des initiales de l'alphabet, ils sont aussi une icône ou un symbole, qui représentent l'univers de l'institution éducative qui est l'université de Blida, donc elle permet de véhiculer un maximum du message visuel avec un minimum de moyens.

La première lettre de l'université est écrite en arabe (**ب**) ainsi en français (**U**) en même couleur verte, cela nous a permis de dire que cette établissement offre un programme universitaire bilingue (arabe français), et que l'enseignement bilingue existe en Algérie. Ces lettres qui sont mises en avant -plan de ce logo, transmettent un seul sens.

La première lettre est véritablement l'initiale du mot. Donc elle initie un mouvement, elle appelle le mot complet qui est lu intuitivement. En ce qui concerne le vert foncé du message visuel nous, supposons que cela dépend de la création elle même du logo, mais nous allons néanmoins interpréter la couleur pour faciliter la vision des lecteurs.

La couleur verte symbolise le paradis, elle est la couleur de l'Islam, cela signifie que le peuple algérien est musulman et adhère à l'identité religieuse islamique, et que la civilisation arabe islamique est règne à l'université algérienne.

Les lettres sont bien plus harmonieuses avec le contenu du message. Cette interprétation reste personnelle, car il y a bien d'autres paramètres à prendre en compte pour créer des logos agréables à lire et à regarder.

➤ L'analyse du logo (104)



Figure 4.4 : logo de l'université de Ghardaïa

1. Description générale

Cette image qui désigne l'identité visuelle officielle de l'université de Ghardaïa, est réalisée dans un espace rond et limité par un croissant rouge. En bas et à l'intérieur, on remarque une phrase écrite en blanc et en anglais, et en haut de l'image s'écrit un message en arabe en rouge et bordé par le blanc «جامعة غرداية». L'image est centralisée, or le créateur de ce logo veut diriger le lecteur vers le centre de l'image. Un point stratégique, l'œil du lecteur est attiré vers le grand livre blanc ouvert, où se place la carte géographique d'Algérie et vers le monument historique marron, ainsi aux rayons qui brillent en blanc et à l'étoile rouge de cinq branches.

Nous dirons que cette image est une construction axiale orientée vers le haut.

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ Le cadre

Ce logo présente un cadre rond qui le délimite dans l'espace géographique et le sépare du monde saharien, il lui donne l'impression du concret.

➤ Le cadrage

Dans ce logo, il n'y a pas de modèle clair, l'image apparaît comme des symboles : le livre blanc et la carte de l'Algérie sont présentés en premier plan, le soleil rayonne en blanc, le monument et l'étoile rouge se trouvent à l'arrière-plan.

Ce sont des parties d'éléments, qui sont là pour désigner le tout par excellence, nous disons qu'il s'agit d'un plan moyen.

2.2 Les couleurs et l'éclairage

La couleur dominante est le rouge, couleur de l'étoile, du croissant et même de fond du message linguistique écrit en arabe. Le rouge visible très rapidement, symbolise la force, l'amour et le courage se présente comme un décor devant l'image, et symbolise la créativité, l'énergie, le dynamisme, l'impulsivité, la chaleur et la passion. Le rouge est utilisé pour écrire le texte qui suit l'image pour plus d'attraction. Le livre porte la couleur blanche, symbole de pureté et d'innocence. Le vert évoque la fraîcheur, la ténacité, la relaxation, la nature, la végétation, la renaissance, la sérénité, l'argent, le naturel et le calme. Le bleu domine l'arrière-plan, il réfère le ciel, le rêve, la loyauté et la fraîcheur. Le marron couleur du monument, qui symbolise la terre, l'histoire et la culture.

La lumière solaire, de couleur blanche, crée une sensation du naturel, et qui donne l'impression d'un début de journée ensoleillée et fraîche, elle vient des deux cotés droit et gauche du monument. La présence des trois couleurs (vert-blanc et rouge) renvoie au drapeau algérien. L'endroit où se trouvent le livre et la carte d'Alger est plus clair que le reste du logo. La lumière est projetée sur le nom de l'université.

Le message linguistique

Deux messages linguistiques, écrits en deux langues différentes (l'arabe et l'anglais), le premier se trouve en haut du logo, écrit en arabe « جامعة غرداية ». Le deuxième message apparaît en bas du logo, il est écrit en anglais en blanc et en ligne circulaire « University of Gardaia ». Ces messages jouent le rôle d'ancrage dans ce logo.

3. Lecture interprétative

Rappelant que tout logo peut exprimer de multiples idées et de différentes interprétations. Ce logo est riche en informations, nous voyons au milieu un immense livre blanc ouvert, contenant la carte de l'Algérie, cela veut dire que cette université est destinée à tous les étudiants de l'Algérie. Nous repérons également une tache blanche brillante sur la carte au milieu du livre, elle évoque l'espace géographique, il s'agit du centre de la partie Nord du Sahara algérien exactement dans la ville de Ghardaïa, vers le haut, nous voyons un monument historique des sept villages: ksour de Mzab. Notons que le Mzab est un lieu de révélation et de sentiments profonds. Il représente un scénario d'apprentissage, de savoir et de découverte au sein de l'hostilité du désert.

L'étoile et le croissant sont des symboles centraux de toutes les religions, en islam l'étoile à cinq branches peut représenter les cinq piliers de l'Islam. Le croissant peut symboliser le dernier croissant de Lune, qui marque la fin du mois de ramadan.

Ce logo est conçu avec un fond bleu qui reflète la signification du ciel d'un côté, et la sérénité d'un autre. Enfin nous trouvons que le choix de la photographie est vraiment important dans ce logo.

➤ L'analyse du logo (105)



Figure 4.5 : logo de l'université de Jijel

1. Description générale

Dès la première observation, le logo de l'université de Jijel qui est un logo complexe, paraît très riche et mérite d'être analysé. Ce logo de l'université de Jijel se présente avec un fond blanc qui regroupe un amas de signes iconiques, plastiques, et même linguistiques que nous allons essayer de déchiffrer de l'intérieur vers l'extérieur.

D'une part, nous observons un support physique qui est un écu, avec des bordures blanches, qui se place au centre du logo, il occupe la partie principale du logo. Cet écu est divisé en deux parties grâce à une enseigne remplie du blanc et contient une inscription linguistique en arabe « جامعة جيجل », écrite en vert. Chaque partie est divisée à son tour en deux parties, les quatre parties présentent :

- Une image remplie du vert, et contient un soleil brillant et du blé récolté.
- Un fond jaune avec un livre ouvert blanc, et une plume à encre noire.
- Une grappe de raisin sur un fond jaune.
- Un paysage avec un ciel bleu, contenant un bateau noir avec une voile blanche en pleine mer de couleur bleu bien sûr.

D'autre part, nous voyons que cet écu est entouré d'un autre rempli du blanc, ce dernier est accompagné d'ornements extérieurs : une forteresse sous forme d'une couronne murale de couleur marron, avec une silhouette noire, qui repose directement sur l'écu externe, et des deux côtés. Il est soutenu par une branche verte d'olivier et une de chênes, nouées sous la pointe de l'écu interne.

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ Le cadre

Le logo n'a pas de cadre.

➤ Le cadrage

Comme nous l'avons dit dans les logos précédents, le plan moyen est le type de cadrage utilisé dans ce logo afin de permettre à tous les éléments qui constituent le logo d'être visible.

➤ Les couleurs et l'éclairage

Ce qui attire notre attention, est l'emploi d'un cocktail de couleurs qui véhiculent des significations très importantes en relation avec la visée communicative du logo.

