



République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
Centre universitaire Abdelhafid Boussouf. Mila



Institut des lettres et langues
Département des langues étrangères
Filière : Langue française

Les caricatures du Hirak de la presse électronique algérienne francophone. Analyse sémiolinguistique comparative.

Mémoire élaboré en vue d'obtention de diplôme Master
Spécialité : Sciences du langage

Présenté par :

1/ CHEBBAH MOUNIR.

2/ BENSMARA IBTISSAM.

Sous la direction de : Dre.BENDIB HANANE.

Membres du jury de soutenance

Président : Labed Fatima Zohra. Maitre de conférences B. Centre universitaire Mila.

Rapporteur : Bendib Hanane. Maitre de conférences B. Centre universitaire Mila.

Examineur : Sensri Meriem. Maître de conférences B. Centre universitaire Mila.



Année académique 2019-2020

**Les caricatures du Hirak de la presse
électronique algérienne francophone.
Analyse sémiolinguistique
comparative.**

Dédicace.

Du fond du cœur, je dédie ce modeste travail à mes chers parents qui m'ont arrosée de tendresse et d'amour.

A mon cher père « Ahmed » qui m'a toujours poussée et motivée et qui n'a pas cessé de m'encourager ; mon épaule solide qu'Allah vous protège.

A ma chère mère « Nadira » qui m'a soutenue jusqu'au bout, et qui ne cesse de prier pour moi ; ma source d'amour qu'Allah vous garde.

A mes chères sœurs : Romaissa, Darine et Kawther, mes fidèles compagnes, pour leur amour, leur soutien et leur aide précieuse, à qui je vous souhaite un avenir plein de joie et de bonheur.

A tous les membres de la famille : mes grands-parents, mes oncles, mes tantes, mes cousins et mes cousines pour leur soutien et leur encouragement.

A tous mes amis pour leur aide, leur présence et leur soutien.

Ibtissam.

Dédicace.

A la mémoire de mon père et de ma mère, puisse Allah les accueillir en son paradis éternel.

A ma femme, mes enfants : Racha, Waél , Mohcène , Hiba ,mes frères et sœurs .

A mes amis et collègues.

A notre directrice de recherche : Dre. Bendib Hanane, pour son aide et son intérêt sincère à nous prodiguer les conseils les plus judicieux.

A l'ensemble des enseignants qui ont encadré notre promotion, pour leur soin méticuleux à nous inculquer le savoir et les valeurs humaines.

A mes camarades en Master 2, à qui je souhaite un avenir florissant et plein de succès.

Mounir.

Remerciements.

Avant tout, nous remercions Allah, le Miséricordieux, de nous avoir donné la santé, le courage, la volonté et la patience pour terminer ce travail.

Nous tenons à remercier notre directrice de recherche Docteur Bendib Hanane d'avoir accepté de diriger ce travail, on lui présente nos vifs remerciements pour sa grande disponibilité, ses conseils précieux, ses orientations et son aide tout au long de la période de la rédaction de ce mémoire.

Nous remercions vivement tous les enseignants du département de français de l'université de Mila, surtout monsieur Moumni Yaakoub, Docteur Med Bencherif, madame Messaour Loubna, Docteur Sensri meriem, Docteur Labed Fatima Zohra, pour leurs soutien, leur aide et leurs encouragements.

Nous remercions aussi les membres du jury d'avoir accepté d'évaluer ce modeste travail.

Sans oublier de remercier chaleureusement toute personne ayant participé à la réalisation de ce mémoire.

“Le monde est une caricature perpétuelle de lui-même ; à chaque instant il moque et contredit ce qu'il prétend être.”

De [George Santayana](#) / Soliloques en Angleterre



Table des matières.

Introduction générale	10
Chapitre 01 : présentation du terrain de recherche et méthodologie du travail.	
Introduction partielle	16
1. Présentation du terrain de recherche	17
1.1 La presse électronique	17
1.2 Présentation des journaux du corpus.....	18
1.2.1. Elwatan	18
1.2.2 Liberté.....	18
1.2.3 TSA.....	19
1.2.4.Observalgérie	19
1.3. Présentation des caricaturistes	20
1.3.1. Hic.....	20
1.3.2. Dilem	20
1.3.3. Ainouche	21
1.3.4. Sadki	21
1.4. Présentation du terrain d'enquête	21
1.5. Le choix du questionnaire	22
1.6. Notre échantillon.....	22
1.7. Définition de l'objet d'étude.....	22
2. Méthodologie.....	23
3. La grille d'analyse	24
4. Description et présentation du corpus.....	26
4.1. Les caricatures	26
4.1.1. L'analyse thématique du corpus	26

4.2. Le questionnaire.....	37
Conclusion partielle.....	40

Chapitre 02 : analyse sémiolinguistique comparative des caricatures.

Introduction partielle	42
1. Définition du concept image	43
2. Définition du concept signe.....	44
3. Analyse de l'image caricature	46
3.1.Le signe plastique.....	46
3.1.1. Les signes plastiques spécifiques	47
3.1.1.1. Le cadre	47
3.1.1.2. Le cadrage.....	49
3.1.1.3. La composition	50
3.1.1.4. L'angle de prise de vue	51
3.1.2. Les signes plastiques non spécifiques.....	52
3.1.2.1. La couleur	52
3.1.2.2. L'éclairage	54
3.1.2.3. La texture.....	56
3.1.2.4. Les lignes et les formes	57
3.1.2.5. La spatialité.....	58
3.2. Le signe iconique	59
3.2.1. Les personnages	60
3.2.2. Les objets	61
4. Interprétation de la caricature.....	63
4.1. La caricature dénotée	63
4.2. La caricature connotée	71

5. La caricature et la communication.....	73
6. Analyse du texte caricatural	77
6.1. La structure énonciative	77
6.2. La structure narrative	82
6.3. La structure argumentative	85
6.4. La structure rhétorique	89
7. Relation texte/image	92
7.1. La fonction d'ancrage.....	92
7.2. La fonction de relais	93
8. L'analyse comparative	93
Conclusion partielle	95

Chapitre 03 : enquête sur les représentations du public

face aux caricatures du Hirak.

Introduction partielle	97
1. Le concept de représentation	98
2. Présentation et description des résultats obtenus.....	99
2.1.Le sexe des enquêtés	99
2.2.L'intervalle d'âge.....	100
2.3.Le niveau d'étude.....	100
2.4.La présence des journaux en ligne dans la vie des enquêtés	101
2.5.Les journaux les plus consultés	101
2.6.L'intérêt des lecteurs pour la caricature	102
2.7.Les représentations des lecteurs à l'égard des caricatures du Hirak	102
2.8.Les messages essentiels transmis par ces caricatures	105
2.9.Le taux de représentativité des caricatures du Hirak	107
2.10. Le caricaturiste dont les images sont les plus représentatives	107

3. Analyse et interprétation des données.....	108
3.1.Le sexe des enquêtés	108
3.2.L'intervalle d'âge.....	108
3.3.Le niveau d'étude.....	108
3.4.La présence des journaux en ligne dans la vie des enquêtés	108
3.5.Les journaux les plus consultés	108
3.6.L'intérêt des lecteurs pour la caricature	109
3.7.Les représentations des lecteurs à l'égard des caricatures du Hirak	109
3.8.Les messages essentiels transmis par ces caricatures	111
3.9.Le taux de représentativité des caricatures du Hirak	111
3.10. Le caricaturiste dont les images sont les plus représentatives	111
Conclusion partielle	112
Conclusion générale	113
Bibliographie.....	117
Annexes	121

Introduction générale.

Au jour du vendredi le 22 février 2019, l'Algérie a vécu un mouvement populaire pacifique exprimant une revendication politique, celui du refus du 5^{ème} mandat du président Bouteflika et le changement radical du système. Au départ ces manifestations sont appelées « révolution du sourire », « printemps algérien » puis elles prennent la dénomination de « Hirak algérien ». Ce mouvement populaire a été décrit par **Dalila Haddadi** (spécialiste en psychologie clinique et responsable du centre d'aide psychologique universitaire) comme suit « *le hirak semble répondre à un processus psychothérapeutique au long cours dont les effets se donnent à voir à travers les conduites psychologiques de la jeunesse algérienne, aujourd'hui* »¹. **Belkacem Bensenine**, chercheur en science politique au **CRASC** à Oran, de sa part, le considère comme suit « *ces manifestations populaires reflètent le recours à l'exercice de nouveaux modèles de pratique de la citoyenneté collective* »².

A partir de ce vendredi, les Algériens, toutes les classes de la société confondues (travailleurs, chômeurs, avocats, enseignants et étudiants) et toutes les catégories d'âge, sont sorties en masse dans la rue pour manifester chaque vendredi, avec civisme et pacifisme dans toutes les villes algériennes, et dont les principaux slogans sont : « *non au 5^{ème} mandat, il n'y a que Chanel qui peut faire le n°5, système dégage, pouvoir assassin, yetnahaw gaa.* »

Dès lors, le Hirak est devenu le sujet le plus évoqué par les Algériens notamment sur les réseaux sociaux, les mass médias et la presse. Cette dernière considérée comme le quatrième pouvoir de l'état joue un rôle important dans la diffusion et la transmission de l'information par ses articles, ses chroniques, ses éditoriaux, ses photographies et même ses caricatures.

En effet, la caricature grâce à sa rapidité et son caractère attractif dans la transmission du message d'une façon humoristique, est le choix préféré des lecteurs algériens. L'image caricaturale est considérée comme un moyen de communication important pour la représentation de la réalité et de l'actualité de la société.

L'analyse que nous proposons porte sur ce type de satire graphique qui traite le sujet le plus actuel en Algérie, à savoir le « Hirak algérien ». Le corpus sélectionné est traité sous l'approche **sémiolinguistique comparative**.

¹ Benfodil, M.2019, « précis de « Hirakologie »II : cartographie urbaine du Hirak » : <https://benfodilreportages.wordpress.com/2019/07/06/precis-de-hirakologie-ii-cartographie-urbaine-du-hirak/> . (Consulté le 24 Novembre 2019.)

² 2019, « Hirak du 22 février : appel aux sociologues de travailler sur le terrain » : <http://www.aps.dz/societe/88464-hirak-du-22-fevrier-appel-aux-sociologues-de-travailler-sur-le-terrain>. (Consulté le 24 Novembre 2019.)

Le concept *sémiolinguistique* a été cité par **Patrick Charaudeau** dans son ouvrage *Langage et Discours-Éléments de sémiolinguistique*, Paris, Hachette Université, en mars 1983. Il avance que « *sémiolinguistique : sémio de sémiois, évoquant que la construction du sens et sa configuration se font à travers un rapport forme-sens ... linguistique rappelant que cette forme est principalement constituée d'une matière langagière* »³. Selon le linguiste français cette branche est une jonction entre la sémiologie qui est l'étude de tous les signes de la vie et la linguistique qui est l'étude scientifique de la langue. Le choix de cette approche revient au fait que le dessin de la presse est un « *énoncé pluricode* »⁴ mêlant image et texte, l'image est l'objet d'étude de la sémiologie, la langue est l'objet d'étude de la linguistique.

Notre principale motivation repose essentiellement sur le fait que les caricatures sont plus révélatrices dans la description de la réalité en général et de la réalité politique en particulier ; de plus, elles sont très utilisées en période de crise politique et sociale.

Ainsi, le rôle des caricaturistes est de transmettre leur message d'une façon paisible et particulière : l'association du code linguistique au le code iconique. De même la richesse et la complexité qui caractérisent le code linguistique et iconique des caricatures. La principale motivation pour la comparaison revient au fait que les travaux qui traitent l'analyse comparative entre les caricatures se font rare.

À ce constat, la question principale de notre problématique est la suivante :

Qu'est ce qui caractérise les caricatures du mouvement populaire algérien depuis février 2019 ? Et quels sont les points de divergence et de convergence entre celles-ci ?

A cette question s'ajoutent deux questions secondaires :

Quelle relation entretient l'image avec le texte dans la caricature ?

Quelles sont les représentations des lecteurs à l'égard des caricatures du Hirak ?

A ces questionnements nous formulons les hypothèses suivantes :

Les caricatures du mouvement populaire seraient caractérisées par le fait de parler au nom du peuple en relatant son mécontentement vis-à-vis des autorités algériennes et par la simplification des événements à travers l'humour.

³ CHARAUDEAU, p.1995, « une analyse sémiolinguistique du discours ».In : *langages*, 29e année, n°117, les analyses du discours en France, p.98.

⁴ Sarale, J-M.2009, « Dessine-moi un mot, des mots... : formes de discours rapporté dans le dessin de presse », Hal archives ouvertes fr: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00828965/document>. (Consulté le 26 novembre 2019.)

En effet, chaque caricaturiste a sa propre manière, et ce mouvement est représenté différemment d'un caricaturiste à l'autre. Cette différence se situerait dans le choix des images, le choix des stratégies argumentatives, rhétoriques et le choix du lexique.

Cependant, elles se ressembleraient sur plusieurs points : la richesse et la polysémie des messages, la richesse argumentative et rhétorique iconique et linguistique.

Toutes les caricatures sont présentées à travers la fusion des signes iconiques et linguistiques, ces signes entretiendraient une relation de complémentarité : l'un complète l'autre.

Les représentations des lecteurs pourraient être positives, négatives, neutre en fonction des variables âge, sexe et niveau d'étude.

Ce travail intitulé « **les caricatures du Hirak de la presse électronique algérienne francophone. Analyse sémiolinguistique comparative** », a, d'une part, pour objectif principal de relever et analyser les différentes caractéristiques sémiologiques et linguistiques de la caricature de la presse électronique algérienne francophone pendant cette phase de la manifestation. En outre, il vise à mettre l'accent sur le lien entre le texte et l'image, et de faire une comparaison entre les caricatures choisies afin de relever les points de convergence et de divergence sur le plan linguistique. D'autre part, nous tenterons de relever les différentes représentations des lecteurs face aux caricatures du Hirak, et d'indiquer le dessinateur dont les caricatures sont les plus représentatives du mouvement populaire.

Pour réaliser cette analyse *sémiolinguistique* comparative, nous avons choisi comme corpus un ensemble de caricatures des différents journaux électroniques algériens d'expression française. En fait, notre corpus est une collection de caricature de Dilem du journal Liberté, le Hic du journal El watan, Ainouche du journal TSA, Sadki du journal ObservAlgérie, qui représentent les caricaturistes les plus importants et les plus connus en Algérie. Et pour répondre à la dernière question de notre problématique, nous allons mener une enquête à l'aide d'un questionnaire, ce dernier est publié sur le net à travers la plate forme «Google forms »

Du point de vue méthodologique, nous avons adopté la méthode descriptive analytique afin de mettre l'accent sur les éléments sémiolinguistiques (code iconique, plastique, linguistique) de la caricature, tout en nous basant sur les travaux de **M.Joly, P.Charaudeau, R.Barthes**. Et nous avons opté pour l'étude qualitative et quantitative pour analyser les données collectées par le questionnaire, en s'inspirant des travaux de **F.Cobby**.

Pour répondre à la problématique posée, notre travail sera divisé en trois chapitres.

Dans le premier chapitre intitulé « ***Présentation du terrain de recherche et méthodologie de travail*** », il sera question de présenter notre terrain de recherche, ensuite nous présenterons notre grille d'analyse. Enfin, nous tenterons de présenter et décrire notre corpus.

Dans le deuxième chapitre ayant pour titre « ***analyse sémiolinguistique comparative des caricatures*** », nous effectuerons l'analyse de notre corpus, nous commencerons par l'analyse de l'image, puis l'analyse du texte suivi d'une analyse comparative.

Dans le troisième et dernier chapitre intitulé « ***Enquête sur les représentations du public face aux caricatures du Hirak*** », nous exposerons les résultats obtenus par le questionnaire sous forme de graphies, puis nous passerons à l'analyse et l'interprétation des données collectées.

Chapitre 01

Présentation du terrain de recherche et méthodologie du travail.

Introduction partielle.

Ce premier chapitre est centré sur deux axes principaux : la présentation du terrain de recherche d'une part, et la méthodologie du travail d'une autre part.

En premier lieu, nous présenterons notre terrain de recherche à savoir la presse électronique, les différents journaux et les différents caricaturistes. Ensuite, il sera question de présenter le terrain de l'enquête et l'échantillon, tout en définissant l'objet d'étude.

En second lieu, nous évoquerons la méthodologie suivie pour réaliser ce mémoire, ainsi nous exposerons notre grille d'analyse, tout en mettant en évidence les deux corpus : les caricatures et l'enquête.

1. Présentation du terrain de recherche.

1.1 La presse électronique.

La presse électronique qui constitue le support par excellence de la caricature, est le terrain qui nous a permis de construire notre corpus. En effet, le développement ultra rapide des technologies de l'information et de communication et le réseau internet a marqué un grand bouleversement dans tous les domaines et notamment la presse, ce qui a permis l'apparition d'une nouvelle allure de la presse « la presse électronique » appelée aussi presse numérique, cyberpresse et presse en ligne.

La cyberpresse « est une forme de journalisme utilisant internet comme principal support par le biais notamment de version électronique de médias traditionnels ou bien de journaux en ligne »⁵. Donc elle est la version en ligne des journaux ayant une version imprimée sur le net ou une « pure player »⁶ c'est-à-dire des journaux édités pour exercer leurs activités exclusivement sur internet.

La presse électronique remonte à l'année 1992 aux Etats-Unis, où a été menée la première tentative de mise en ligne du journal « Chicago Tribune » mais « *c'est le Mercury center qui fait réellement figure de pionnier [...] propose depuis mai 1993 la version électronique du San José Mercury News* »⁷.

Cette nouvelle forme de la presse a connu un développement indiscutable dans tout le monde. En Algérie, c'est à partir de la deuxième moitié de la décennie 1990 où le support numérique entre en usage. En effet, El watan est le premier journal algérien qui a investi le web en 1997. Après El watan, la majorité des journaux ont créé leur site web pour publier la version PDF et la version HTML du journal imprimé.

Aujourd'hui, la quasi-totalité des journaux algériens ont leur propre site internet. Ce type de média a suscité l'intérêt des lecteurs algériens et commence désormais à remplacer progressivement la presse écrite, car il diffuse des informations illustrées par des images et des vidéos, et devient une source d'information incontournable du paysage médiatique national.

⁵Drissi, R.2014, « histoire de l'internet et de la presse en ligne » : <https://fr.slideshare.net/Tunisie-SIC/histoire-de-l-internet-et-du-journalisme-en-ligne-1> (Consulté le 02 Février 2020.)

⁶ Terme élaboré le 23 mars 2014 par la commission générale de terminologie et de néologie.

⁷Almar, N.2007, *Du journal papier au journal en ligne : diversité et mutations des pratiques journalistiques, analyse comparative*, thèse de doctorat en science de l'information et de la communication, université Réunion, p.18.

1.2. Présentation des journaux du corpus.

Pour effectuer cette analyse sémiolinguistique comparative nous avons choisi les caricatures de quatre journaux électroniques algériens d'expression française, qui représentent les journaux les plus lus et les plus visités par les Algériens.

1.2.1. El watan.

Un quotidien algérien francophone, fondé en 1990 par des journalistes venant du quotidien El moudjahid. Ce journal couvre l'actualité sur tout le pays, il propose de différentes rubriques dans différents domaines tel que la politique, l'économie, le sport... Ce journal est devenu aujourd'hui « *le journal de référence en Algérie* »⁸. El watan est surtout connu par son célèbre caricaturiste Hicham Baba Ahmed.



El watan est le premier journal algérien ayant eu un site internet en 1997, il propose une version électronique téléchargeable au format PDF de la version papier. Ce site est actualisé tout au long de la journée.

Fiche signalétique du journal :

- Nom du journal : **El watan**
- Directeur de la publication : Tayeb Belghich
- Adresse : rue Bachir Attar maison de la presse Tahar Djaout
- Site web : <https://www.elwatan.com/>
- Téléphone : 021682183

1.2.2. Liberté.

Quotidien généraliste d'expression française, créé en 1992, ses informations sont variées et traitent de domaines divers ; sport, politique et culture... Ce quotidien francophone qui porte la devise « le droit de savoir et le devoir d'informer » est connu par la pertinence et la crédibilité de ses écrits. La création du pôle numérique <https://www.liberte-algerie.com/> a été faite en 2011, proposant une version électronique téléchargeable au format PDF de la version papier.



⁸ <https://www.journal-algerien.com/El-Watan.html> . (Consulté le 07 Février 2020.)

Fiche signalétique :

Nom du journal : **Liberté.**

Directeur de la publication : Abrous Outoudert.

Adresse : lotissement Ezzitoun N° : 15, Oued Roummâne- El Achour, Alger.

Site web : <https://www.liberte-algerie.com/>

Téléphone : 021307847.

1.2.3. TSA (Tout Sur Algérie).

Est un site web d'information généraliste francophone (pure Player), créé en 2007, il couvre l'actualité politique, sportive et économique de l'Algérie. En 2014 TSA a lancé son application pour I-phone et téléphones sous androïde.

Ce site compte 4,62 millions de visiteurs par mois, il est connu par son caricaturiste Ainouche Ghilas.



Fiche signalétique du journal :

Nom : **TSA**

Directeur de la publication : Hamid Guemache

Siège social : Alger

Site web : <https://www.tsa-algerie.com/>

Téléphone : 021781332.

1.2.4. ObservAlgerie.

Site web d'information généraliste francophone, lancé en 2016, il se focalise sur l'actualité algérienne politique, économique, sportive et sociale. Ce site se présente comme observateur d'Algérie, du Maghreb et du monde, il accueille 1.8 million de visiteurs mensuels.



Fiche signalétique :

Nom du journal : **ObservAlgerie**

Directeur de la publication : Khaled Belkouche.

Siège social : Paris

Site web : <https://www.observalgerie.com/>

1.3. Présentation des caricaturistes.

Nous avons choisi ces caricaturistes pour la simple raison qu'ils sont prépondérants dans l'art de transmettre des messages implicites, via des dessins humoristiques qui nous permettent d'avoir une vue brève des événements et de cerner l'actualité.

1.3.1. Le Hic.

Hichem Baba Ahmed, caricaturiste et bédéiste algérien connu par ses dessins paraissant dans le quotidien **El watan**. Né à Alger le 11 janvier 1969, ingénieur en aménagement du territoire et protection de l'environnement.

Il débute sa carrière de caricaturiste dans le quotidien « **l'Authentique** » en 1998. Par la suite il dessine pour de nombreux quotidiens « **le Matin** », « **le Jeune Indépendant** » et « **le Soir d'Algérie** », et finit avec le quotidien **El watan** en 2009 où il publie ses caricatures jusqu'à nos jours.

Il a publié plusieurs histoires humoristiques courtes sous forme de bandes dessinées, sa première bande dessinée s'intitulait « le quatrième mandat expliqué à ma fille », il a publié aussi « Elbendir », « nage ta mer » et « dégage ».

1.3.2. Dilem Ali.

Dessinateur de la presse algérienne, né le 29 juin 1966 à El Harrach, il a fait des études à l'école nationale des beaux arts d'Alger. Il publie ses caricatures dans le quotidien algérien « **Liberté** » et dans l'émission de télévision « Kiosque » sur la chaîne francophone TV5.

Il commence son parcours professionnel de caricaturiste en 1989 en travaillant pour le journal « **Alger républicain** », puis il est passé au quotidien « **le Matin** » en 1991. En 1996, il rejoint le journal « **Liberté** » dans lequel il publie à nos jours.

Ce caricaturiste a reçu le prix international du dessin de presse en 2000, et en 2007 le grand prix de l'humour vache au 26^e « *salon international du dessin de presse* »⁹.

⁹ Salon consacré au dessin de presse, à la caricature, au dessin humoristique, le premier salon était en 1982 à Saint Just Le Martel, son créateur est Gérard Vandenbroucke.

1.3.3. Ainouche Ghilas.

Jeune caricaturiste algérien, né le 10 octobre 1988 à Sidi-Aich à Bejaia. Il commence sa carrière en tant que caricaturiste très tôt, il avait le don du crayon, il collabore avec un journal scolaire, après l'obtention de son BAC en 2008, il rejoint l'université de Bejaia pour suivre des études en génie civil, où il collabore avec un journal universitaire appelé « **Parole de l'étudiant** ». Ensuite, il travaille dans un hebdomadaire régional « **Avis** » puis dans le quotidien « **Le Jeune Indépendant** » avant de se rattacher à **TSA** où il ne cesse de dessiner jusqu'à ce jour. Il a publié l'ouvrage « **Sauve qui peut** » en 2014.

1.3.4. Sadki Samir.

Dessinateur et caricaturiste de la presse algérienne, né en 1992 à Bejaia, titulaire d'un diplôme universitaire Master 2 en génie civil.

Il a commencé sa carrière de caricaturiste en 2014 avec un journal quotidien de l'est de l'Algérie qui se nomme « **le Provincial** ». Après 2 ans il rejoint le site d'actualité algérien « **ObservAlgérie** » où il travaille jusqu'à ce jour. Il a travaillé sur deux bandes dessinées, une pour la direction de culture de Bejaia au festival de la bande dessinée décliné sous le thème « **Bougie en bulle** » en 2015, et une autre lors de la compétition « **Algeria Web Award** » en 2019.

1.4. Présentation du terrain d'enquête.

Notre enquête est effectuée à l'aide d'un questionnaire publié sur le net en exploitant l'application « Google forms ». Cette application, créée le 28 août 2006, est un outil de la suite bureautique du moteur de recherche « Google ».

Cette plateforme permet de créer des formulaires personnalisés en ligne gratuitement. Elle permet aussi de partager les formulaires facilement via un E-mail, un lien, un site web, via facebook et twitter, et de noter et d'analyser les réponses. En effet, les données seront recueillies dans une feuille de calcul sous forme de graphiques.

Google forms offre toutes les options essentielles : rédaction d'une introduction, remerciements, et la création des questions de différents types : choix multiple, réponse courte, paragraphe, case à cocher... Ainsi l'ajout d'une vidéo, d'une image aux questions posées.

Le choix de cette plateforme est basé sur les avantages qu'elle fournit ; entre autres la collecte et l'analyse précises de données, l'obtention immédiate des réponses.

1.5. Le choix du questionnaire.

Pour réaliser une enquête de terrain, le chercheur exploite l'une des trois méthodes de recueil de données : l'entretien, l'observation ou le questionnaire. Ce dernier est une technique d'investigation reposant sur des questions pour recueillir des informations auprès d'un public, et de faire un prélèvement quantitatif. Dans notre enquête, nous avons opté pour le questionnaire comme instrument méthodologique pour plusieurs raisons, à savoir : Il est simple à mettre en place surtout avec la création des plateformes destinées à publier des questionnaires en lignes d'une part. D'autre part, il permet de solliciter un grand nombre de locuteurs et d'obtenir des données de façon systématique.

1.6. Notre échantillon.

L'échantillon est un groupe d'individus choisi pour représenter le plus fidèlement possible une population, et permettant d'établir certaines généralisations. Pour que l'échantillon soit représentatif de la population, le tirage au sort doit être sélectionné d'une manière aléatoire, puisque dans ce cas tous les éléments de la population ont la même chance de s'y retrouver. Notre échantillon est composé de 50 personnes sélectionnées d'une manière aléatoire, il comprendra des enquêtés différents par l'âge, le sexe et le niveau d'étude ; ce qui nous permettra d'avoir un échantillon représentatif.

1.7. Définition de l'objet d'étude.

L'objet principal de notre étude est la caricature et en particulier la caricature publiée dans les journaux électroniques algériens francophones. Le mot caricature tire son origine « *de l'italien caricatura ; charger de façon exagérée dérivé de caricare : charger* »¹⁰, utilisé pour la première fois par Annibal Carrache au 16^e siècle.

La caricature selon le dictionnaire le Robert est une « *1.représentation qui par la déformation, l'exagération de détails tend à ridiculiser le modèle. 2. Ce qui évoque quelque chose sous une forme ridicule* »¹¹. Et selon le dictionnaire le petit Larousse illustré la caricature est un « *1.Dessin, peinture donnant de quelqu'un, de quelque chose une image déformée et volontairement satirique : les caricatures de Daumier. 2. Description comique ou satirique d'une personne, d'une société : ce film est une caricature du monde de la télévision* »¹².

¹⁰ Toupie dictionnaire: <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Caricature.htm> . (Consulté le 15 février 2020.)

¹¹ Le Robert, 2000, dictionnaire de français, Edif nouvelle édition, p 62.

¹² Le petit Larousse illustré, 2014, p 207.

Ces définitions présentent la principale caractéristique de la caricature qui est l'exagération et la déformation des traits physiologiques pour représenter une personne ou une chose d'une manière ridicule.

L'historien de l'art belge **Philippe Roberts-Jones** définit la caricature comme : « *tout dessin ayant pour but, soit de faire rire par la déformation, la disposition ou la manière dont est représenté le sujet, soit d'affirmer une opinion généralement d'ordre politique ou social* »¹³. Cette définition présente l'objectif de la caricature qui est à la fois d'amuser et de représenter la réalité sociale et politique.

Donc, la caricature, comme genre artistique, est un dessin humoristique qui représente une personne ou une réalité par l'exagération et la déformation des traits caractéristiques du sujet, dans le but de critiquer, de dénoncer les défauts et les vices de la société et de faire rire. La caricature représente le plus souvent les événements d'actualité tels qu'ils sont perçus par la société.

2. Méthodologie.

En ce qui concerne la méthodologie suivie pour réaliser ce travail ayant pour objectif principal l'analyse sémiolinguistique comparative des caricatures du Hirak publiées dans les journaux électroniques francophones algériens, il nous est apparu essentiel de présenter en premier lieu notre terrain de recherche : la presse électronique, et de présenter les différents journaux en question, et aussi les caricaturistes choisis ; en plus, définir notre objet d'étude à savoir la caricature. Dans un second lieu nous avons élaboré notre grille d'analyse qui nous permettra de décortiquer les caricatures choisies. Nous avons également jugé nécessaire de présenter et décrire le squelette de ce travail : le corpus.

Pour répondre à notre problématique et pour atteindre notre objectif, nous ferons appel à différentes approches sémiologiques et linguistiques.

Pour l'analyse sémiologique, nous optons pour la classification des signes proposées par **Joly Martine** en exploitant ces ouvrages incontournables « *Introduction à l'analyse de l'image* », « *L'image et les signes* » et « *L'image et son interprétation* ». Cette auteure classe les signes en 3 catégories :

- **Les signes iconiques.**
- **Les signes plastiques.**

¹³ Roberts-jones, P. 1963, *la caricature du second empire à la belle époque 1850-1900*, éd. club français du livre, Paris, p.21.

- **Les signes linguistiques.**

En outre, nous essaierons d'interpréter le sens dénoté et connoté des caricatures en se basant sur l'ouvrage « *l'aventure sémiologique* » de **Roland Barthes**.

Après cette phase d'analyse sémiologique, nous tenterons d'appliquer les approches linguistiques à notre corpus médiatique. Nous avons opté pour les approches proposées par **Patrick Charaudeau** en exploitant son ouvrage « *Grammaire de sens et d'expression* ». Selon ce linguiste l'analyse du discours peut s'effectuer selon quatre organisations à savoir :

- **La structure énonciative.**
- **La structure narrative.**
- **La structure argumentative.**
- **La structure rhétorique.**

A la suite de cette analyse nous comptons présenter la relation entre l'image et le texte qu'il accompagne en s'inspirant du modèle binaire proposé par **Barthes** dans son article « *la rhétorique de l'image* ».

Après l'analyse sémiolinguistique, nous aborderons l'analyse comparative. Cette analyse portera sur le texte de la caricature, en comparant les caricatures afin de dégager les points de divergence et de convergence.