Nous avons le blanc qui domine l'arrière-plan du logo, cette couleur symbolise l'idéal, l'intelligence et la science, aussi, le marron couleur de la couronne murale, et qui signifie la terre et la stabilité, de plus, le noir, couleur de puissance et de résistance. Nous remarquons aussi la coexistence d'autres couleurs telles : le jaune qui représente le soleil, l'optimisme, la joie de vivre, et la créativité ; le vert qui symbolise la nature, la renaissance, la générosité et la confiance ; le bleu qui signifie la relaxation, l'infini, l'espoir et la sécurité.

L'éclairage est tellement fort que toutes les couleurs sont bien identifiées.

2.2 Le message linguistique

Ce logo universitaire s'accompagne d'un seul message linguistique qui est placé au centre de l'image. Ce message « جامعة جيجل » , en langue arabe, signifie « l'université de Jijel », est destiné à tous les visiteurs de l'université.

3. Lecture interprétative

Nous allons essayer de faire une lecture interprétative des couleurs, des formes ainsi que les éléments particuliers qui se trouvent à l'intérieur de l'écu.

Le logo de l'université de Jijel est une représentation figurée, qui reflète l'Histoire et la culture de la wilaya de Jijel. Les deux écus qui s'y trouvent, ont la forme d'un bouclier, ce dernier symbolise la protection et la sécurité qui caractérisent la wilaya de Jijel, d'ailleurs, et afin de renforcer cette symbolisation, le créateur de ce logo a rempli le fond de l'écu externe par la couleur blanche qui nous témoigne de la bonté des habitants de cette fameuse wilaya.

Ainsi, l'écu interne est traversé par une enseigne qui contient un message purement linguistique, et qui permet d'identifier l'université. Il est aussi divisé en quatre quartiers pour montrer la diversité culturelle et économique de la région, ces différents quartiers présentent :

-Un livre ouvert accompagné d'une plume à encre sur un fond vert, cet ensemble symbolise la générosité en savoir à Jijel.

-Un soleil brillant et du blé récolté sur un fond vert, pour montrer que l'agriculture céréalière est très présente à Jijel.

-Une grappe de raisin sur un fond jaune qui nous rappelle de l'intérêt de la wilaya de Jijel pour la culture du raisin.

-Un bateau noir avec une voile blanche au milieu de la mer bleue qui paraît calme (absence de vagues), ce paysage symbolise que Jijel est une ville côtière qui jouit d'un port important.

Parlant des ornements extérieurs, nous avons une forteresse marron ayant la forme couronne murale avec une silhouette noire qui repose directement sur l'écu. Cette dernière nous fait remonter dans le temps et commémore « Jijel la citadelle », qui grâce à elle, la population civile restait en sécurité face aux envahisseurs, en d'autres termes, cette forteresse symbolise la fortification de Jijel.

Nous avons aussi dans les deux côtés de l'écu, une branche d'olivier qui reflète l'agriculture de la wilaya qui est basée sur la plantation d'olives, et une branche de chênes symbolise la richesse forestière importante de la wilaya de Jijel.

➤ L'analyse du logo (L06)



Figure 4.6 : logo de l'université des Frères Mentouri Constantine1

1. Description générale

Le logo de l'université des Frères Mentouri Constantine¹ qui est un logo complexe, est très signifiant, et reflète beaucoup de symboles qui sont susceptibles d'être énoncés séparément. Ce logo universitaire qui a la forme ronde, se constitue d'une bande avec un fond bleu, qui comporte deux inscriptions linguistiques occupant la ligne circulaire, avec un remplissage blanc, écrits en deux langues différentes : l'arabe et le français et qui servent à représenter le nom de l'université en question «L'UNIVERSITE DES FRERES MENTOURI COSTANTINE 1» « 1 جامعة الاخوة منتوري قسنطينة », chacun de ses deux écrits est suivi du chiffre (1) qui permet de numéroter l'université par rapport aux autres universités qui se trouvent à Constantine et possèdent une appellation identique , ces deux écrits sont séparés l'un de l'autre par deux petits drapeaux algériens qui ont eux aussi la forme ronde , situés aux deux cotés gauche et droit du cercle et permettent de le diviser en deux partie symétriques.

Juste après, nous apercevons le centre du cercle, dominé par un fond blanc, où notre attention est captivée par la présence d'un édifice composé de lignes horizontales bleues et blanches, et occupe son premier plan. Au- dessous de cet édifice, nous remarquons la présence d'une grande plume de couleur verte avec une loupe qui a les mêmes couleurs que la tour, le bleu et le blanc. En arrière-plan, nous voyons un monument historique tracé en noir et rempli du blanc à savoir un pont en plus du roché sur lequel est bâtie la ville de Constantine.

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ Le cadre

Le cadre de ce logo porte la forme d'un cercle, cette forme est choisie soigneusement pour éclairer l'objectif de l'université qui est la perfection et la créativité.

➤ Le cadrage

Dans le premier plan, nous observons la tour avec la plume et la loupe, alors qu'en arrière-plan, figure le monument composé du pont et des montagnes, de là nous constatons que le créateur de ce logo opte pour le plan moyen, afin d'accorder de l'importance à la tour, à la plume ainsi qu'à la loupe pour les mettre en valeur.

➤ Les couleurs et l'éclairage

Les couleurs qui prédominent dans ce le logo sont bien le bleu et le blanc. La couleur bleue reflète l'infini, la fiabilité, l'intelligence, la science, et la communication,

quant au blanc, il symbolise aussi l'intelligence et la science, de plus c'est une couleur parfaite qui désigne la lumière, l'idéal, le début, la nouveauté, la modestie, et la vérité. Nous avons d'autres couleurs secondaires à savoir le vert qui symbolise la nature, la végétation, la fertilité, la confiance, la sérénité, et la renaissance, ainsi que le rouge qui est lié à l'énergie, la vitalité, et le dynamisme.

Parlant de l'éclairage, ce dernier est tellement clair que toutes les couleurs sont bien identifiées.

2.2 Le message linguistique

Ce logo contient deux messages linguistiques écrits en lignes circulaires en deux langues différentes et qui renvoient à la même idée. En haut nous avons le premier message « جامعة الاخوة منتوري قسنطينة », écrit en arabe classique et en bas nous avons sa traduction en français, « université des Frères Mentouri », ces deux messages linguistiques de sens identiques visent à identifier l'université de Constantine, et la présenter à un large public. Parlant de police, nous observons que le créateur de ce logo opte pour les polices sans empattements, qui sont des polices dynamiques, sérieuses et modernes. Ces deux message linguistiques remplis une fonction d'ancrage par rapport à l'image, car ils complètent le sens de l'image menée par ce logo.

3. Lecture interprétative

A travers la forme ronde de ce logo, nous constatons le bon choix de cette dernière, qui reflète le sentiment de créativité qui marque cette université. Cette forme envoie des ondes positives qui influencent les destinataires et les rendent curieux, soit pour s'y inscrire, soit pour acquérir plus d'informations sur ses offres d'études.

Comme nous l'avons déjà cité dans la phase de description, ce logo est composé d'une bande ronde qui encadre le logo, et qui contient deux messages linguistiques remplis du blanc, qui désigne la modestie de l'université en question, ces deux messages linguistiques sont écrits sur une ligne oblique, qui symbolise la garantie d'une progression adéquate des études. Le message qui se trouve en haut du logo, est écrit en langue arabe qui est la langue officielle du pays, permet de marquer l'identité algérienne, de l'autre côté en bas, nous avons le deuxième message qui a les mêmes caractéristiques que le premier, mais écrit en français. Les deux écrits ont le même objectif : il s'agit de présenter le nom de l'université et la distinguer des autres.

Le chiffre 1 figure dans les deux messages, il nous permet de suggérer qu'il existe d'autres universités à Constantine qui ont une appellation identique, et que cette dernière

a l'honneur d'être créé en premier lieu. Ces deux messages se localisent sur un fond bleu, cette couleur incite les étudiants à désirer un cursus riche et infini au sein de cette université. Ils sont aussi séparés dans les deux côtés par deux petits drapeaux algériens qui reflètent l'identité algérienne. En franchissant le logo, nous rencontrons un fond blanc où baigne un amas de symboles qui méritent d'être interprétés en retirant le sens connotatif qu'ils véhiculent. Ce fond blanc est choisi soigneusement pour montrer que ce lieu qui est l'université, est un lieu où coexistent le savoir et la science, un lieu où nous pouvons aller plus loin dans la recherche scientifique, lieu qui constitue le début d'une vie sans limite, où nous pouvons acquérir une infinité du savoir pour aller plus loin.

Aussi, au premier plan, nous distinguons un édifice qui renvoie à la tour de l'université des Frères Mentouri de Constantine, qui est un symbole de l'université en question, ce dernier permet d'attirer l'attention des destinataires. Cette tour a la forme d'un livre fermé composé de lignes horizontales qui représentent la stabilité et la sérénité de l'université, ses lignes sont colorées en bleu et en blanc, qui symbolisent en commun l'intelligence, le savoir et la science. Au-dessous, nous avons une plume verte qui est un outil d'écriture depuis l'antiquité. Cette plume montre à la fois l'ancienneté de l'université et sa richesse en savoir. Elle évoque aussi par sa couleur verte la confiance, autrement dit, elle adresse un message aux lecteurs, que c'est le lieu idéal pour acquérir le savoir en toute confiance. De plus, nous avons une loupe ayant les mêmes couleurs interprétés précédemment (le bleu et le blanc), comme nous le savons tous, la loupe est souvent utilisée par les scientifiques, c'est pourquoi elle nous fait penser à la recherche.

L'adjonction entre ces trois éléments, nous permet de retirer un sens connoté qui se résume en une phrase : l'université « des Frères Mentouri, Constantine 1 », est l'université la plus adéquate pour acquérir le savoir en toute confiance et sérénité.

En arrière-plan, nous avons un monument historique composé d'un pont et des montagnes sur lesquelles il est bâti. La présence de ce dernier n'est pas aléatoire, il permet de préciser la localisation réel de l'université, car ce pont, nous fait penser à la ville de Constantine, qui est reconnue par ses ponts suspendus. Ce pont est tracé en noir, qui signifie la puissance et la résistance de ce dernier, ainsi il est rempli en blanc, afin de symboliser la modestie et la bonté des habitants de la ville de Constantine.

➤ **L'analyse du logo (L07)**



Figure 4.7 : logo de l'université de Sétif

1. Description générale

La composition de ce logo complexe est très signifiante, vu le nombre d'éléments iconiques visibles qui le compose est qui méritent d'être interprétés. Ce logo se trouve avec un fond blanc, en haut, se trouve un ruban rempli du vert des deux côtés, et du marron clair au milieu. A l'intérieur du ruban, nous observons une inscription linguistique, écrite en langue arabe, en gras d'un remplissage noir « جامعة فرحات عباس سطيف », juste après, nous voyons un hologramme d'une architecture antique romaine teintée du marron, au-dessous, ce dernier est tenu par un gigantesque livre ouvert dont les bordures de la couverture sont en noir, et ses feuilles sont colorées du marron qui est la couleur dominante, sur lesquelles est écrit en arabe « سطيف », à ses deux côtés, nous avons une plume noire à gauche, et un épi de blé jaune à droite. Tout en bas, nous observons une autre inscription linguistique en caractère gras et noire, écrite en horizontale, mais cette fois-ci, cette dernière est écrite en français « Université Ferhat Abbas Sétif1 ».

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ **Le cadre**

Le logo n'a pas de cadre, mais il contient un ruban qui a une signification purement culturelle, et désigne la prise de conscience de cette université par rapport à ses obligations.

➤ **Le cadrage**

En ce qui concerne le cadrage, le créateur de ce logo, utilise le plan moyen afin d'accorder une importance à l'hologramme, le livre et les autres signes iconiques qui y figurent (la plume et l'épi) pour les mettre en valeur, et inciter les destinataires à devenir acteurs de l'image grâce à leurs imaginations.

➤ Les couleurs et l'éclairage

Dès la première vue, nous constatons que le marron autrement dit le brun, est la couleur qui règne. Cette dernière laisse suggérer beaucoup de significations, telles : la terre, l'originalité et la stabilité. Nous trouvons aussi des couleurs auxiliaires, comme le vert qui symbolise la nature, la fraîcheur, la renaissance, et la sérénité, le noir qui est une couleur dite sérieuse, et qui signifie dans ce contexte la puissance et la résistance, et le jaune qui nous rappelle du soleil, la lumière, l'optimisme et la poussée en avant. Toutes ces couleurs que nous venons de déchiffrer, baignent dans un fond blanc qui leur permet d'être claires et visibles, le blanc désigne le début, la science, l'intelligence et la précision.

2.2 Message linguistique

Ce logo comporte trois messages linguistiques, le premier écrit en haut à l'intérieur d'un ruban, le second au milieu sur les feuilles du livre, et le troisième est mentionné en bas du logo. Le premier message linguistique est écrit en arabe « جامعة فرحات عباس سطيف », ce dernier signifie « Université Ferhat Abbas Sétif » et permet d'identifier l'université et la distinguer des autres, idem pour les deux autres messages dont le deuxième est écrit en arabe et le troisième en français avec des polices sans empattements qui reflètent la modernité et le dynamisme de l'université en question. D'où la fonction d'ancrage qu'ils entretiennent avec l'image qui se présente dans le logo.

3. Lecture interprétative

Ce choix pertinent des trois messages iconique, plastique et linguistique dans ce logo, donne lieu à un ensemble illimité de significations connotées. De ce fait, nous allons essayer d'être plus profond afin de réaliser une interprétation pertinente pour déceler la visée communicative de ce logo universitaire.

D'abord, Nous remarquons que l'hologramme et le livre occupent presque toute la surface du logo. Cela signifie que l'accent est mis sur ces deux éléments. Commençons par l'hologramme d'une architecture antique, ce dernier renvoie à l'Arc de Tarjan, qui est une architecture antique des Romains. C'est un arc à trois baies, qui représente les portes de la ville de Sétif, ce dernier marque l'Histoire et le patrimoine culturel de la wilaya de Sétif. C'est un site archéologique très célèbre sûr l'échelle mondiale. Ce dernier est peint avec du marron afin de montrer sa résistance et sa durabilité. La présence de ce site n'est pas aléatoire, au contraire, à travers ce choix qui constitue la fierté des Sétifiens, le destinataire vise à nous montrer que l'université se localise dans une ville qui tire ses

origines de l'antiquité. Ce site archéologique est placé sur un livre gigantesque ouvert, avec des feuilles marron sur lesquelles le mot arabe « سطيڤ » est mentionné en blanc.