En dernier lieu, pour réaliser le volet pratique de notre questionnaire, nous allons adopter la démarche quantitative et qualitative en suivant les étapes proposées par **Franck Cobby** dans son article en ligne « *L'analyse de contenu du discours* » 2009, à savoir :

- Choix du corpus et détermination des objectifs.
- Lecture des données recueillies.
- Classification des données.
- Présentation des résultats mettant en relation les variables étudiés.
- Interprétation des résultats.

3. La grille d'analyse.

Dans cette partie, nous présenterons notre grille d'analyse, en effet la caricature est l'objet de plusieurs disciplines (la littérature, l'histoire, la sociologie...) et chaque domaine a ses propres méthodes d'analyse. Pour notre étude sémiolinguistique comparative l'analyse qui nous est parue la plus convenable comporte les étapes suivantes :

1. *La présentation* : la caricature se présente comme n'importe quel document ; dans cette étape nous présenterons le caricaturiste, la date de publication et le thème traité. En soumettant notre corpus à l'analyse thématique.
2. *L'analyse de l'image* : dans cette étape, l'analyse porte sur les différents éléments sémiologiques (signes plastiques et iconiques) de la caricature en nous basant sur la classification de **Joly Martine**.
 - *Les signes plastiques* : sont les outils de mise en forme de la caricature, signes plastiques spécifiques et signes plastiques non spécifiques.
 - *Les signes iconiques* : renvoient aux objets du monde, dans cette étapes nous nous intéresserons aux personnages, leurs vêtements, leurs mimiques...
3. *L'interprétation de la caricature* : la première lecture de la caricature permet d'avoir un sens primitif (sens dénoté), ensuite une autre lecture élucidera le sens implicite (sens connoté). Dans cette étape nous tenterons d'expliquer le sens dénoté et connoté que le caricaturiste veut transmettre en nous basant sur le modèle proposé par **R.Barthes**.
4. *L'analyse du texte* : il sera question d'analyser le signe linguistique qui est une unité de deux faces (signifiant et signifié). Ce type de signe se manifeste dans la caricature sous forme de titre et de parole de personnage. Dans cette étape nous essayerons d'analyser le texte selon les quatre modes d'organisation du discours de **P. Charaudeau** à savoir :
 - Le mode énonciatif.
 - Le mode rhétorique.
 - Le mode narratif.
 - Le mode argumentatif.
5. *Relation texte/image* : nous tenterons de déterminer le type de relation entre l'image et le texte, s'il s'agit de fonction d'ancrage ou de relais en nous basant sur les travaux de **Barthes**.
6. *La comparaison* : elle consiste en la mise en relation de deux ou plusieurs éléments pour faire ressortir les points de divergence et de convergence. Nous présenterons une analyse comparative des caricatures selon les quatre ordres d'organisation de **P.Charaudeau**.
7. *L'analyse des données collectées par questionnaire* : les données recueillies seront analysées selon deux méthodes :
 - L'étude quantitative ; les résultats seront exprimés en chiffres.
 - L'étude qualitative : les informations seront simplement décrites.

4. description et présentation du corpus.

4.1. Les caricatures.

Ce travail a pour objet d'étude la caricature, décrire et analyser ses constituants selon une étude sémiolinguistique comparative.

Notre corpus est un ensemble constitué de 20 caricatures réparties sur 5 catégories thématiques différentes à savoir :

- Revendication contre le 5^e mandat.
- FLN, RND et TAJ (partis politiques) rejoignent le Hirak.
- Démission du président Bouteflika.
- Arrestations des personnalités politiques.
- Revendication pour le changement radical du système.

Le choix de ces thèmes revient au fait qu'ils traduisent les événements les plus importants de ce mouvement populaire.

Les caricatures que nous avons choisies vont du début du Hirak : 22 février 2019 jusqu'à septembre 2019, c'est la période où on constate un nombre considérable de manifestations, période riche en événements ayant marqué l'actualité politique du pays, aussi période où les Algériens se sont massivement intéressés au Hirak.

Nos caricatures sont tirées des sites électroniques des journaux choisis :

- Les caricatures de Hic : <https://www.elwatan.com/category/le-hic>
- Les caricatures de Dilem : <https://www.liberte-algerie.com/dilem>
- Les caricatures d'Ainouche : <https://www.tsa-algerie.com/caricatures/>
- Les caricatures de Sadki : <https://www.observalgerie.com/caricatures>

4.1.1. L'analyse thématique du corpus :

Cette analyse consiste à dégager les différents thèmes traités dans notre corpus. Selon Franck Cobby¹⁴ cette analyse s'effectue selon deux étapes :

¹⁴ Cobby, F. 2009, « l'analyse de contenu du discours » : <http://www.analyse-du-discours.com/l-analyse-de-contenu-du-discours>, (Consulté le 8/01/2020.)

- 1) *Repérer les éléments sémantiques (les sèmes)* : il s'agit de relever les unités significatives, en d'autres termes relever le champ sémantique et lexical. En effet, ces deux concepts sont très confondus mais il existe une nuance qui permet de distinguer ces deux notions. Le champ sémantique est l'ensemble des significations d'un mot, le champ lexical est l'ensemble des unités linguistiques qui se rapportent à une même idée, ces unités peuvent être : nom, verbe, groupe nominal, expressions et phrases.
- 2) *Déterminer la catégorisation* : consiste à classer les thèmes en groupes et sous-groupes à partir du repérage des unités significatives.

Après une lecture détaillée de notre corpus, nous avons ressorti les thèmes suivants :

- 1) **Revendication contre le 5^{ème} mandat** : les premières manifestations algériennes ont eu pour but de protester contre la candidature d'Abedlaziz Bouteflika au cinquième mandat présidentiel.

Les sèmes : contre 5^{ème} mandat, signe iconique 5 barré, contre Bouteflika.

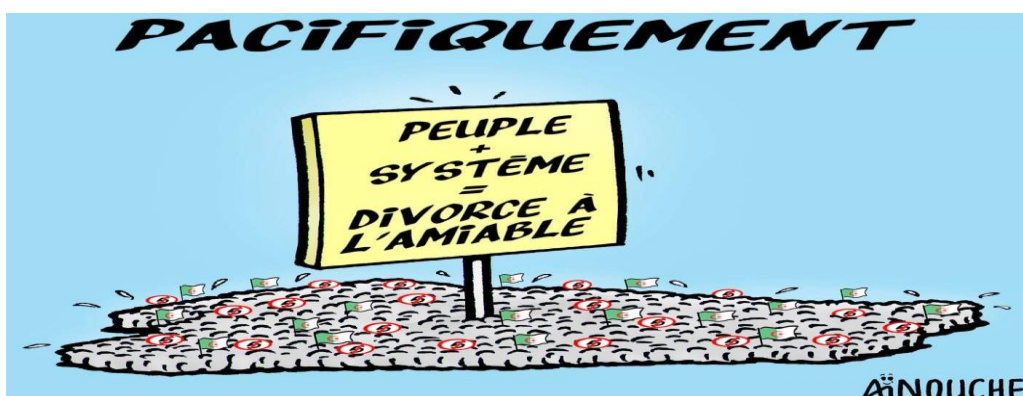
Caricature N : 01

Publiée le 23 février 2019, par le Hic :



Caricature N : 02

Publiée le 2 mars 2019, par Ainouche :





- 2) **FLN, RND et TAJ (partis politiques) rejoignent le Hirak** : les différents partis politiques qui ont été pour le 5^{ème} mandat en premier temps changeant d'avis et rejoignent le peuple.

Les sèmes : au côté du peuple, rejoint, soutien.

Caricature N : 05

Publiée le 20 mars 2019, par le Hic :



Caricature N : 06

Publiée le 21 mars 2019, par le Ainouche :



Caricature N : 07

Publiée le 21 mars 2019, par Sadki :



3) **Démission du président Bouteflika** : après une série de manifestations, le président Bouteflika a démissionné le 2 Avril 2019.

Les sèmes : Bouteflika démissionne, démissionné, bon débarras.

Caricature N : 08

Publiée le 1 avril 2019, par le hic :



Caricature N : 09

Publiée le 1 avril 2019, par Sadki :



Caricature N : 10

Publiée le 2 avril 2019, par ainouche :



Caricature N : 11

Publiée le 3 avril 2019, par Dilem :



- 4) **Arrestations des personnalités politiques** : le mouvement de contestation s'est poursuivi en demandant à la justice algérienne de lancer des enquêtes sur des faits de corruption, il s'en est ensuivi l'arrestation des ex-responsables politiques.

Les sèmes : en prison, détention, incarcéré, condamnés.

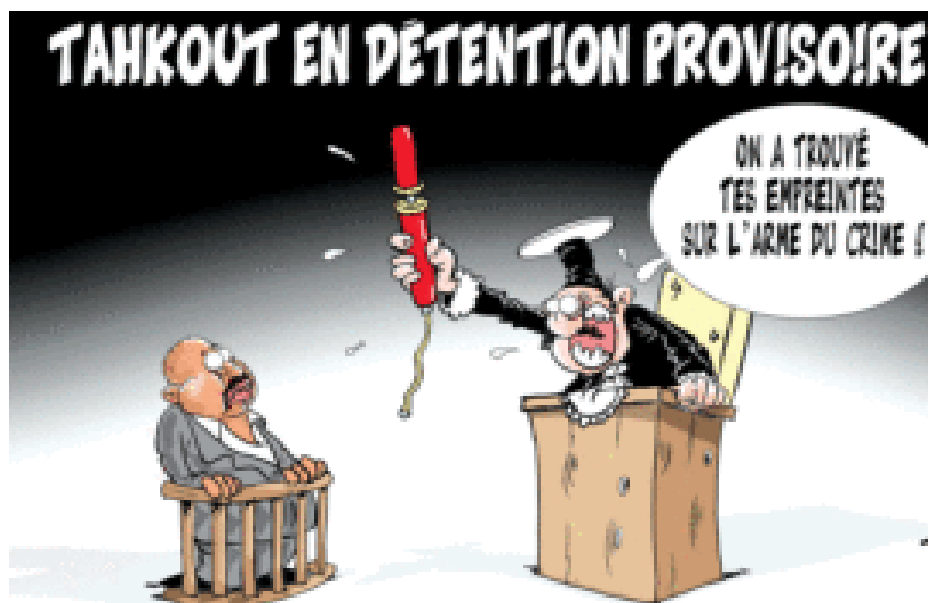
Caricature N : 12

Publiée le 23 mai 2019, par Sadki :



Caricature N : 13

Publiée le 10 juin 2019, par Hic :



Caricature N : 14

Publiée le 12 juin 2019, par Ainouche :



Caricature N : 15

Publiée le 13 juin 2019, par Ainouche :

SELLAL TRANSFÉRÉ À LA PRISON D'EL-HARRACH



Caricature N : 16

Publiée le 26 septembre 2019, par Dilem

SAÏD BOUTEFLIKA, TOUFIK, TARTAG ET HANOUNE CONDAMNÉS À 15 ANS DE PRISON



- 5) **Revendication pour le changement radical du système** : le peuple algérien vise à changer tout le système politique précédent, et demande un changement radical.

Les sèmes : yetnahaw gaa, système dégage , ارحل (irehal).

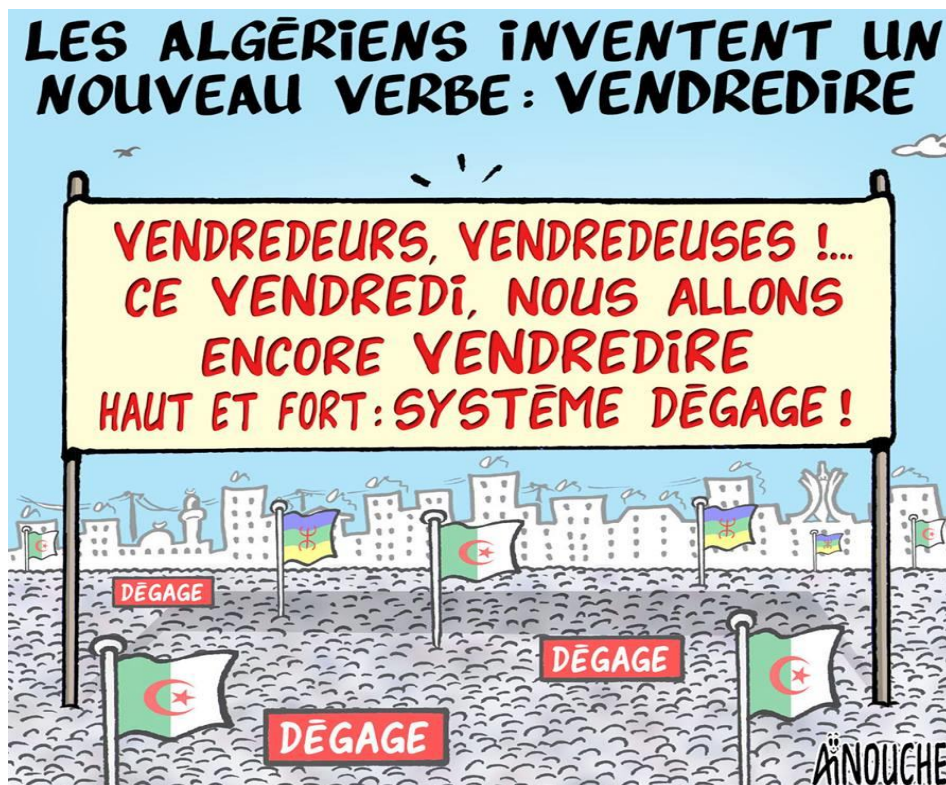
Caricature N : 17

Publiée le 12 mars 2019, par SAdki :



Caricature N : 18

Publiée le 5 avril 2019, par Ainouche :



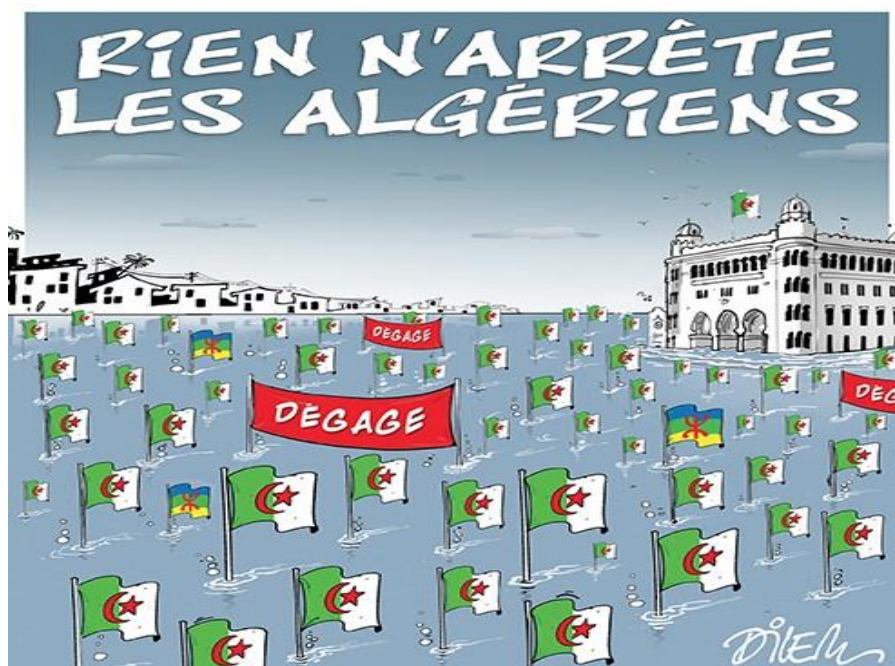
Caricature N : 19

Publiée le 23 juillet 2019, par le Hic :



Caricature N : 20

Publiée le 14 septembre 2019, par Dilem :



4.2. Le questionnaire.

Le questionnaire est un outil méthodologique d'observation ayant pour objectif d'analyser, décrire et comprendre un phénomène. Notre questionnaire vise à déterminer ce que les lecteurs pensent des caricatures du Hirak, et dégager les messages essentiels qu'ils en tirent.

Le questionnaire que nous avons élaboré a été publié le 25 février 2020 dans des groupes facebook : **intellectuels algériens : à vous la parole, association algérienne des jeunes chercheurs** et dans le groupe **Hirak infos : أخبار الحراك**.