À travers ce fameux tableau, on comprend que le savoir est à la base de toutes les civilisations, et que Sétif, qui est une ville antique, est une ville de savoir par excellence. Toujours avec le livre, mais cette fois nous passons à ses deux côtés, du cotés droit, nous apercevons un épi jaune qui nous fait penser à l'agriculture sétifienne basée essentiellement sur la céréaliculture, et du cotés gauche, une plume noire qui marque le savoir. Ensuite, nous observons le haut du logo, nous remarquons la présence d'un ruban rempli du vert dans ses deux côtés, et du marron au milieu et contient le message linguistique écrit en arabe et rempli du noir « جامعة فرحات عباس سطيف », afin d'identifier l'université et mettre son nom en valeur. Enfin, juste en bas du logo, nous avons le même message linguistique mais écrit en français en gras avec des polices sans empattements afin d'identifier l'université de Ferhat Abbas et la mettre en valeur.

➤ L'analyse du logo (L08)



Figure 4.8 : logo de l'université d'Ouargla

1. Description générale

Ce logo universitaire de type complexe, est composé d'un ensemble significatif qui lui donne un sens particulier, cet ensemble est composé des éléments suivants :

D'une part, nous observons un cercle tracé en gras d'une couleur verte, avec un fond blanc, dans son arrière-plan, nous avons un livre ouvert teinté en vert et en noir, alors qu'en premier plan, nous avons une spirale rouge ascendante, deux points rouges de tailles différentes, placés au début et à la fin de la spirale, et un petit livre ouvert teinté aussi du rouge. D'autre part, nous voyons deux écrits linguistiques noirs qui entourent le cercle, l'un situé en haut, écrit en arabe « جامعة قاصدي مرياح - ورقلة », et l'autre placé en bas, écrit en français « UNIVERSITE KASDI MERBAH –OUARGLA ».

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ Le cadre

Le logo a la forme d'un cercle, cette forme simple qui envoie des ondes positives, est choisie soigneusement pour désigner la perfection et la créativité de l'université en question.

➤ Le cadrage

Dans le plan de cette image, que le logo nous offre, l'importance est accordée aux livres ouverts ainsi qu'à la spirale et les deux points, pour les mettre en valeur, c'est pourquoi nous disons qu'il s'agit du plan moyen.

➤ Les couleurs

Dans ce logo présenté sous forme d'une image, nous remarquons la présence de quatre couleurs : le blanc, le vert, le rouge et le noir.

Commençons par la couleur blanche qui est une couleur dite parfaite, elle symbolise la modestie, l'intelligence et la science, aussi nous avons le vert qui reflète la nature, la renaissance, la confiance et le calme. En outre, la couleur rouge qui vient pour embellir l'image, c'est une couleur de vitalité, d'énergie, d'action, et de volonté de conquête. Enfin, nous clôturons la liste des couleurs présentes, par la couleur noire qui indique le sérieux et la puissance. Pour l'éclairage, ce dernier est clair de manière que toutes les couleurs sont bien identifiées.

2.2 Message linguistique

Ce logo contient deux messages linguistiques écrit en noir sur une ligne circulaire.

Le premier message linguistique placé en haut du logo est écrit en arabe « جامعة قاصدي مرباح- ورقلة », alors que le second message linguistique situé en bas du logo est écrit en français en majuscule, avec des polices sans empattements afin de désigner le sérieux et la modernité de l'université « UNIVERSITE KASDI MERBAH – OUARGLA ».

Ces deux messages linguistiques ont une visée communicative identique, qui consiste à identifier et présenter le nom de l'université. Cette visée nous permet de dire que ses deux messages linguistiques jouent une fonction d'ancrage par rapport à l'image.

3. Lecture interprétative

Ce logo qui représente l'identité de l'université de Kasdi Merbah, situé à Ouargla. Il se caractérise par la simplicité quoiqu'il véhicule des messages connotatifs implicites qui

se cachent derrière les symboles qu'il possède et que nous allons essayer de décrypter dans notre lecture interprétative ci-dessous.

Dès le premier regard, nous constatons que le créateur de ce logo l'a embelli à travers l'emploi des couleurs du drapeau algérien (vert, blanc, rouge), afin de prouver l'identité algérienne et la souveraineté nationale dont jouit l'université algérienne. Nous apercevons aussi que le cercle tracé en vert qui est une couleur universelle, ressemble au globe terrestre. Cette ressemblance nous laisse imaginer que cette université n'est qu'un autre monde, un monde d'un savoir infini, un monde de renaissance et de régénération. Cette symbolisation est renforcée par un fond rempli du blanc qui reflète l'ouverture de cette université sur les sciences en toute modestie.

De plus, et à travers le grand livre ouvert, nous déduisons qu'il s'agit d'un lieu sérieux, où nous pouvons acquérir le savoir avec générosité et confiance. Alors que la spirale rouge, qui fait apparaître un mouvement spiralé ascendant, accompagné par les deux points de couleur identique, cet ensemble captive notre regard car il symbolise le mouvement, le dynamisme et l'évolution au sein de cette université du début jusqu'à la fin du cursus universitaire, et c'est à partir de là, que l'étudiant peut aller plus loin dans sa vie professionnelle en toute sécurité et confiance, grâce au savoir acquis à l'université, Il s'agit d'une image métaphorique : l'étudiant en fin d'étude est comparé à un petit livre ouvert rouge, qui ressemble à un oiseau qui vole à l'infini en toute sécurité et confiance.

➤ L'analyse du logo (L09)



Figure 4.9 : logo de l'université des sciences et de la technologie d'Oran

1. Description générale

L'image que nous avons sous les yeux, est un logo de l'université des sciences et de la technologie, Mohamed Boudiaf d'Oran.

Ce logo dit complexe de type, ayant une forme ronde, est particulièrement sombre, car le gris et le bleu foncé dégradé dominant son fond. Or ce logo est très significatif vu les éléments (iconiques, plastiques et linguistiques) significatifs qui le composent. A l'intérieur d'une bande grise limitant le contour du logo, nous observons une inscription

linguistique écrite en noir « UNIVERSITE DES SCIENCES ET DE LA TECHNOLOGIE D'ORAN-MED BOUDIAF- » qui occupe presque toute la surface de la bande. Suivie de deux étoiles dont chacune est composée de cinq branches. Juste après la bande, nous avons une autre inscription linguistique en blanc, écrite en arabe sur une ligne semi-circulaire en bas du logo sur un fond de couleur bleue foncée dégradée « جامعة العلوم و التكنولوجيا-محمد بوضياف- وهران ». Au milieu, nous voyons une photographie, avec un ciel bleu à l'arrière-plan. De près, nous remarquons, la présence du logo UNICEF(United Nations of International Children's Emergency Fund.). Le premier plan présente la façade de l'université teintée du gris, noir et blanc : il s'agit de l'entrée principale de l'université : l'édifice universitaire, quelques arbres et une route. Dans les deux côtés de la photo, nous observons la présence de deux statues de deux lions gigantesques demisassis qui regardent plus loin, teintés du bleu et du gris. Au-dessus de l'édifice, se trouve une inscription linguistique remplie du gris foncé ombrée du bleu, écrite en gras « USTOMB ».

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ Le cadre

Le cadre de ce logo prend une forme simple qui se traduit sous forme d'un cercle, ce choix n'est pas gratuit, car ce dernier laisse comprendre que cette université est un lieu de mouvement, d'échange et de créativité, un point de départ vers un avenir stable et parfait.

➤ Le cadrage

Le premier plan de ce logo se compose de la façade principale de l'université, et les deux statues de deux lions, alors que le ciel qui est un infini absolu occupe son arrière-plan. Delà, nous arrivons à dire que le plan moyen est le plan adopté dans ce logo, afin de nous permettre d'identifier tous les composants du logo.

➤ Les couleurs et l'éclairage

L'image que nous donne ce logo se distingue par la présence de plusieurs couleurs à savoir le bleu, le gris, le noir et le blanc. D'abord nous voyons que le bleu et le gris sont les deux couleurs qui dominent dans l'image, le bleu permet d'assurer la fiabilité de l'université, son expansivité par rapport aux formations qu'elle met à la disposition de ses étudiants, cette couleur symbolise la science, l'intelligence et la sécurité, alors que le gris qui est une couleur sombre, indique le sérieux, et reflète l'univers des technologies et de

la modernité. De plus, nous avons le noir, couleur évocatrice du sérieux et de sophistication. En fin, le blanc, cette couleur dite parfaite, symbolise la lumière, la nouveauté, la science, la pureté et l'intelligence. Pour ce qui est de l'éclairage, ce dernier est clair et permet à toutes les couleurs d'être visibles.

2.2 Message linguistique

Ce logo s'accompagne de trois messages linguistiques, qui sont situés sur la circonférence du logo rond.

Le premier message linguistique «UNIVERSITE DES SCIENCES ET DE LA TECHNOLOGIE D'ORAN-MED BOUDIAF» se trouve sur la bande qui encadre le logo, il est écrit en majuscule, en caractère gras et il est caractérisé par l'emploi des polices avec empattements afin d'identifier l'université qu'il désigne, en envoyant à la fois une image forte et audacieuse de cette université et un sentiment de fiabilité, de confiance et de créativité. Le deuxième message linguistique situé en bas du logo, est écrit en arabe, en caractère gras « جامعة العلوم و التكنولوجيا-محمد بوضياف- وهران », ce dernier permet aussi d'identifier l'université. Quant au troisième message linguistique, écrit en caractère gras et gros «USTO MB», placé au-dessus de l'édifice, présente le nom de l'université « université des sciences et de la technologie d'Oran - Mohamed Boudiaf- » en acronyme avec des polices sans empattements pour attirer notre attention et montrer qu'il s'agit d'une université sérieuse, moderne et dynamique.

Ce trio de messages linguistiques constitue une fonction d'ancrage par rapport à l'image, car ils permettent de fixer son sens.

3. Lecture interprétative

La lecture connotative de ce logo, nous permet de dire beaucoup de choses. Dès la première observation, et grâce aux messages linguistiques, aux couleurs utilisées et aux deux petites étoiles figurant sur la bande, nous saisissons qu'il s'agit d'une université qui garantit des études scientifiques et technologiques, d'une université qui est reconnue par sa fiabilité, sa fécondité, sa modernité et son dynamisme. Aussi, en décortiquant la l'image qui occupe presque toute la surface du logo, nous comprenons que le créateur de ce logo veut donner une image réelle et concrète de l'université, et facilite aux destinataires la tâche de reconnaître l'université en exposant à travers le plan moyen, la façade de l'université avec un édifice qui représente l'administration. Quant aux deux statues des deux lions gigantesques, ces deux derniers forment une image métaphorique, il s'agit d'un emblème de la ville d'Oran depuis des siècles, ces deux lions symbolisent la

sécurité, car la légende dit qu'il y avait deux lions qui gardaient la ville d'Oran, c'est pourquoi, nous trouvons souvent des statues de lions à Oran, et particulièrement sur les logos universitaires à savoir celui de « l'université des sciences et de la technologie d'Oran - Mohamed Boudiaf- » .

Toujours dans le même logo, et en observant de près l'arrière-plan, nous remarquons la présence d'un autre logo qui véhicule un amas de symboles, il s'agit du logo UNICEF. La présence de ce logo n'est pas gratuite, au contraire, ce dernier nous incite à donner plusieurs interprétations, parmi lesquelles nous pouvons dire qu'il a rajouté plus de fiabilité et de noblesse à cette université, qui s'est engagée avec les Fonds des Nations Unies pour les Enfants « UNICEF », pour atteindre une insertion sociale des jeunes à travers la mise en place de plusieurs projets.

➤ **L'analyse du logo(110)**



Figure 4.10 : logo de l'université de Mostaganem

1. Description générale

L'image que nous avons sous les yeux est une représentation visuelle de **l'université de Mostaganem**, ce logo représente le deuxième cas particulier de notre corpus puisqu'il ne contient que le message linguistique. Il porte le nom de la ville de Mostaganem.

Tout d'abord, nous prenons en compte les caractéristiques générales de ce logo, elles apparaissent hétérogènes, de sorte qu'on trouve en bas de l'image à droite un parallélogramme de couleur bleue, dedans est écrit le nom de l'université en arabe en couleur blanche. Ensuite, on voit la lettre M entrelacée avec la lettre U. Et à la fin on remarque que ce logo n'a pas vraiment de forme claire mais il ressemble à un rectangle vertical qui évoque la perfection de la relation entre le sens et la forme.

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ Le cadre

Le logo n'a pas de cadre.

➤ Le cadrage

En ce qui concerne le cadrage, l'ensemble des éléments qui constituent ce logo, est présenté selon le plan moyen. Les lettres et le message linguistique sont bien identifiés dans cette image.

➤ Les couleurs et l'éclairage

Les couleurs marquantes dans ce logo sont quatre : le rouge, le vert, le blanc et le bleu.

- Le rouge symbole de joie, de créativité, de sécurité, d'ambition et de communication.
- le vert évoque l'espérance, la chance, la stabilité, la concentration, l'écologie, le partage et la confiance.
- Nous avons aussi le bleu qui domine l'arrière-plan du losange, c'est la couleur utilisé dans l'identité de l'université. Le bleu a une valeur sûre. Il symbolise la relaxation, l'apaisement, les résultats, la fiabilité, l'expansivité, la fusion, l'intelligence, la science, la conservation, la propreté, le désir, l'imagination et le courage.
- le blanc, la couleur de la paix, du début, de la science et de l'intelligence.

Parlant de l'éclairage, l'image est tellement claire, nette et naturelle, elle nous permet d'identifier facilement les couleurs.

2.2 Le message linguistique

En ce qui concerne le message linguistique, nous voyons un seul message linguistique qui vise à identifier le nom de l'université. Il est écrit en ligne horizontale en langue arabe classique en blanc « جامعة مستغانم ». Le créateur de ce logo a opté pour une police d'écriture sans empattement afin de rendre le message plus lisible et de donner au lecteur une impression de lecture. La fonction relais est démontrée dans ce logo.

3. Lecture interprétative

Bien que nous ayons donné une lecture aux signes plastiques et au message linguistique énumérés précédemment, nous proposons à présent une interprétation linguistique beaucoup plus approfondie de cette image. Ce logo se voit simple,

impressionnant, clair, accompagné d'un court énoncé en langue arabe qui réduira sa polysémie.

Or on examinant le logo universitaire de Mostaganem, on voit qu'il contient deux messages, le premier est un message linguistique : « جامعة مستغانم » qui renvoi à un corps qui est l'établissement institutionnelle universitaire de Mostaganem. Quant au second message qui est un ensemble iconique formé des lettres U et M écrites à l'intérieur de ce logo en premier- plan, ayant une forme géométrique avec des bords extérieurs en forme de montagnes, pour indiquer la montée vers le sommet , et nous laisse suggérer que cette université a un poids scientifique trop élève .C'est un message qui n'a pas le même caractère analytique du premier. Il est particulier, il tient cette particularité de son signifié que l'on trouve sous le message connoté « Université de Mostaganem » qui est présenté en grand format par ces deux lettres U et M, et par les couleurs : le rouge et le vert. Linguistiquement parlant, cette structure des messages fait en sorte que le premier message devient le simple signifiant du second qui attire l'attention du destinataire, c'est pour cette raison que le l'aspect connotatif est important.