Notre questionnaire se compose de 10 questions, 8 questions fermées et 2 questions ouvertes.

Les 6 premières questions sont des questions fermées : Les 3 premières sont consacrées à l'identification des enquêtés : sexe, âge et niveau d'étude. Les 3 questions qui suivent sont élaborées pour mesurer l'impact des journaux en ligne et l'intérêt des lecteurs pour la caricature.

Les 2 questions qui suivent, sont des questions ouvertes ; les enquêtés y sont invités à donner leurs avis sur les caricatures du Hirak, et en déterminer les messages essentiels transmis.

Les 2 dernières questions sont des questions fermées tentant de savoir auprès des enquêtés si ces caricatures représentent vraiment le mouvement populaire, et d'élire le caricaturiste dont les images sont les plus représentatives.

En ce qui concerne « *l'assemblage des observables* »¹⁵ la plateforme que nous avons choisie propose directement les réponses sous forme graphique.

¹⁵ Notion citée par Blanchet et Bulot dans les cours « méthodologie de recherche sociolinguistique et socio didactique du plurilinguisme » p.20. Pour désigner le recueil de données.

Questionnaire :

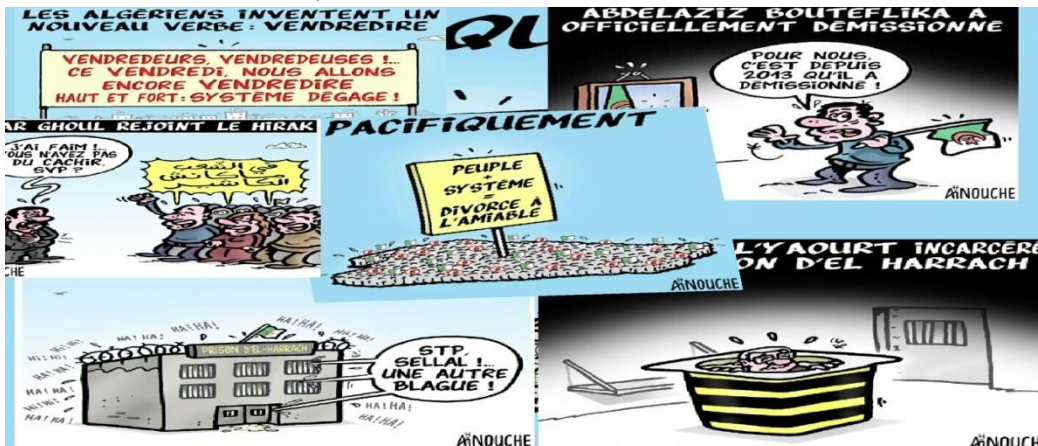
ce questionnaire s'inscrit dans le cadre de la recherche scientifique, master 2 en sciences du langage, aucune information personnelle ne sera divulguée. Merci de répondre à toutes les questions.

1. Vous êtes ? Homme
femme
2. Quel âge avez-vous ? De 16 à 20 ans
De 20 à 30 ans
De 30 à 40 ans
40 ans et plus
3. Quel est votre niveau d'étude ? Primaire
Moyen
Secondaire
Universitaire
4. consultez-vous les journaux en ligne ? toujours
Souvent
Rarement
5. les journaux que vous consultez sont : Elwatan
Liberté
TSA
Observalgérie
Autres :
6. La caricature attire votre attention ? Oui
Non
Un peu
7. Que pensez-vous de ces caricatures ?

Caricatures de Dilem



Caricatures d'Ainouche :



Caricatures de Hic :



Caricatures de Sadki :



D'après vous, quels sont les messages essentiels de ces caricatures ?

Ces caricatures sont-elles vraiment représentatives du Hirak algérien?

Oui/non/pas

vraiment

A votre avis, les caricatures les plus représentatives sont de :

Dilem.

Sadki.

Ainouche.

Hic.

Conclusion partielle.

Nous avons essayé, au cours de ce premier chapitre, d'exposer le terrain de recherche qui nous permettra d'effectuer cette analyse sémiolinguistique comparative, et de définir la caricature qui joue un rôle important dans la transmission de l'information et de l'actualité d'une façon rapide et humoristique.

Ainsi, nous avons tenté de déterminer la méthodologie de travail, tout en présentant la grille d'analyse qui nous permettra de faire une étude minutieuse du corpus sélectionné.

De plus, nous avons présenté les deux types de corpus , à savoir les caricatures de Dilem, de Hic, d'Ainouche et de Sadki, suivant une classification thématique, et aussi le questionnaire par lequel nous déterminerons les différentes représentations des lecteurs sur ces caricatures.

Chapitre 02

Analyse sémiolinguistique comparative des caricatures.

Introduction partielle.

Dans le but d'analyser les caricatures de notre corpus, nous tenterons dans ce deuxième chapitre d'appliquer une approche sémiolinguistique comparative.

En premier lieu, nous allons essayer d'analyser les images sous l'angle de l'approche sémiologique en nous basant sur la typologie des signes proposée par **Joly Martine**, à savoir les signes plastiques et les signes iconiques.

En second lieu, nous essayerons de présenter une description de ces caricatures en repérant le sens dénoté et d'interpréter par la suite le sens connoté en y appliquant le modèle binaire de l'image de **Roland Barthes**.

En troisième lieu, l'analyse portera sur le message linguistique : il sera question d'approcher le texte des caricatures selon les quatre modes d'organisation du discours proposés par **Patrick Charaudeau** ; à savoir l'organisation **énonciative**, **narrative**, **argumentative** et **rhétorique**.

En dernier lieu, nous tenterons de faire une comparaison entre ces caricatures en vue de dégager les points de divergence et les points de convergence entre celles-ci.

1. Définition du concept image.

L'analyse que nous essayerons d'appliquer porte sur la caricature. Celle-ci est perçue comme fixe, de création humaine ayant pour but de représenter l'actualité sociopolitique, socioéconomique et sportive. En effet, Aujourd'hui, l'image prend de plus en plus d'ampleur car elle occupe une place primordiale dans la transmission de l'information.

Il est vraiment difficile de trouver une définition précise du concept « **image** » à cause de sa diversité et de son emploi dans plusieurs domaines tels que la physique, l'astronomie, la biologie et aussi les sciences humaines. La définition la plus ancienne du mot image est celle proposée par **Platon**, il la considère comme suit « *j'appelle image 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* »¹⁶, donc l'image est la représentation de quelque chose ou de quelqu'un en termes d'analogie, elle est l'objet second par rapport à l'objet représenté.

Cette représentation peut être naturelle comme les reflets et les ombres, ou artificielle comme les dessins, les photographies. Les spécialistes classent les images en deux grandes catégories: l'image **mentale** (psychique) et l'image **visuelle** (réelle). Cette dernière, à son tour est classée en deux types :

- L'image **fixe** : les photographies, les caricatures, les affiches publicitaires...
- L'image **animée** : le film, la vidéo, les émissions...

les spécialistes de la sémiotique visuelle, **Greimas** et **Courtés**, définissent l'image comme : « *en sémiotique visuelle, l'image est considérée comme une unité de manifestation auto- suffisante comme un tout d'un système de signifiants susceptibles d'être soumis à l'analyse* »¹⁷; donc l'image est un système riche en signification, qui nécessite une interprétation, une analyse pour mieux comprendre le sens visé.

Pour **Joly Martine**, l'image « *matérielle ou immatérielle, visuelle ou non, naturelle ou fabriquée, une image c'est d'abord quelque chose qui ressemble à quelque chose d'autre* »¹⁸; le critère commun entre les images est la ressemblance, l'analogie entre le signifiant (dessin) et ce qu'il représente (le référent). Donc nous pouvons dire que l'image est un message visuel polysémique composé d'une interaction d'un ensemble de signes posant une relation

¹⁶ Platon.1949, trad. E. Chambry, *la république*, les belles lettres, paris. Cité par Joly, M., 2009, *introduction à l'analyse de l'image*, éd. Armand Colin, 2^e édition, p.10.

¹⁷ Greimas, A, J. Courtés, J. 1979, *sémiotique : dictionnaire raisonné de la théorie du langage* éd. Hachette université, p.181.

¹⁸ Joly, M, 2009, op.cit, p.38.

d'analogie avec l'objet représenté. Elle est quasi immédiate, perçue dans son ensemble et riche en information. Aujourd'hui l'image renvoie le plus souvent à l'image médiatique.

Et parce que l'image est constituée d'un ensemble de signes, il nous est paru essentiel de mettre l'accent sur cette notion de signe.

2. Définition du concept signe.

L'homme est un être sociable de nature, il a besoin de communiquer avec ses semblables. De ce fait, dès sa naissance, il recourt à l'utilisation des signes pour communiquer et pour mieux s'intégrer dans la société : Il vit dans un flux interminable de signes.

Le signe se reconnaît de plusieurs manières, et la définition de ce terme comme concept est cependant moins aisée. Au sens le plus large, le signe désigne « *un élément A, de nature diverse, substitut d'un élément B* »¹⁹. Dans ce sens, il s'agit d'un objet, d'une représentation matérielle ou d'un phénomène porteurs de signification et qui, par convention, représente ou remplace un autre. La science qui s'intéresse à l'étude des signes est la **sémiologie** ; domaine fondé par **Ferdinand De Saussure** en 1894.

Pour **Saussure**, le signe est une entité physique à deux faces qui résulte « *de la combinaison du concept et de l'image acoustique* »²⁰. De cette définition nous pouvons déduire que le signe est une unité constituée par l'association d'une forme acoustique, visuelle ou gestuelle et la représentation mentale de cette forme. Donc le signe est constitué de ces deux éléments inséparables. **Saussure** propose d'appeler « **signe** » le résultat de l'association de l'image acoustique (*signifiant*) et du concept (*signifié*).

Pour **Pierce** le signe est « *quelque chose qui tient lieu pour quelqu'un de quelque chose sous quelque rapport ou à quelque titre [...] du fait que tout representamen est lié à trois choses, le fondement, l'objet et l'interprétant* »²¹ ; le schéma suivant illustre mieux cette définition :

¹⁹ Dubois, J.2002, *dictionnaire de linguistique*, éd. Larousse, p.430.

²⁰ Saussure, F. 2005, *cours de linguistique générale*, éd. Arbre d'or, Genève, p.74.

²¹ Pierce, C, S.1979, trad. Deledalle, G, *écrits sur le signe*, éd. Seuil, Paris, p.121.

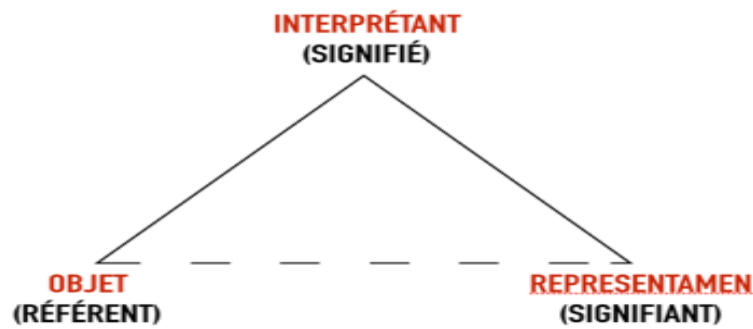


Schéma triadique de Pierce.

Le signe est donc, selon **Pierce**, le fait d'interaction de trois parties : *le representamen* qui désigne l'image acoustique du signe (le signifiant chez Saussure), *l'objet* qui désigne le référent auquel le signe se substitue, et finalement *l'interprétant* qui désigne la partie conceptuelle (le signifié chez Saussure).

A partir de la relation entretenue entre ces trois éléments, **Pierce** a proposé trois catégories de signes : **l'icône**, **l'indice** et le **symbole**.

- a) **L'icône** : est un signe dont le signifiant a une relation de similarité et d'analogie avec ce qu'il représente. En effet, « *n'importe quelle chose peut être un substitut de n'importe quelle chose à laquelle elle ressemble* »²² à titre d'exemple l'image d'un téléphone est une icône dans la mesure où elle ressemble au téléphone.
- b) **L'indice** : est un signe qui fonctionne par causalité avec ce qu'il représente, c'est un signe qui indique certaines qualités en commun avec l'objet représenté tout en dénotant et annonçant quelque chose, à titre illustratif la pâleur est un indice de la fatigue.
- c) **Le symbole** : est un signe qui renvoie à l'objet qu'il désigne en vertu d'une loi, « *le symbole entretient avec ce qu'il représente une relation arbitraire, conventionnelle* »²³

Joly Martine, de sa part, considère le signe comme suit « *le signe peut se référer à un objet du monde ou à un événement ou à une action dont la représentation manque dans une telle structure minimale* »²⁴.

L'auteure montre que tout signe est composé de trois termes : un signifiant, un signifié et un référent. Elle ajoute à la conception de Saussure la notion de référent qu'elle considère comme réalité physique à laquelle renvoie le signe (l'objet).

²² Ibid., p.148.

²³ Eco, U. 1988, *le signe*, éd. Labor, Bruxelles, p.31.

²⁴ Joly, M.2011, *l'image et les signes, approche sémiologique de l'image fixe*, éd. Armand colin, 2^e édition, p.36.

Selon elle, il existe dans l'image trois types de signes :

- a) **Les signes plastiques** : sont les caractéristiques matérielles, substantielles de l'image, c'est-à-dire les choix relatifs à la forme de l'image tels que le support, le cadre, les couleurs...
- b) **Les signes iconiques** : sont les signes figuratifs qui entretiennent un rapport d'analogie avec l'objet qu'ils représentent.
- c) **Les signes linguistiques** : sont des signes du langage, toutes sortes de composants textuels dans l'image.

Suite aux définitions des concepts image et signe, nous passons directement à l'analyse de l'image caricature.

3. Analyse de l'image caricature.

Pour effectuer notre analyse sémiologique, nous avons opté pour la classification des signes proposée par **Joly Martine**. L'auteure a élaboré cette typologie à partir de l'analyse des images publicitaires des pâtes « *Panzani* » réalisée par **Roland Barthes** en 1964. Pour Barthes l'image est « *produite par différents types de signifiants : un signifiant linguistique, la sonorité italienne du nom propre ; un signifiant plastique, la couleur, le vert, le blanc et le rouge évoquant le drapeau italien ; et enfin des signifiants iconiques représentant des objets socio culturellement déterminés : tomates, poivrons...* »²⁵. Cette analyse a montré que le message visuel est constitué de trois types de signes que Martine a classifiés en signes plastique, iconique et linguistique.

3.1. Les signes plastiques.

Il s'agit d'un type de signe qui compose le message visuel. Il désigne les caractères purement formels de l'image ayant une dimension esthétique, et non pas de rapport analogique direct avec la chose représentée.

Le terme *plastique* est emprunté à **Hjelmslev**, pour qu'il désigne la face signifiante de tout objet langagier, et en opposition au plan du contenu.

Auparavant, le signe plastique était considéré comme le signifiant des signes iconiques, mais à partir des années 80, **le groupe µ** propose de considérer les signes plastiques comme « *un système de signes à part entière, comme des signes pleins* »²⁶.

²⁵ Joly, M.2009, op.cit, p.46.

²⁶ Joly, M.2011, op.cit, p.119.

Martine distingue deux types de signes plastiques : les signes plastiques spécifiques et les signes plastiques non spécifiques.

3.1.1. Les signes plastiques spécifiques.

Sont élaborés par les artistes et ils ont un caractère conventionnel, tel que le cadre, le cadrage, la composition, l'angle de prise de vue.

3.1.1.1. Le cadre.

L'image a des limites, des frontières physiques extérieures qui la séparent de ce qui l'entoure et qui la désignent comme image : ces limites représentent ce que l'on appelle « **cadre** ».

Cet élément spécifique de l'image est défini par **Meyer Schapiro** comme : « *clôture régulière isolant le champ de la représentation de la surface environnante* »²⁷. Le cadre est un élément séparateur de deux espaces distincts : l'espace ou le champ de l'image (l'intérieur de l'image) et l'environnement extérieur de l'image (le hors-cadre).

En effet, le cadre crée avant tout le hors-cadre qui est variable d'une image à une autre, dans notre cas le hors cadre peut être un texte, une autre image, une vidéo, un article...

Il faut signaler que les artistes du 19^{ème} siècle considéraient parfois le cadre comme *une contrainte*²⁸ ou un inconfort et préféraient s'en libérer et produire des images sans cadre en pensant que cela irait mieux.

Il existe plusieurs types de cadres mais les plus fréquents sont le cadre *rectangulaire* et le cadre *carré*. En effet, le caricaturiste choisit librement le cadre qui convient à son image : le cadre rectangulaire lorsqu'il veut donner une impression d'éloignement et de distance comme dans les caricatures numéros 01, 02, 05, 07, 08, 12, 13, 19.

²⁷ Schapiro, M. 1982, *in style, artiste et société*, éd. Gallimard, cité par le groupe µ, *in rhétorique du cadre*, cité par Joly, M.2011, op.cit, p.131.

²⁸ Joly, M.2011, op.cit, p.132.



Et le cadre carré pour donner une impression de grande proximité comme dans les caricatures numéros 03, 04, 06, 09, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 18, 20.



Nous remarquons que le cadre carré est le plus utilisé par les caricaturistes dans le but de mettre le lecteur en face des actions qui se déroulent dans la caricature, et de provoquer son implication là-dedans.

3.1.1.2. Le cadrage.

Il correspond « à la grandeur des êtres animés, objets ou éléments de décor représentés dans l'image par rapport à la taille de celle-ci »²⁹. Le cadrage est un procédé correspondant à l'échelle des plans, il désigne l'opération qui consiste à positionner les personnages, les objets dans le cadre de l'image.

Dans notre corpus, les personnages apparaissent de manières différentes et selon des plans variés. En effet, les caricaturistes choisissent le plan qui donne plus de signification et qui convient avec l'objectif visé.

Joly Martine distingue plusieurs types de plan à savoir :

- a) **Le plan d'ensemble** : permet de représenter le personnage qui est l'élément central de l'image dans son environnement global, c'est le cas des caricatures numéros 04, 10, 12 sous illustrées.



- b) **Le plan rapproché** : il rapproche la partie supérieure du sujet, le personnage est coupé entre la taille et la poitrine, comme dans la caricature numéro 17.



- c) **Le plan américain** : dans ce plan le personnage est plus près, ce plan prend le personnage un peu au-dessus des genoux, à mi-cuisses, ce plan n'existe pas dans notre corpus.
- d) **Le plan italien** : il présente le personnage coupé au niveau du mi-mollet, ce plan n'existe pas dans notre corpus.
- e) **Le plan moyen** : il présente le personnage complètement de la tête aux pieds en se focalisant à celui-ci et sans donner importance à son environnement. Ce plan apparaît consécutivement dans notre corpus dans les caricatures numéros 01, 05, 06, 07, 09, 13, 16, 19.

²⁹ Cadet, Charles, Galus. 1990, *la communication par l'image*, éd. Nathan, Paris, p.20.



- f) **Le gros plan** : il attire l'attention du lecteur sur le visage du personnage comme dans les caricatures numéros 11 et 14.



Ce que nous avons pu constater est que le plan moyen est le plus dominant ; les caricaturistes emploient ce type parce qu'il permet de présenter les personnages en action et de les faire apparaître du pied à la tête, tout en négligeant leur environnement pour leur donner plus d'importance. D'autant plus c'est le plan le plus adéquat pour la transmission des informations.

3.1.1.3. La composition.

Est un outil plastique ayant pour but l'orientation de la lecture de l'image, elle organise et planifie les éléments de l'image par ordre de priorité, c'est-à-dire elle hiérarchise la vision des éléments constitutifs. Selon **Martine** il existe trois types de composition :

- a) **La composition axiale** : place le sujet dans l'axe du regard, c'est-à-dire au centre de l'image, c'est le cas des caricatures suivantes : 02, 03, 08, 14, 15, 18, 20.



- b) **La composition focalisée** : consiste à diriger le regard du lecteur vers le sujet que le caricaturiste veut mettre en focalisation par l'utilisation des couleurs, traits, éclairage,... Ce type de composition apparaît dans les caricatures numéros 01, 04, 05, 06, 07, 09, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 19.



- c) **La composition séquentielle** : consiste à faire défiler l'image en la regardant étape par étape pour arriver finalement au sujet principal. Ce type de composition « suit d'une manière générale le trajet consacré du Z, partant du haut à gauche de l'annonce pour la faire parcourir ensuite du haut à droite vers le bas à gauche et aboutir, dans un dernier mouvement de gauche à droite, en bas et à droite de l'annonce »³⁰.

Nous remarquons que la quasi-totalité des caricatures qui constituent notre corpus sont organisées selon la composition focalisée ; ce type de composition permet aux caricaturistes de mettre en valeur certains éléments pour y attirer l'attention du lecteur, et notamment de se focaliser sur le sujet principal de la caricature.

3.1.1.4. L'angle de prise de vue.

Est un élément fondamental du cadrage, il désigne le rapport entre l'œil et le sujet regardé. En effet, les personnages dans les caricatures peuvent être vus de différentes manières :

- a) **La plongée** : les personnages dans ce type sont vus du haut, la vue est descendante ce qui permet de dominer l'image et de produire un effet d'écrasement.
- b) **La contre-plongée** : c'est le contraire de la vue plongée, dans ce type la vue est prise du bas, elle est ascendante et consiste à magnifier le sujet et le rend supérieur.
- c) **L'angle oblique** : le personnage est vu de côté, ce type figure dans les caricatures numéros 01, 04, 05, 06, 07, 09, 10, 13, 16.



- d) **La vue frontale** : elle est de face et à hauteur du personnage. C'est le cas des caricatures numéros 02, 03, 11, 14, 15, 17.



³⁰ Joly, M.2011, op.cit, p.143.

3.1.2. Les signes plastiques non spécifiques.

Sont des signes que seule notre vie nous permettrait de percevoir c'est-à-dire leur interprétation est liée à notre expérience perceptive, comme la couleur, la texture, la forme et la spatialité.

3.1.2.1. La couleur.

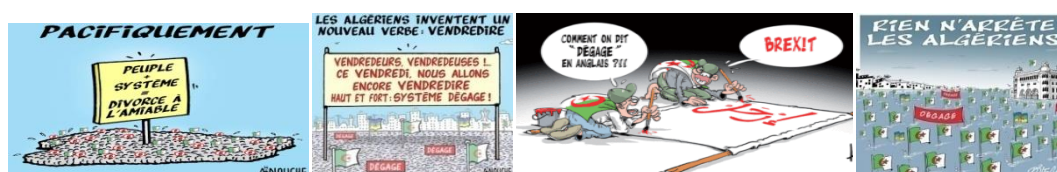
L'une des stratégies que les caricaturistes mettent en œuvre pour attirer l'attention des lecteurs est l'usage des couleurs. En effet, « toute œuvre de langage visuel se manifeste essentiellement par des organisations de couleurs, comme la réalité visible elle-même »³¹.

Les couleurs sont parlantes et elles ont des significations cachées qui s'attachent aux contextes social, culturel et historique comme l'indique **Kandinsky** « pas de grille absolue d'interprétation des couleurs, mais de la sensibilité à son entourage, à sa propre culture, à sa propre histoire »³².

Les couleurs sont classées en deux grandes catégories :

a) **Les couleurs chaudes** : comme le rouge, l'orange et le jaune.

Le rouge : est utilisé par les caricaturistes pour attirer l'attention des lecteurs, c'est la couleur la plus puissante, la plus active et la plus dynamique. Dans les caricatures numéros 02, 18, 19,20, Le rouge exprime la révolte du peuple algérien contre le système politique, nous remarquons que les mots « dégage, ارحل, le signe iconique 5 barré » dans toutes ces caricatures sont coloriés en rouge.



Dans la caricature numéro 11, le rouge apporte une sensation d'enthousiasme chaleureux provoqué par la démission de Bouteflika.

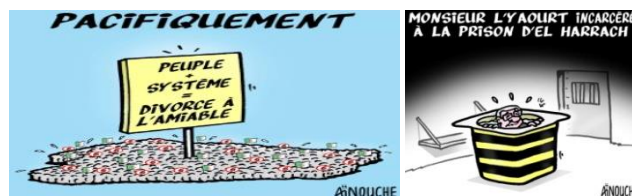


³¹ Fernande, S-M. 1994, *sémiologie du langage visuel*, éd. Presse de l'université du Québec, p.23.

³² Joly, M.2011, op.cit, p.121.

Alors que le rouge dans les autres caricatures et particulièrement dans le drapeau algérien renvoie au sang des martyrs.

Le jaune : est aussi une couleur chaude utilisée pour attirer l'attention des lecteurs, dans les caricatures numéros 02, 06, 12, 14, il exprime l'humour et l'ironie.



Alors que dans la caricature numéro 16, il est utilisé pour exprimer le caractère trompeur et mensonger des quatre personnages.



b) Les couleurs froides : comme le bleu, le vert, le blanc et le noir.

Le bleu : nous rappelle la nature, cette couleur évoque le ciel comme dans les caricatures numéros 02, 06, 11, 18, 20.



Et évoque aussi la mer, l'eau comme dans la caricature numéro 03, Selon Kandinsky toujours ce bleu éveille le désir de pureté et il exprime le calme et la paix.



Alors que dans la caricature numéro 20, le bleu est glissé vers le noir, ce bleu « se colore d'une tristesse qui dépasse l'humain »³³.

³³ Ibid., p.121.

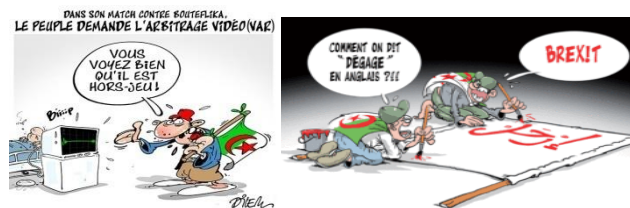


Le vert : c'est la couleur qui représente mieux la nature comme dans la caricature numéro 03 ; il est utilisé comme symbole de la fraîcheur, de l'énergie, du bonheur et de la détente.



Alors que dans les autres caricatures le vert dans le drapeau algérien représente la prospérité et la richesse de la géographie algérienne.

Le blanc : c'est la couleur la plus lumineuse, cette couleur est présente dans la quasi-totalité des caricatures de notre corpus, elle exprime la pureté, le calme et la sérénité. Cependant dans le drapeau algérien elle est synonyme de paix.



Le noir : selon **Kandinsky** le noir signifie la mort et le deuil. Cependant dans les caricatures numéros 01, 05, 08, 10, 13, 14, 19, il ne représente pas la tristesse mais il s'agit d'une technique utilisée par les caricaturistes afin de mettre progressivement en valeur les personnages.



3.1.2.2. L'éclairage (la lumière).

Cette variable plastique est inséparable de celle de la couleur. De ce fait **Henri Alekan**, dans son ouvrage « *des lumières et des ombres* », propose d'étudier l'éclairage d'une manière semblable à celle effectuée par **Kandinsky** pour la couleur. Selon **Alekan**, l'interprétation de

l'éclairage est aussi liée au contexte socioculturel du lecteur et ainsi à son état psychophysologique.

Cet auteur propose d'abord de distinguer les lumières naturelles comme dans les caricatures numéros 02, 03, 06, 11, 15, 18, 20.



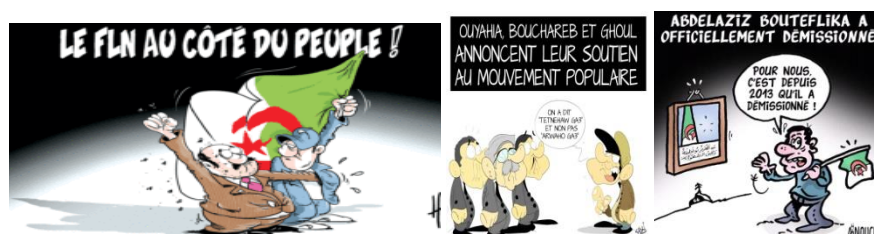
Et les couleurs artificielles comme dans les caricatures numéros 01, 04, 05, 07, 08, 09, 10, 12, 13, 14, 16, 17, 19.



Cet éclairage naturel ou artificiel nous informe sur le moment de la prise de l'image.

Une fois cette distinction est accomplie, cet artiste propose deux grands types d'éclairage : éclairage directionnel et éclairage diffus.

- a) **L'éclairage directionnel** : ce type d'éclairage nous donne l'impression que l'image est « éclairée par une source lumineuse latérale violente »³⁴. Cette lumière éclaire directement le sujet représenté en distinguant les zones d'ombres et de lumière, cette dernière peut être de source artificielle comme un projecteur, lampes, feu... c'est le cas des caricatures numéros 01, 05, 07, 08, 09, 10, 12, 13, 14, 17, 19.



Ou de source naturelle comme le soleil, la lune dans les caricatures numéros 02, 03, 06, 11, 15, 18, 20.

³⁴ Ibid., p.123.



Dans ce type d'éclairage, le regard du lecteur passe des surfaces éclairées pour explorer ensuite les zones du clair-obscur, pour arriver aux zones sombres. En effet, les couleurs sont plus violentes dans les zones éclairées et presque inexistantes dans les zones ombragées afin de mettre en valeur les objets d'une manière sélective.

Selon **Joly Martine**, dans le cas de la lumière naturelle, l'éclairage directionnel *temporalise* la représentation que l'on situera à un moment donné du jour. Ce moment influencera la lecture et l'interprétation de la caricature. Par exemple l'après-midi dans la caricature numéro 02 représente le moment de déclenchement des manifestations populaires (14 :00). Ce type d'éclairage donne une impression de réalité de l'image.



- b) **L'éclairage diffus** : il offre plus de liberté au regard, il est guidé par le jeu des couleurs et la composition en effaçant les ombres et en atténuant les reliefs pour rendre tous les objets visibles et sans temporaliser le moment. C'est un éclairage *fonctionnel*, nous le trouvons dans la caricature numéro 16.



3.1.2.3. La texture.

C'est une qualité de surface comme la couleur, **Joly Martine** dans son ouvrage « *l'image et son interprétation* » distingue « *les oppositions du grain et du lisse, de l'épais et du mince, du tramé, de la tache, du continu* »³⁵ ; donc le choix du support est fondamental. Les caricatures qui constituent notre corpus sont des images numériques qui renvoient à l'univers technologique.

³⁵ Joly, M.2005, *l'image et son interprétation*, éd. Armand Colin cinéma, Paris, p.102.

3.1.2.4. Les lignes et les formes.

Ils résultent « d'une intensification ou d'un regroupement de variables visuelles à partir des rapports topologiques et gestaltiens »³⁶. L'interprétation des lignes et des formes selon **Joly Martine** est comme celle des autres outils plastiques essentiellement anthropologique, culturelle et stéréotypée dans la communication médiatique mais plus significative, et chaque type correspond à une signification précise ; « les lignes courbes à la douceur ou à la féminité, les lignes droites à la virilité, les obliques ascendantes vers la droite au dynamisme, les obliques descendantes vers la gauche à la chute »³⁷.

Comme les lignes, les formes aussi influencent et attirent les lecteurs, nous distinguons :

- a) **Les formes rondes** : comme dans la caricature numéro 03, c'est la forme du globe terrestre qui évoque la douceur, la paix et aussi l'union.



- b) **Les formes carrées** : correspondent à la stabilité et à la sécurité.

- c) **Les formes closes ou ouvertes** : comme dans les caricatures numéros 02, 04, 08, 09, 11, 13, 14, 15, donnent l'impression d'isolement, d'évasion.



- d) **Les formes rectangulaires** : comme dans les caricatures numéros 10, 12, 18, 19, 20. Ce type de forme inspire la puissance, la force et la grandeur.



³⁶ Fernande, S-M.1994, op.cit, p.80.

³⁷ Joly, M. 2011, op.cit, p.125.