➤ L'analyse du logo (L11)



Figure 4.11 : logo de l'université de Tlemcen

1. Description générale

L'image reproduite en couleurs, représente le logo de **l'université de Tlemcen**, il s'agit d'un livre ouvert, rempli du blanc et du noir, entouré d'une mosaïque colorée du vert, du rouge, du noir, et même d'orange, sur un fond rempli du jaune. Cette dernière est composée d'un ensemble cohérent de formes géométriques, dont une étoile à huit branches occupe le centre. Au sommet de cette mosaïque, nous observons un minaret tracé en noir. Pour ce qui est du message linguistique, nous avons en premier plan deux messages linguistiques écrits en rouge, le premier est écrit en arabe « جامعة تلمسان », alors

que le second est écrit en français, avec des polices avec empattements « Université de Tlemcen ».

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ **Le cadrage**

En ce qui concerne le cadrage, l'ensemble des éléments qui constituent cette image, est présentée selon le plan moyen, pour les mettre en valeur.

➤ **Les couleurs et l'éclairage**

La couleur jaune, qui remplit le fond, symbolise la lumière, l'optimisme et le sentiment de créativité qui caractérisent cette université, le noir reflète son sérieux et sa puissance inspirés de l'Islam, nous avons aussi la couleur universelle le vert, qui fait appel à la nature, la renaissance, la sérénité et la confiance dans ce milieu universitaire. De plus, le blanc qui reflète la science qui est la base de cette université.

Enfin, le rouge et l'orange qui évoquent sa vitalité, son énergie et son dynamisme. Toutes ces couleurs sont bien identifiées grâce au bon éclairage de l'image.

2.2 Le message linguistique

Pour ce qui est du message linguistique, nous avons en premier plan deux messages linguistiques écrits en rouge, le premier est écrit en arabe « جامعة تلمسان », alors que le second est écrit en français, avec des polices avec empattements « Université de Tlemcen ». Ces deux messages linguistiques servent à préciser de quelle université il s'agit, en d'autre terme, ils permettent de l'identifier. D'où la fonction d'ancrage qu'ils exercent sur l'image.

3. Lecture interprétative

Parmi les logos universitaires qui nous ont vraiment émus, nous trouvons le logo de l'université de Tlemcen. Ce dernier a captivé notre attention à travers une mosaïque vêtue de plusieurs couleurs, qui viennent lui ajouter du sens et d'embellissement à savoir le jaune, le noir, le vert, le rouge, l'orange, et le blanc qui remplit le livre situé au centre, dont leur l'interprétation est purement culturelle, et diffère d'une culture à une autre. Parmi ces couleurs, nous trouvons les couleurs du drapeau algérien, le rouge, le vert et le blanc. Ce choix de couleurs n'est pas aléatoire : le créateur de ce logo veut représenter l'identité algérienne, qui est à la base des composants de l'université algérienne. Cette mosaïque nous fait voyager dans la culture arabo-andalouse qui marque la ville de Tlemcen, la capitale de la culture islamique, à travers ses formes géométriques dites

cohérentes, dont une étoile à huit branches constitue le centre. Cette dernière est très utilisée dans les décors architecturaux andalous d'où son appellation « étoile andalouse ». Cette étoile nous fait penser aussi au « Rub El Hizb » en Islam. A l'intérieur de cette étoile nous avons un livre ouvert qui symbolise le savoir, alors qu'au sommet de la mosaïque nous observons un minaret tracé en noir, il s'agit du minaret de la mosquée d'El Mechouar, qui est un symbole architectural et témoin de la civilisation arabo-musulmane de Tlemcen.

Pour ce qui est du cadrage, et afin de mettre en valeur les éléments qui constituent l'image, le créateur fait recours au plan moyen.

Parlant du message linguistique, le logo y comporte deux, qui sont écrits en circulaire et remplis du rouge, le premier message en haut, écrit en arabe « جامعة تلمسان », alors que le second placé en bas, au milieu du logo, écrit en français « Université de Tlemcen » embellit par des polices avec empattements, afin de donner au logo un aspect attirant et indéniable. Ces deux messages linguistiques servent à préciser de quelle université il s'agit, en d'autre terme, ils permettent de l'identifier.

➤ L'analyse du logo (I12)



Figure 4.12 : logo de l'université de Bechar

1. Description générale

Ci-dessus le dernier logo choisi pour notre analyse, c'est celui de **l'université Mohamed tahri de Bechar**.

Ce logo universitaire de type complexe, est composé d'un ensemble significatif qui lui donne un sens particulier, son icône se constitue d'une lettre écrite en arabe en rouge « ج », quelques symboles et une forme spécifique. Nous voyons sur le côté droit un stylo jaune en position verticale en forme de plume d'encre. Juste à côté, il ya trois lignes diagonales symétriques, sous forme de plumes vertes en croisement avec la lettre

de l'alphabet arabe ج. Le nom de l'université est écrit en arabe en marron sur un fond gris, jointe en bas d'une couronne jaune.

2. Description des messages : plastique et linguistique

2.1 Message plastique

➤ Le cadre

Ce logo est une image dont le cadre est totalement absent.

➤ Le cadrage

Dans le plan de ce logo, l'objet important de cette image est le signe iconique (la plume en encre, la lettre ج, la bande, la couronne et les trois lignes vertes), qui est mis en valeur, c'est pourquoi nous pouvons dire qu'il s'agit du plan moyen.

➤ Les couleurs et l'éclairage

On peut dire que les couleurs sont presque réparties équitablement, il s'agit essentiellement du rouge, couleur qui évoque le courage et la chaleur. Le vert le symbole de la nature, le paradis, l'espoir, la créativité. La couleur jaune symbolise le soleil, c'est la couleur du sable de la Sahara d'Algérie, la joie de vivre, et la créativité, le marron qui symbolise la terre, la durabilité et la renaissance. Le blanc la couleur de la paix et de la pureté. Les bordures de cette image sont grises dans la totalité de ses symboles, le gris indique la neutralité, la sincérité, l'objectivité, la fonctionnalité et la simplicité. Le logo en générale possède de couleurs naturelles.

2.2 Le message linguistique

En ce qui concerne le message linguistique on distingue deux cas :

- Signifié linguistique : جامعة طاهري محمد بشار un message dénoté écrit en langue arabe classique en marron sur un fond gri.
- Signifié iconique : la lettre de l'alphabet arabe ج écrite en caractère gras rempli en rouge, et bordé par le gris , et les trois lignes vertes bordés également par la couleur grise. l'ensemble est apparu sur un fond blanc. Donc la lettre connote le sens du mot université et les trois couleurs (vert, blanc et rouge) se réfèrent aux couleurs du drapeau algérien. Nous parlons d'un message linguistique connoté. Les deux messages jouent une fonction d'ancrage par rapport à l'image.

3. Lecture interprétative

Nous essayons dans ce qui suit de mettre l'accent sur l'interprétation linguistique et non linguistique, tout en respectant la théorie Barthesienne pour la sémiologie de l'image fixe.