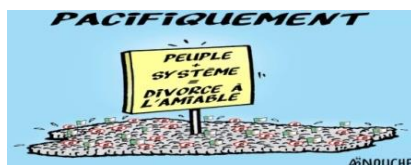
3.1.2.5. La spatialité.

L'analyse de cette organisation s'effectue selon trois critères proposés par **le groupe μ** à savoir « *la dimension, la position et l'orientation* »³⁸.

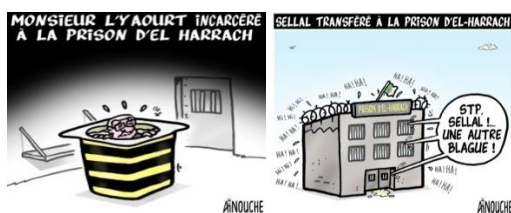
La « **dimension** » peut être analysée selon l'opposition : grand/petit, comme dans la caricature numéro 03 le globe terrestre et dans la caricature 08 le camion, ces deux objets occupent la quasi-totalité de l'espace, et se présentent en grand format par rapport aux autres objets.



Alors que dans la caricature numéro 02 le drapeau algérien apparaît tout petit par rapport aux autres objets.



L'étude du deuxième critère « la **position** » se fait à partir de l'opposition : haut/bas, centré/ marginalisé par rapport au cadre de l'image ; par exemple pour les caricatures numéros 14 et 15 le pot de yaourt et la prison d'El-Harrach figurent au centre de l'image,



Dans la caricature numéro 20 le drapeau algérien se trouve dans deux positions différentes en haut et en bas de l'image.



³⁸ Le groupe μ , cité par Bendib, H. 2017-2018, *les stratégies publicitaires télévisuelles algériennes et françaises. Etude sémio pragmatique comparative*, thèse de doctorat en sciences du langage, université des frères Mentouri Constantine 1, p.289.

Le dernier critère : « **l'orientation** » qui pourrait être analysée selon l'opposition : vers le haut/ vers le bas, à gauche/ à droite, à titre illustratif la caricature numéro 16 ; la main du juge se trouve à droite des personnages.



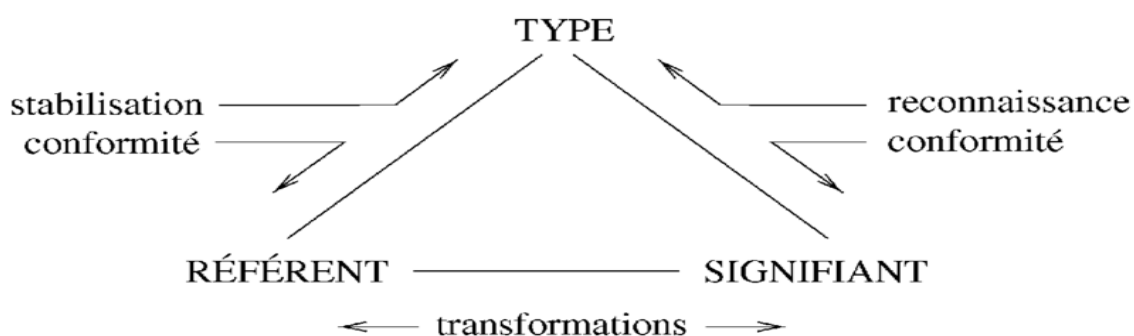
En effet, ces différentes oppositions vont créer des formes qui renvoient « à des concepts fonctionnels liés à la perception et à l'usage social de l'espace »³⁹.

A partir de cette analyse des signes plastiques, nous pouvons dire que les signes plastiques et iconiques sont liés les uns aux autres, le signe iconique peut entretenir des relations de conjonction, d'opposition ou encore de décalage avec le signe plastique.

3.2. Le signe iconique.

C'est un type de signe ayant des rapports analogiques avec les objets représentés. Selon **le groupe μ** le signe iconique résulte de la relation entre trois éléments à savoir le signifiant iconique, le type et le référent.

Le signifiant iconique est ce que l'on perçoit, le type est la représentation mentale, le référent est la réalité physique à laquelle renvoie le signe. **Le groupe μ** a représenté ces relations sous le schéma triadique suivant :



Modèle du signe iconique du groupe μ ⁴⁰

³⁹ Le groupe μ . *Traité du signe visuel*, cité par Joly, M. 2011, op.cit, p.125.

⁴⁰ Le groupe μ . *Traité visuel, pour une rhétorique de l'image*, cité par Granjon, E.2016, « le signe visuel chez le groupe μ », p.7. : <http://www.signosemio.com/groupe-mu/sign-visuel.pdf>. (Consulté le 23 Mars 2020.)

La caricature en tant qu'image est constituée d'une multitude de signes iconiques. Nous en distinguerons les principaux dans notre corpus :

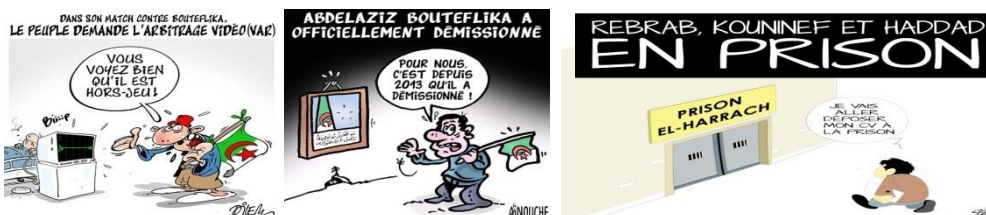
3.2.1. Les personnages.

Les caricaturistes mettent en scène des personnages célèbres ; hommes politiques, des chefs de partis, des hommes d'affaires, des cadres de l'armée,... Nous pouvons classer les personnages qui figurent dans nos caricatures en trois *catégories*⁴¹ :

- a) **Personnages individuels** : sont des personnages identifiables grâce aux traits de visage, c'est le cas de la caricature numéro 09 où le personnage est le frère de l'ex-président algérien Said Bouteflika, dans la caricature numéro 11 le personnage est l'ex-président Abdelaziz Bouteflika, dans la caricature numéro 14 le personnage est l'ex-premier ministre Ahmed Ouyahia, dans la caricature numéro 17 le personnage est le lanceur du célèbre slogan du Hirak « yetnahaw gaa » Sofiane Bakir Turki.



- b) **Personnages-types** : ils ne sont pas reconnaissables par les traits physiques mais ils représentent une communauté précise, ce type de personnage figure dans les caricatures numéro 04, 10, 12, nous ne pouvons pas identifier les personnages mais ils représentent des manifestants issus du peuple.



- c) **Personnages-groupes** : dans certaines caricatures, nous trouvons plusieurs personnages, parfois ce sont des personnages types représentés de la même façon, comme dans la caricature numéro 19.



⁴¹ Zouad, R.2007, *la caricature journalistique algérienne, quel rapport entre le linguistique et l'iconique ? Cas du journal liberté*, mémoire de magistère en sciences du langage, université des frères Mentouri Constantine 1, p.91.

Parfois il s'agit de personnages identifiables, c'est le cas de la caricature numéro 01 où voyons un groupe d'hommes politiques de l'ancien système tels qu'Abdelaziz et Said Boutflika, Bahaeddine Tliba, Ahmed Ouyahia, Abdelmajid Sidi-Said,...



Dans la caricature numéro 06 nous distinguons deux types de personnages ; un personnage individuel l'ex-ministre des travaux publics Amar Ghoul et un ensemble de personnages-types qui représentent le commun des Algériens.



Dans la caricature numéro 07 nous distinguons deux types de personnages ; des personnages identifiables qui sont des ex-ministres : Ouyahia, Bouchareb et Ghoul, et un personnage-type représentant la communauté algérienne.



Dans la caricature numéro 16 nous voyons des personnages identifiables ; le conseiller spécial de l'ex-président Said Bouteflika, le général Toufik, l'ex-chef du département du renseignement et de la sécurité Athmane Tartag et la secrétaire générale du parti des travailleurs Louisa Hanoune.



3.2.2. Les objets.

A côté des personnages, nous trouvons dans les caricatures des objets différents utilisés dans le but d'éclairer le thème traité. Parmi les objets qui apparaissent dans nos caricatures : le drapeau tricolore algérien qui flotte en l'air, nous le trouvons dans la quasi-totalité des

caricatures, la carte géographique de l'Algérie et une pancarte au milieu de la caricature numéro 02. Le globe terrestre, une autre planète et des étoiles dans l'espace extra-atmosphérique dans la caricature numéro 03.



Un camion poubelle dans la caricature numéro 08, un fauteuil roulant dans la caricature numéro 09.



Un cadre en bois de la photo de l'ex-président Bouteflika dans les caricatures numéro 10 et 11.



La prison d'El-Harrach dans les caricatures 12, 14, 15.



La grande poste d'Algérie et des banderoles dans la caricature numéro 20.



4. Interprétation de la caricature.

Tout comme dans le discours écrit ou parlé, la caricature peut revêtir deux types de significations : un sens purement superficiel et objectif (dit dénoté) qui ne dépasserait pas pour ainsi dire l'apparence visuelle, et un deuxième sens qui apporte une valeur particulière (ou connotée) que l'on pourrait extraire du contexte aidant ainsi à mieux lire le message et déchiffrer ses non-dits. L'étude de ces deux niveaux de significations qui composent l'image a été proposée par Barthes lors de l'analyse de l'affiche publicitaire des pâtes *Panzani*, en élargissant la sémiotique connotative de Hjelmslev qui considère la dénotation comme la signification d'un énoncé, et la connotation la seconde signification de cet énoncé. Barthes à son tour a appliqué cette analyse des énoncés à l'image.

4.1. La caricature dénotée.

La dénotation est définie comme étant « *l'ensemble des éléments fondamentaux et permanents qui permettent à un mot de désigner quelque chose.* »⁴²

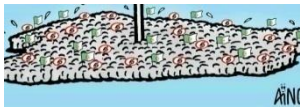
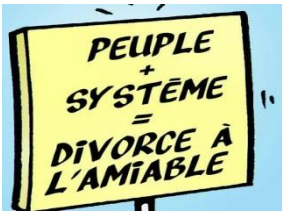
La caricature se contente d'enregistrer la référence aux objets qu'elle représente, ne cache rien d'implicite. Elle est franche ou naïve. Le message dénoté est le premier sens, il dénote ce qu'elle représente. Le premier plan désigne ce qui paraît le plus proche du spectateur et le second plan ce qui est le plus loin.

Caricature N : 01

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en majuscules blanches sur fond noir : 	Des personnalités politiques (le président sur fauteuil roulant, l'ex-premier ministre, le commandant des corps d'armée, des députés et autres) en face à une invisible foule qui manifeste contre la candidature de Bouteflika.	Une grande bulle : 

⁴² Dictionnaire encyclopédique illustré, éd. Carrefour, p.336.

Caricature N : 02

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en majuscules noires sur fond complet bleu : 	En bas, la carte de l'Algérie inondée par les manifestants, brandissant emblèmes nationaux et panneaux circulaires où s'affichent les 5 barrés de rouge. 	Une grande pancarte :  plantée au cœur de la carte

Caricature N : 03

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en majuscules blanches sur fond bleu nuit : <i>MARCHE DU 08 MARS</i> Un autre titre en majuscules noires sur fond blanc :  LE PEUPLE A FAIT ENTENDRE SA VOIX	Au milieu, entourée d'une nuit galactique, se présente la Terre en grand plan, avec une carte du monde en vert clair où l'Algérie figure en vert foncé. En haut, à gauche se lance une grande bulle depuis l'Algérie : DEGAAAAGE  Un peu plus en bas, une autre bulle partant d'un point rouge depuis la France : ZZZZZZZZ	A droite, sur une bulle en bas de Saturne : 

Caricature N : 04

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en majuscules noires sur fond blanc : 	A gauche, dans une salle de réanimation est alité Bouteflika en état d'inconscience, son appareil cardiographique, surmonté d'un BIIP continu, affichant un arrêt des fonctions cardiaques.	A droite, un supporter tenant le drapeau national crie : 

Caricature N : 05

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, En grandes majuscules blanches sur fond noir : 	Au milieu, un militant FLNiste une main levée en haut et l'autre plongée en cachette dans la poche d'un pauvre citoyen, ce dernier continue de relever son drapeau tout en jetant un regard de mépris vers le militant. 	//////////

Caricature N : 06

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en majuscules blanches sur fond noir : 	A gauche, se montre Amar Ghoul en costume, essoufflé montrant d'une main son ventre :	A droite, une foule de manifestants ayant l'air moqueur avec un drapeau au fond de la marche. Dans la bulle on lit :

		 (LE PEUPLE N'A PAS DE CACHIR)
--	---	--

Caricature N : 07

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en majuscules blanches sur fond noir : 	A gauche, se montrent Ouyahia, Ghoul et Bouchareb en costume, le ventre courbé en avant et le visage joufflu, d'un air humilié.	A droite, un personnage type modestement vêtu leur lançant au visage :  (on veut que vous partiez tous et non que vous veniez tous)

Caricature N : 08

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en grandes majuscules blanches sur fond noir : 	Un camion poubelle en grand plan, débordé par derrière et truffé d'objets hétérogènes : chaise roulante, cadre du président, zaouia , derbouka , tissu coloré, et des brosses de différentes tailles .	////////

Caricature N : 09

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en grandes majuscules blanches sur fond noir :	A gauche, un fauteuil roulant tourné vers l'avant, avec des roulettes épuisés, ne laissant	A droite, Said Bouteflika tenant une feuille surmontée d'une bulle :

	apparaître qu'une main accoudée du président et sa chaussure. Au-dessus de la chaise se dessine un trait gris en tourbillon.	
---	---	---

Caricature N : 10

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en grandes majuscules blanches sur fond noir : 	A gauche, un cadre suspendu dans lequel il y a un drapeau et un vide à son droite, titré en bas :  En-dessous, des yeux guettant en cachette.	A droite, un personnage type en face du cadre portant un drapeau à son dos dit : 

Caricature N : 11

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit au milieu, en grandes majuscules rouges sur fond bleu : 	A gauche, l'emblème national flottant au sommet d'un mât. 	A droite, dans un bac à poubelle rembourré de déchets putrescents figurent un rouleau de cachir à côté du cadre du président qui a les yeux flétris et la bouche en bavure, entourés de mouches.

Caricature N : 12

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en grandes majuscules blanches sur fond noir :	A gauche, la façade d'une bâtisse avec une porte métallique à coulisse,	A droite, un personnage type serrant une feuille à son flanc ; dans la bulle :

	munie de brèches barreaudées portant l'enseigne : 	
---	--	---

Caricature N : 13

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en grandes majuscules blanches sur fond noir : 	A gauche, Tahkout dans la barre des accusés, l'air stupéfait, comparaît devant le juge.	A droite, le juge surexcité et presque debout montrant une pompe manuelle à l'accusé ; dans la bulle : 

Caricature N : 14

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en grandes majuscules blanches sur fond noir : 	Dans une cellule sombre de prison, Ouyahia emballé dans une boîte ouverte de yaourt à rayures noires et jaunes, la tête en dehors et les mains sur le bord. Une mouche vole en face de lui.	A droite, une porte métallique fermée munie d'une trappe.

Caricature N : 15

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en grandes majuscules blanches sur fond noir : 	La prison se présente en grand plan, du fil barbelé autour du toit, un drapeau au-dessus de l'enseigne où est écrit : PRISON D'EL HARRACH Des onomatopées exprimant le rire fusent de	A droite, une grande bulle exprimant une parole commune à tous les prisonniers : 

	tous côtés.	
--	-------------	--

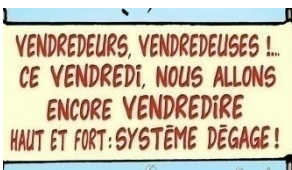
Caricature N : 16

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en grandes majuscules noires sur fond gris : 	Au milieu, dans une salle d'audience se tiennent debout derrière les barreaux : Saïd qui dit « COMBIEN ?! » Toufik répondant « 3 MANDATS ! », Tartag et Hanoune l'air stupéfaits . 	A droite, une partie de la main d'un juge exécutant un coup de marteau après le jugement.

Caricature N : 17

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
//////////	Un grand drapeau de l'Algérie en arrière-plan.	Entrée en scène de Sofiane Bakir Torki qui, d'un geste du bras, somme le pouvoir de partir. A gauche, une bulle :  = Vous partez tous !

Caricature N : 18

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en grandes majuscules noires sur fond bleu ciel : 	Une grande banderole de forme rectangulaire s'affiche tout haut où est écrit en grands caractères rouges : 	En bas, sur les rues d'Alger, des multitudes de gens dont rien n'apparaît que des têtes en forme vague, levant haut drapeaux (national et identitaire) et banderoles rouges où est inscrit le mot :dégage

		
--	--	--

Caricature N : 19

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
//////////	Deux personnages types modestement habillés munis de pinceaux et de peinture, un drapeau national en cape sur le dos, finissant d'écrire une grande banderole. L'un d'eux demande à l'autre :	A droite, la réponse figure dans une grande bulle : BREXIT écrit en caractères rouges en parallèle avec le mot : ارحل inscrit également en rouge sur la banderole étendue sur le sol. 

Caricature N : 20

Titre	1 ^{er} plan	2 nd plan
Le titre est écrit en haut, en grandes majuscules blanches sur fond bleu : 	Sur la Place La Grande Poste , submergées dans leur sueur, des multitudes de gens dont rien n'apparaît que des bulles d'oxygène à fleur de l'eau levant haut drapeaux (national et identitaire) et banderoles rouges où est inscrit le mot : DEGAGE 	A droite, la Grande Poste et le drapeau national à son sommet.

4.2. La caricature connotée.

La connotation est une « *valeur particulière, élément de sens qui affectent un mot en fonction du contexte où il apparaît, et qui s'ajoutent à sa signification fondamentale.* »⁴³

C'est là où jaillirait le processus de « décrochage » qui consiste, selon **Barthes**, en la création au sein d'un système primitif de sens, d'un deuxième système extensif « on dira donc qu'*un système connoté est un système dont le plan d'expression est constitué lui-même par un système de signification* »⁴⁴.

Caricature N 01 : Les figures politiques algériennes, symboles du pouvoir en place, habitués auparavant à manipuler les foules à leur guise (leur posture aisée et leurs vêtements inspirent la certitude d'être bien reçus parmi les foules), se retrouvent désormais non seulement dépassés mais publiquement dénigrés et discrédités (l'invisibilité de la foule reflète une insouciance catégorique vis-à-vis des personnalités politiques et de leur présence) par ces mêmes gens, qu'ils avaient rassemblés le 07 février 2019 dans la salle « la Coupole » et à qui ils avaient distribués des sandwiches de cachir.

Caricature N 02 : Sortie en masse des populations, tous d'une seule voix, scandant leur rejet irréversible de la reconduction d'un pouvoir avec qui ils déclarent divorce, en faisant preuve de pacifisme.

Caricature N 03 : Les marches en Algérie, et notamment celles des femmes, réitèrent haut et fort leur volonté ferme à rompre avec ce régime, malgré les réticences exprimées par certains pays occidentaux, entre autres la France.

Caricature N 04 : Cette marche a eu lieu le 23 mars 2019, organisée par les avocats dans leur journée nationale, et a pour but de dénoncer l'usage de faux et l'imposture régnant dans le palais présidentiel, alors que Bouteflika est hors d'état de décider.

Caricature N 05 : Certains militants à la tête du parti FLN, se sont exprimés pour montrer leur reconnaissance de la légitimité des revendications populaires quant au rejet de la candidature de Bouteflika. Alors que tout le peuple algérien souffre de leur corruption et de leur complicité vis-à-vis du pouvoir qui perdure depuis vingt ans.

Caricature N 06 : Le chef du parti politique TAJ, Amar Ghoul, pro-Bouteflikiste et ex-ministre des travaux publics, adhère aux manifestations face à un refus populaire à son égard, car le peuple cherche à rompre d'avec les anciennes pratiques, à savoir l'achat des consciences au prix d'un sandwich.

⁴³ Ibid., p.263.

⁴⁴ Barthes, R. 1985, *l'aventure sémiologique*, éd. Seuil, Paris, p.90.

Caricature N 07 : Le chef du gouvernement A. Ouyahia , Amar Ghoul , ex-ministre des travaux publics et M. Bouchreb chef d'APN se mettent du côté du peuple dans sa mobilisation pour un départ inconditionné du pouvoir , alors qu'ils incarnent le pouvoir lui-même . Ce peuple qu'ils veulent encore tromper décide d'en finir définitivement avec ce système.

Caricature N 08 : La démission de Bouteflika mettra fin à une ère marquée par un cumul de pratiques dignes d'être débarrassées dans un camion de décharge : un président iconique (invalide depuis son 3e mandat), le retour en force de l'hégémonie de la zaouia (manipulée notamment lors des échéances électorales), sectarisme et régionalisme, et enfin le favoritisme qui a tant profité aux flatteurs (présence de brosses).

Caricature N 09 : Said Bouteflika, l'imposteur du poste de président, remet à son frère Abdelaziz sa démission que ce dernier remettra à son tour et en son propre nom auprès du conseil constitutionnel

Caricature N 10 : La démission de Bouteflika ne suscite aucun intérêt auprès du peuple qui sait pertinemment que le président ne remplissait plus ses fonctions depuis 2013, et que cette démission n'est que formelle.

Caricature N 11 : Le moment tant attendu est venu, pour enfin se débarrasser de Bouteflika, personne épuisée et invalide, et l'envoyer lui et ses suiveurs.

Caricature N 12 : L'incarcération dans la prison d'El Harrach du chef de l'FCE Haddad, des hommes d'affaires Rebrab et Keninef laissent chez certains plus d'un doute concernant la pertinence de mettre en prison des personnes du domaine économique et financier, alors que la priorité est d'écrouer plutôt les responsables politiques.

Caricature N 13 : Tahkout connu sous le titre industriel populaire « gonfleur de pneus », comparaît devant le juge d'instruction du tribunal de Sidi Mhamed pour audience.

Caricature N 14 : Ouyahia et son yaourt sont mis hors d'état de nuire ; plongé dans les ténèbres d'une cellule Ouyahia va pouvoir dorénavant jouir tout seul du yaourt dont il a tant privé le peuple, en référence à son fameux dicton : « le peuple n'est pas obligé de manger du yaourt ! ».

Caricature N 15 : Sellal, ex-premier ministre, connu pour ses propos humoristiques, est incarcéré à El Harrach. Il doit répondre de plusieurs accusations

Caricature N 16 : Said, Toufik, Tartag, et Hanoune comparaissent devant la justice, et sont condamnés à 15 ans de prison pour atteinte à l'autorité militaire et complot contre l'autorité de l'Etat.

Caricature N 17 : Le retour du président Bouteflika, après son hospitalisation à Genève, le maintien du bras de fer populaire : signes qui, selon la presse, promettent un remaniement ministériel au moment où la campagne électorale de Bouteflika continue. Le peuple refuse une promesse de la part du candidat Bouteflika d'organiser des élections présidentielles avancées au cas où il sera élu, et ce au bout d'une année. Le slogan « tetnahaw ga3 » résume que le départ de Bouteflika n'est pas le but principal du soulèvement populaire, mais il vise le départ de tous le système.

Caricature N 18 : Le mouvement populaire fixe sa montre pour manifester chaque vendredi, et le nouveau mot « vendredire » recouvre désormais la connotation de revendication durant les marches organisées chaque vendredi. La pancarte « DEGAGE » indiquerait qu'aucun répit n'est envisageable avant le départ du système.

Caricature N 19 : Le mouvement populaire fait recours à toutes formes d'expression, pourvu qu'elles reflètent l'idée de « départ », entre autres BREXIT = sortie du royaume uni de l'union européenne. Il veut faire entendre et propager sa voix dans plusieurs langues et par tous les moyens.

Caricature N 20 : La voix du peuple ne se laisse pas étouffer et maintient sa décision de voir ce système partir à jamais, bien que les présidentielles sont à nouveau programmées.

En finalisant cette analyse de l'image caricature, nous passons directement à l'application de l'approche communicationnelle, afin d'appuyer l'idée que la caricature est un moyen de communication.

5. la caricature et la communication.

La communication est un processus compliqué à cause de ses diverses formes. En effet, il n'est pas facile de trouver une définition précise de ce terme, mais généralement la communication est l'acte de transmettre des informations, des connaissances, des messages à quelqu'un, à travers un amalgame de moyens comme les mots, les sons, les gestes et l'image. Cette dernière est utilisée comme moyen de communication depuis l'existence de l'homme, dans toutes ses formes ; dessins, bande dessinée, image télévisée et caricature. En effet, *« personne ne met en doute, au niveau des faits visuels l'existence de phénomènes de communication »*⁴⁵.

⁴⁵ Eco, U. 1970, « sémiologie des messages visuels » n° 15 de la communication, p.11.

La caricature comme étant un message visuel sert à communiquer et à informer en représentant le réel dans le but d'agir sur le destinataire en lui changeant d'avis, ou d'attirer son attention, en utilisant l'humour comme arme pour le convaincre. Donc, nous constatons l'existence de trois éléments nécessaires pour concrétiser l'acte de communication à travers la caricature à savoir l'émetteur, le récepteur et le message. Ces trois dimensions ont été proposées par le théoricien du langage allemand **Karl Bühler** en 1934, cette approche a été reprise et développée par **Roman Jakobson** dans son article « *Linguistique et poétique* » 1960. Selon ce linguiste russe, le processus de la communication se réalise à travers six facteurs, dont chacun décrit une fonction du langage :

- **Le destinataire** : qui produit et envoie le message au destinataire (fonction expressive).
- **Le destinataire** : qui reçoit le message transmis par l'émetteur (fonction conative).
- **Le message** : est l'élément essentiel du processus de la communication (fonction poétique).
- **Le contexte** : c'est sur quoi porte le message ; le référent (fonction référentielle).
- **Le contact** : c'est le canal physique qui permet d'établir la communication (fonction phatique).
- **Le code** : c'est un ensemble de règles, des signes communs à l'émetteur et au récepteur (fonction métalinguistique).

Jakobson schématise ces facteurs et ces fonctions comme suit :

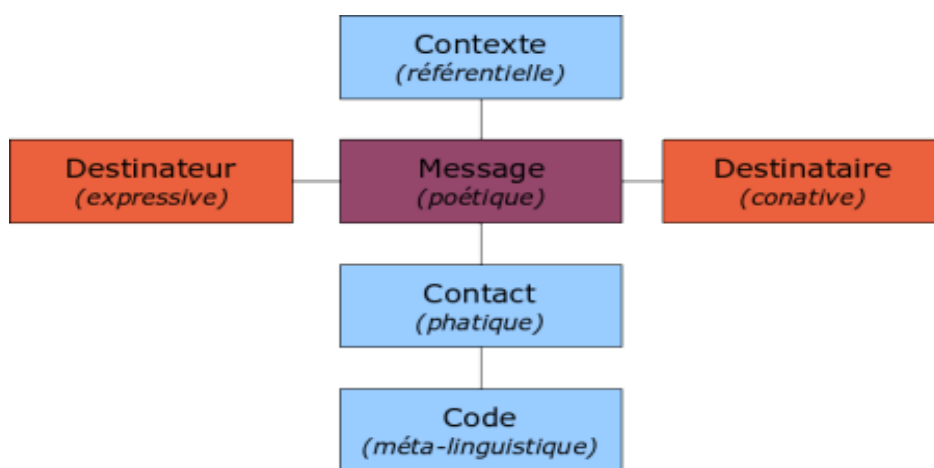
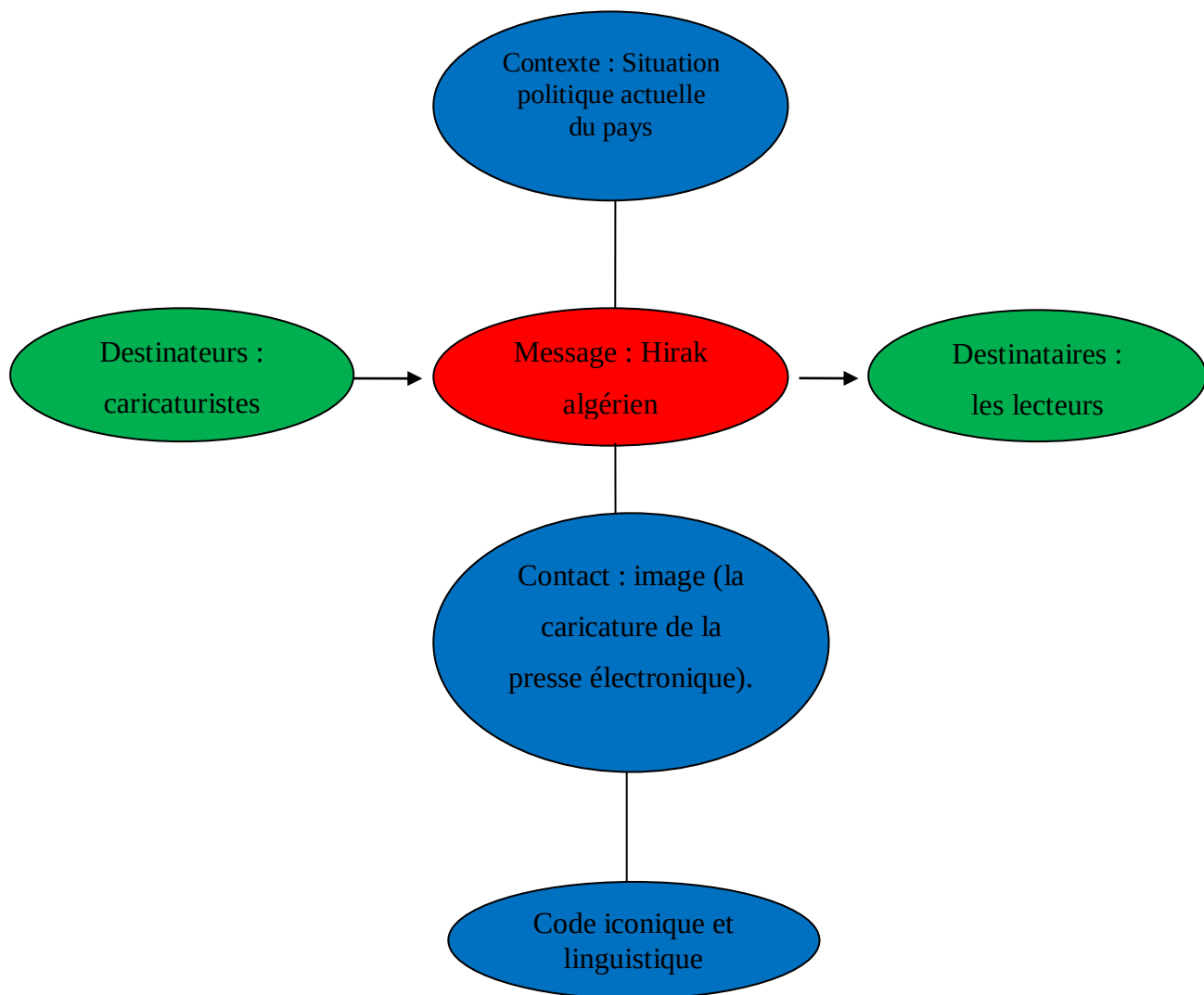


Schéma de communication de Jakobson ⁴⁶

Dans notre cas, voici un schéma récapitulatif du processus de communication à travers les caricatures :

⁴⁶ Orecchioni, C. 2009, *l'énonciation de la subjectivité dans le langage*, éd. Armand Colin, p.14.



Ce schéma de Jakobson a été critiqué par un nombre des linguistes au niveau du code parce que dans les langues naturelles il n'y a pas une correspondance stable entre les signifiants et les signifiés, ce qui pose deux problèmes du code : un problème d'homogénéité et un problème d'extériorité.