Nous constatons qu'il existe un signifié, et deux signifiants connotatifs :

- Un signifié linguistique existe dans la phrase (جامعة طاهري محمد بشار). Ce message permet d'identifier l'université
- Un signifiant plastique à travers les couleurs qui sont : le vert, le blanc et le rouge, signes conventionnels du drapeau d'Algérie.
- un signifiant iconique à travers la plume à encre, et les trois lignes sous forme des plumes vertes qui symbolisent le savoir, et l'écriture.

La lecture de ce logo, nous a permis de trouver les signifiants et les signes plastique, iconique et linguistique, qui composent l'image fixe. Elle a pour but aussi, de nous aider à construire une signification globale et implicite des objets socioculturels tels : la langue arabe, la nationalité algérienne et l'espace géographique saharien. C'est à partir de là qu'on constate l'intérêt de Barthes pour les systèmes signifiants non linguistiques.

3. Synthèse de lecture des douze logos universitaires

A travers l'analyse sémiologique effectuée à notre corpus, composé de douze logos universitaires algériens, nous avons pu retirer les caractéristiques spécifiques pour chaque logo. Ces logos représentés sous forme d'images fixes, et qui nous ont paru dès le départ simples, mémorables et facile à déchiffrer, tirent leurs significations à partir de l'interprétation des signes iconiques, plastiques et linguistiques qui les composent. Certes ces interprétations restent individuelles et diffèrent d'une personne à une autre, mais nous avons essayé quand même de les faire parler. A travers l'interprétation que nous avons proposée, nous constatons que chaque logo dit long sur l'Histoire (civilisations, sites archéologiques, monuments, légendes,...), et la typographie (désert, côte, montagnes,..) de la région où se localise chaque université, et nous renseigne sur son statut socio-économique et surtout culturel.

A la fin, nous déduisons que ces logos universitaires sont des logos particuliers, riches d'éléments significatifs et symboliques, qui permettent d'identifier les universités en y donnant un amas d'informations afin de personnaliser l'identité visuelle de chaque université.

Conclusion

A travers cette analyse, nous déduisons que le logo universitaire sert à transmettre des messages à travers ses trois signes iconique, linguistique et plastique. Ces trois signes entretiennent entre eux une relation de complémentarité, afin de donner du sens au logo, qu'il soit dénotatif ou connotatif. Il est à noter aussi, qu'au fur et à mesure de notre analyse sémiologique des composants visuels et langagières des logos, nous nous sommes trouvés obligés de faire quelques recherches en Histoire et en culture pour pouvoir comprendre l'intérêt de ces composants et leur donner un sens qui convient avec l'objectif primordial du logo.

Arrivés au terme de ce chapitre, nous espérons que nous avons pu faire une analyse sémiologique des différents logos selon le sémiologue de Roland Barthes.

*Conclusion
générale*

Conclusion générale

Au terme de ce travail de recherche, qui s'inscrit dans le domaine la sémiologie, en s'appuyant sur les théories la sémiologie, nous répondons à notre problématique posée :

« Comment le logo universitaire peut représenter une particularité culturelle et locale spécifique à la région algérienne ? ».

Notre présente étude a pour but, d'étudier le logo de l'université algérienne et saisir sa signification en se basant sur l'aspect visuel. Ces logos universitaires sont composés de trois signes à savoir le signe linguistique, le signe iconique, et le signe plastique, qui constituent l'identité de l'université. Pour cela, nous avons effectué notre analyse sémiologique de notre corpus qui se compose de douze logos universitaires.

A travers cette lecture sémiologique, nous avons pu répondre à notre problématique et aux sous-questions. Nous avons constaté à travers notre analyse que les logos des universités algériennes constituent le premier contact avec les destinataires, ce qui explique leur originalité. Ces logos universitaires captivent l'attention des le destinataires par l'emploi de couleurs originales, tels le blanc, le vert, le bleu, et le rouge, et des images qui représentent soit des monuments, et des sites archéologiques , comme nous le voyons dans le logo de l'université de Sétif qui contient une image de l'Arc de Tarjan qui est un site archéologique célèbre, ou dans le logo de l'université de Tlemcen qui possède une image du minaret de la mosquée El Mechouar qui est un monument très connu à Tlemcen, ou bien dans le logo de l'université des sciences et de la technologie d'Oran - Mohamed Boudiaf-, qui se compose d'une image qui représente à la fois l'entrée principale de l'université, et les deux lions gigantesques qui reflètent une légende pour les Oranais, soit des particularités culturelles et socio-économiques des régions comme celui de l'université de Jijel, et celui de Tlemcen. Ses images servent à accrocher les regards et donner un aperçu sur les régions où se localisent les universités. A partir de notre analyse, nous pouvons confirmer que la création du logo universitaire est basée sur le visuel, c'est pourquoi le créateur fait recours aux couleurs originales, pour peindre des images attirantes qui reflètent l'aspect culturel, socio-économique et historique de la région de l'université.

La relation entre image et message linguistique est très forte et permet de mieux comprendre le logo universitaire.

En effet, c'est grâce à la langue que nous faisons parler l'image. Ce message linguistique permet de compléter et d'exprimer le sens de l'image, grâce à deux

fonctions, dont l'une est la fonction relais, qui consiste à ajouter plus d'informations que l'image ne possède pas, et l'autre est la fonction d'ancrage qui permet de fixer le sens mené par l'image elle-même.

Pour ce qui est de notre corpus, et à travers l'analyse détaillée que nous avons effectuée, nous pouvons prouver que la relation entre l'image et le message linguistique est une relation de complémentarité et le message linguistique entretient une fonction de relais avec l'image du logo de l'université d'Alger, et une fonction d'ancrage dans les logos des universités suivantes : université de Ghardaïa, université de Jijel, université Ferhat Abbas Sétif, université de Ouargla, université des sciences et de la technologie d'Oran - Mohamed Boudiaf-, université de Constantine, université de Mostaganem, université de Tlemcen, et enfin l'université de Bachar.

Il est à noter aussi que parmi les logos universitaires de notre corpus, nous trouvons deux logos dont l'un est composé que du message linguistique, à savoir le logo de l'université Saad Dahlab à Blida, et l'autre n'est constitué que de l'image, dont le message linguistique s'abstient, il s'agit du logo de l'université Mouloud Mammeri-Tizi-Ouzou. D'après l'analyse, nous constatons que la coexistence du message linguistique et de l'image facilite l'identification du logo universitaire. Suite à l'analyse effectuée, nous pouvons dire que nos hypothèses de départ ont été confirmées.

A travers notre étude, nous déduisons que le logotype permet de représenter l'université algérienne, il constitue son identité visuelle, grâce aux signes qui le composent et qui entretiennent une relation de complémentarité.

Il est à noter aussi, que ce modeste travail ne répond pas aux questions posées de manière décisive et exhaustive dans la sémiologie de l'image, cependant elles restent encore à vérifier, car il est certain que quelques éléments nous ont échappé, ce qui ouvre la voie à d'autres étudiants afin de s'approfondir dans le travail, et pourquoi pas aller plus loin que ça !

Enfin, nous espérons que nous avons pu toucher au moins les éléments jugés primordiaux dans notre travail de recherche et donner une idée sur le rôle du logo universitaire. D'autres recherches dans le domaine de la sémiologie pourraient éventuellement apporter plus de résultats sur l'analyse des logos.

Résumé

Dans ce travail de recherche, qui s'inscrit dans le domaine de la sémiologie, nous avons essayé de faire une lecture sémiologique des logos universitaires, et particulièrement les logos des universités algériennes. En analysant les trois signes à savoir le signe linguistique, le signe iconique et le signe plastique, afin de décrypter le sens de ces logos. Pour cela, nous nous référons à l'analyse de l'image publicitaire de Roland Barthes, présentée dans son article « *la rhétorique de l'image* » à travers laquelle, nous lisons le logo universitaire sur deux plans : le plan dénotatif et le plan connotatif.

Les mots clés : la sémiologie, le signe iconique, le plan dénotatif, le plan connotatif, le logo universitaire

Abstract

In this research work which falls within, the domain of semiology we tried to make a semiological study of university logos, and particularly the logos of Algerian universities, by analyzing the three signs namely the iconic sign, the plastic sign and the linguistic sign, in order to identify the criteria for the success of these logos. For this, we refer to the analysis of the advertising image of Roland Barthes, presented in his article "The rhetoric of the image ", through which we study the university logo in two levels: the denotative level as well as the connotative level.

Keywords: the semiology, the iconic sign, denotation, connotation, the university logo.

في هذا العمل البحثي، الذي يندرج في مجال السيميولوجيا ، سنحاول القيام بقراءة سيميولوجية للشعارات الجامعية، وبالتحديد شعارات الجامعات الجزائرية ، حيث سنقوم بتحليل الرموز اللغوية، الأيقونية، والبلاستيكية، بهدف تحديد معايير نجاح الشعار الجامعي. لهذا سنعتمد على عمل رولاند بارت الذي قام به على الصورة الإشهارية في مقاله « *la rhétorique de l'image* »، بهدف القيام بقراءة سيميولوجية للشعار الجامعي على مستويين مختلفين، المستوى الظاهر والمستوى المكنون.

الكلمات المفتاحية : السيميولوجيا , العلامة الأيقونية , المعنى الظاهر , المعنى المكنون , الشعار , الشعار الجامعي.

Liste des références bibliographiques

Corpus

www.mesrs.dz

Ouvrages

- BARTHES, R., 1989, *Elément de sémiologie*, Paris, éd SEUIL.
- BAUTAUD J.J., 1998, *Sémiotique et communication, du signe au sens*, Paris, L'harmattan.
- BUDELMANN, K., 2013, « *100 principes fondamentaux de l'identité visuelle des marques : Du logo à la communication multi supports* », Paris, éd DUNOD.
- DE SAUSSURE, F., 2013, *Cours de linguistique générale*, Bejaïa, éd Talantikit.
- DOMERGUE, E., 2018, *Image de marque contemporaine, communication visuelle*.
- KLINKENBERG, J-M., 1996, *Précis de sémiotique générale*, Paris, éd Points.
- PEIRCE, C, S., 1978, *Ecrit sur le signe*, Paris, éd Seuil.
- JOLY, M., 2011, *l'image et les signes*, Armand Colin.
- JOLY, M., 2002, *L'image et les signes*, France.
- JOLY, M., 2002, *L'image et son interprétation*, Nathan.
- JOLY, M., 2009, *Introduction à l'analyse de l'image* (2^oéd), Armand Colin.
- JOLY, M., 2015, *Introduction à l'analyse de l'image* (3^oéd), Armand Colin.

Reuves et articles

- BARTHES, R., 1964, Rhétorique de l'image, in *Communication*, N°4, Seuil.
- BUYSSSENS, E., 1970, La communication et l'articulation linguistique, in *MOUNIN G, Introduction à la sémiologie*, Paris, éd MINUIT.
- DJEKOUN, A., 2017, L'université à l'ère du LMD : ce que l'on doit savoir, et ce que l'on doit faire, adresse URL :<https://www.umc.edu.dz/images/LUniversit--lre-du-LMD--Ce-que-lon-doit-savoir-et-ce-que-lon-doit-faire.pdf> (page consultée le 05 août2020).
- TARDY, M., novembre1969, Image et pédagogie, in *Revue Média*, Paris.
- RASTIER, F., 1990, Sémiotique, in *Revue Encyclopédie philosophique universelle*, Paris, éd. PUF.
- SPERBER, D., WILSON, D., 1989 [1986], La pertinence, Communication et cognition, « trad. de l'anglais par Abel Gerschenfeld et Sperber, D », Paris, les Éditions de Minuit.
- UNIVERSITE DE MONTREAL, Image de marque, Guide d'utilisation et normes graphiques, adresse URL :<http://www.bcrp.umontreal.ca/guide-normes/>(page consultée le 20 /08/ 2020).

Thèses et mémoires

- AISSAOUI, D., 2019, *Analyse socio-semiotique du langage sportif dans le contexte algérien cas des logos et tifosis du derby algérois: mca/usma*. Mémoire de master. Université de Biskra.
- BOUACHE, N., 2006/2007, *L'apport de l'image à la pédagogie du F.L.E dans le troisième palier : Cas de première année du cycle moyen*. Thèse de magistère. Université Mentouri Constantine.
- BEN HAMLOUI, M., KHELIFI, M., 2015/2016, *le rôle des graffitis dans la communication non verbale : Cas : Analyse sémiologique du graffiti « Comment devenir un bon soldat »*. Mémoire de master. Université Larbi Tebessi Tebessa.
- LALAOUI, D., LAIDLI, C., 2018/2019, *Analyse sémiologique des premières de couvertures des livres de Yasmina Khadra*, mémoire de master, université de Bejaia.
- SELKHANE, S., 2016/2017, *Une lecture sémiologique de l'image publicitaire de la première page de couverture du magazine féminin Gazelle*. Mémoire de master. Université Kasdi Merbah Ouargla.
- SEGHIR, A., 2014, « *Analyse sémiotique des films publicitaires de la téléphonie mobile « ORANGE » ET « NEDJMA » : étude comparative* » .Thèse de doctorat . Université de Bejaia.

Dictionnaires

- Dubois, J., Giacomo, M., Guespin, L., Marcellesi, C., Marcellesi, J-B., et Mével, J-P., 1994, *dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*, Larousse.
- Dubois, J., Giacomo, M., Guespin, L., Marcellesi, C., Marcellesi, J-B., et Mével, J-P., 2002, *Dictionnaire de linguistique*, Larousse- Bordas.
- DUCROT, O., TODOROV, T., 1972, *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Paris, Seuil.
- Le Robert illustré, 2014, éd Le Robert, version électroniques DVD.
- Dictionnaire Encarta, 2009, éd Microsoft, version CD-ROM.
- GOLIOT-LETE, A., JOLY, M., LANCIEN, T., LE MEE, I-C., 2008, *Dictionnaire de l'image*, Vanoye (2^e édition). Paris, France : Vuibert.

Sitographie

- la distinction entre sémiologie et sémiotique, site web consulté le 17/06/2020 : <https://studylibfr.com/doc/4257570/la-s%C3%A9miologie-de-l-image-publicitaire>
- les différents types de plan, site web : www.reseau-canope.fr .
- www.Déligraph.com consulté le : 21/07/2020.
- la signification des couleurs, site web consulté le 10 /08/ 2020 : <http://multi-graf.com/le-choix-de-couleurs/com>
- Les significations typographiques deux sites internet consultés le 29 /08/ 2020, <https://www.newave.be/blog/2015/02/la-symbolique-des-formes-couleurs-et-polices-en-vu-de-la-creation-dun-logo/> et, <https://www.creation-logo.net/blog/choisir-forme-logo.html>.
- Répartition régionale de l'université algérienne : www.mesrs.dz