A cause des critiques faites à son encontre, ce schéma à été reformulé par **Catherine Kerbrat-Orecchioni**. Cette auteure y a rajouté à coté de deux compétences inséparables : compétences linguistiques et para-linguistiques, deux autres compétences à savoir :

- **Les compétences culturelles** : désignent l'ensemble des savoirs implicites que l'émetteur et le récepteur possèdent sur le monde.
- **Les déterminations psychologiques et psychanalytiques** : qui sont très importantes dans les opérations d'encodage et de décodage.

Voici le schéma qu'elle propose :

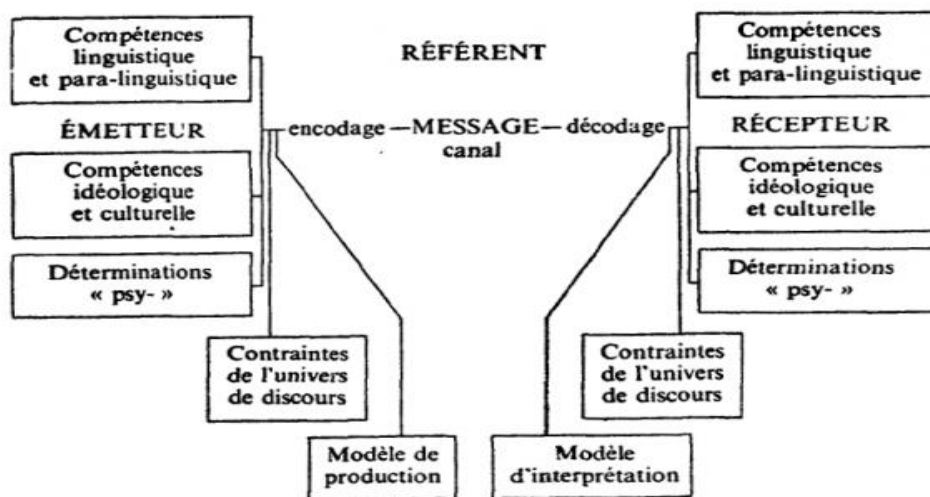


Schéma de communication d'Orecchioni⁴⁷

De sa part, **Patrick Charaudeau** considère l'acte de communication comme « *un dispositif au cœur duquel se trouve le sujet parlant (le locuteur, qu'il parle ou écrive), en relation avec un autre partenaire (l'interlocuteur)* »⁴⁸. Selon lui ce dispositif est composé des éléments suivants :

- a) **Les modes d'organisation du discours** : sont les différentes structures qui constituent le texte linguistique ; énoncer, raconter, argumenter et décrire.
- b) **La langue** : qui organise les signes en systèmes de forme et de sens.
- c) **Le texte** : est le produit de l'acte de communication, il dépend de la situation de communication et du projet de parole du sujet parlant.
- d) **La situation de communication** : est le lieu dans lequel le discours se construit en fonction des intentions communicatives du sujet parlant et l'identité langagière et psycho-sociale des communicants.

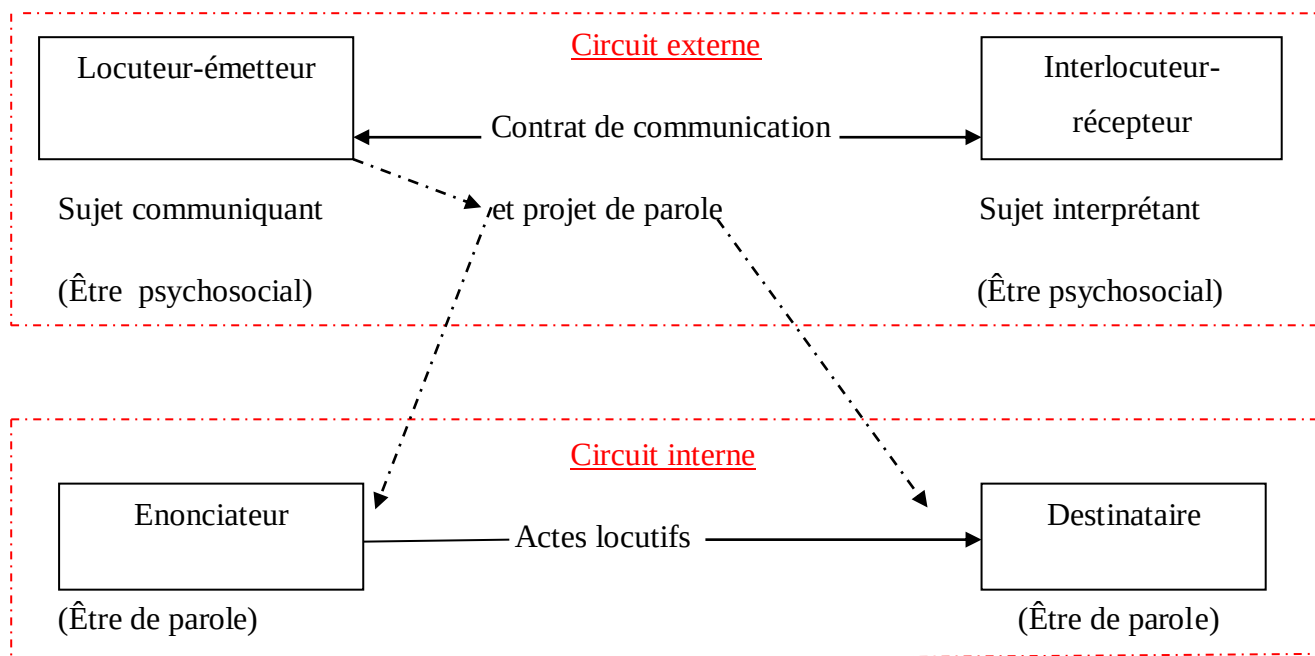
Ce linguiste français distingue deux types de ces identités :

- 1. **Les partenaires de l'acte de langage** : sont des êtres sociaux et psychologiques ; l'un est le locuteur-émetteur (le caricaturiste), l'autre est l'interlocuteur-récepteur (lecteurs).
- 2. **Les protagonistes de l'énonciation** : sont des êtres de parole (les personnages qui prennent la parole dans la caricature) ; l'un est le locuteur-énonciateur, l'autre est l'interlocuteur-destinataire.

Cette situation est schématisée par **Charaudeau** comme suit :

⁴⁷ Ibid., p.24.

⁴⁸ Charaudeau, P.1992, *grammaire de sens et de l'expression*, éd. Hachette éducation, p.634.



Dispositif de mise en scène du langage⁴⁹

En outre, il faut signaler que selon ce linguiste il existe deux types de situation de communication :

a-Situation interlocutive : les partenaires de communication sont présents physiquement l'un à l'autre.

b-Situation monolocutive : lorsque les partenaires ne sont pas présents physiquement l'un à l'autre. C'est le cas de notre situation de communication à travers la caricature.

6. Analyse du texte caricatural.

Joly Martine propose dans l'analyse de ce type de signes linguistiques d'établir la relation existante entre l'image et le texte. Et afin de mieux analyser le texte de nos caricatures, il nous est apparu essentiel d'étudier ces signes selon les différents modes d'organisation de discours proposés par **Charaudeau**, à savoir l'organisation **énonciative**, **narrative**, **argumentative** et **rhétorique**.

6.1. La structure énonciative.

Selon **Patrick Charaudeau** et **Dominique Maingueneau**, en analyse du discours, l'analyse énonciative est évidemment centrale. La tradition donne couramment **Emile Benvéniste** comme père de la théorie de l'énonciation, il la définit comme étant « *l'énonciation est cette mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel de*

⁴⁹ Ibid., p.644.

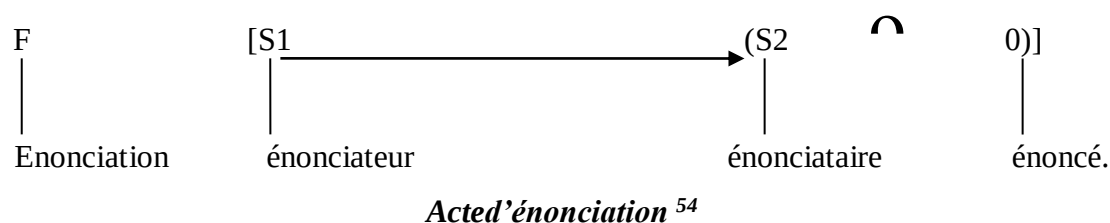
l'utilisation »⁵⁰. Il ajoute à cette définition une théorie des indicateurs linguistiques (pronoms personnels, déictiques, formes verbales...) par lesquels le locuteur s'inscrit dans son énoncé. Ce courant est inspiré des travaux de **Charles Bally** qui a distingué dans l'énoncé deux composants « *le dictum (ce qu'est dit) et le modus (la manière de le dire)* »⁵¹. Cette distinction consiste à opposer le sens de l'énoncé (le contenu sémantique) à l'attitude que le locuteur marque à l'égard de son dire (sa dimension pragmatique), à travers des verbes de modalité, des adverbes, des adjectifs,... En effet, **Benveniste** appelle ces indices « *embrayeurs* » en les considérant comme des actes discrets par lesquels la langue est actualisée par un locuteur, ce dernier « *mobilise la langue pour son propre compte* »⁵² c'est-à-dire il énonce sa position.

Pour **Orecchioni**, l'analyse énonciative consiste à « *la recherche des procédés linguistiques (shifters, modalisateurs, termes évaluatifs etc.) par lesquels le locuteur imprime sa marque à l'énoncé, s'inscrit dans le message (implicitement ou explicitement) et se situe par rapport à lui* »⁵³. C'est la même conception de **Benveniste**, cependant elle a classifié les localisateurs temporels et spatiaux en fonction de référence au moment de l'énonciation.

Donc, l'énonciation est un acte individuel par lequel on produit des énoncés, dans un contexte précis, cet acte met en jeu trois actants :

- **L'énonciateur** : c'est l'émetteur qui produit l'énoncé et toutes les traces auxquelles réfère l'énoncé sont issues par rapport à lui (S1).
- **L'énoncé** : toute production langagière qui résulte d'un acte d'énonciation, c'est l'objet produit par cet acte (0).
- **L'énonciataire** : c'est le sujet auquel l'énonciation est censée s'adresser (appelé aussi co-énonciateur) (S2).

Voici un schéma qui représente clairement cet acte :



⁵⁰ Benveniste, E.1970, *l'appareil formel de l'énonciation*, cité par Orecchioni, C-K.2009, op.cit, p.37.

⁵¹ Sarfati, G.2001, *élément d'analyse du discours*, éd. Nathan, p.19.

⁵² Ibid.

⁵³ Orecchioni, C-K.2009, op.cit, p42.

⁵⁴ Courtés, J.1991, *analyse sémiotique du discours*, éd. Hachette supérieur, p.289.

Pour **Charaudeau**, l'énonciation est « *un phénomène complexe qui témoigne de la façon dont le sujet parlant s'approprie la langue pour l'organiser en discours et dans ce processus d'appropriation le sujet parlant est amené à se situer par rapport à son interlocuteur, par rapport au monde qui l'entoure et par rapport à ce qu'il dit* »⁵⁵. Donc l'énonciation est un acte par lequel le sujet parlant organise la langue en discours, cet appareil énonciatif a pour but de rendre compte de la position du locuteur par rapport à son interlocuteur, à lui-même et aux autres. A partir de cette définition **Charaudeau** distingue trois fonctions du mode énonciatif :

- **Le rapport d'influence** : position du locuteur par rapport à son interlocuteur.
- **Le point de vue du locuteur** : sa position par rapport au dit.
- **Témoigner la parole de l'autre-tiers** : position du locuteur par rapport aux autres discours.

De plus, il distingue entre la situation de communication et le mode d'organisation énonciatif : dans la situation de communication se trouvent les partenaires de l'acte du langage (les êtres sociaux ; caricaturistes et lecteurs) et dans l'énonciatif se trouvent les protagonistes (être de parole ; personnage qui parle dans la caricature).

Il distingue aussi le mode énonciatif, qui est une catégorie de discours qui rend compte de la position du locuteur par rapport à l'interlocuteur, de la modalisation qui est une catégorie de langue qui englobe des stratégies linguistiques permettant au locuteur d'exposer son point de vue locutif. Ce point de vue locutif s'exprime à travers trois modalités énonciatives à savoir ; la modalité allocutive, élocutive et délocutive.

a) La modalité allocutive : le locuteur (je émetteur) est présent dans son acte d'énonciation et il implique son interlocuteur. Le locuteur impose son propos à son interlocuteur à travers divers procédés linguistiques tels que : l'injonction, l'interrogation, la requête, l'interpellation... Ce type de modalités, nous le trouvons dans les caricatures suivantes :

Caricatures numéros 01 et 20 le « je émetteur » est absent mais il implique son interlocuteur avec lequel il s'identifie par l'utilisation du terme « *algérien* ». Cette implication est effectuée par la stratégie linguistique « l'interpellation », assurée par le terme d'identification « *algérien* » dans une forme interjective : c'est une identification du rapport social de type appartenance à un groupe sociopolitique. C'est la même modalité dans les caricatures numéros 02, 03, 05, mais dans ces

⁵⁵ Charaudeau, P. 1992, op.cit, p.572.

trois caricatures le terme d'identification est « *peuple* », également de type appartenance à un groupe social. De même dans la caricature numéro 15 aucun signe linguistique ne montre la présence du locuteur, alors que l'interlocuteur est impliqué par l'interpellation « *Sellal* » ; c'est une identification du rapport de connaissance de type identification en propre, de plus il est impliqué par une requête explicite, de type expression exclamative « *STP, Sellal une autre blague !* ».

Dans la caricature numéro 04, l'interlocuteur apparaît à travers un jugement positif « *vous voyez bien* », et aussi par une identification au groupe sociopolitique « *peuple* ».

Dans la caricature numéro 17, le locuteur ne se manifeste pas, mais il implique son interlocuteur en posant une action à réaliser « *tetnahaw gaa3* » (vous partez tous) : c'est une injonction sous forme déclarative dans laquelle le locuteur est l'agent de l'action.

Dans la caricature numéro 06, le locuteur apparaît d'une façon directe à travers le pronom personnel « *je* » alors que l'interlocuteur est impliqué à travers une interrogation simple d'ordre sujet verbe « *vous n'avez pas de cachir ?* ».

Dans les caricatures numéros 07 et 19, le locuteur s'identifie dans le pronom indéfini « *on* » qui se réfère au personnage-type représentant les Algériens. L'interlocuteur est impliqué à travers une injonction « *tetnahaw ga3* » (caricature numéro 07) et *dégage*, ارحل (caricature numéro 19).

Dans la caricature numéro 13, le locuteur s'identifie dans le pronom indéfini « *on* » qui se réfère au juge, alors que l'interlocuteur se manifeste par le pronom possessif « *tes* » (renvoyant à Tahkout).

Dans la caricature numéro 16, il s'agit d'une interrogation posée par le locuteur (Said Bouteflika) demandant une information de type identification d'une quantité « *combien* », ce qui impose à l'interlocuteur (général Toufik) un rôle de répondre « *3 mandats* ».

Dans la caricature numéro 18, le locuteur se manifeste par le pronom personnel « *nous* », et l'interlocuteur est impliqué par le terme d'identification au groupe sociopolitique « *les Algériens* ».

- b) La modalité élocutive :** dans ce type de modalité l'interlocuteur n'est pas impliqué dans l'acte d'énonciation, alors que le locuteur « *révèle sa position vis-à-vis du propos qu'il énonce* »⁵⁶. Selon **Charaudeau**, l'énonciation de ce type a pour

⁵⁶ Charaudeau, P.1992, op.cit, p.599.

effet « la **subjectivité** » dans le propos référentiel du sujet parlant. Cette modalité regroupe des procédés linguistiques comme le constat, le vouloir, l'opinion, l'appréciation, la déclaration... ce genre de modalité figure dans les caricatures suivantes :

La caricature numéro 09 où le locuteur est présent dans son énoncé, l'indice qui le montre est le pronom possessif « *ma* ». En effet, son énoncé « *voici ma démission* » est une proclamation de la démission de Bouteflika, l'interlocuteur n'est pas impliqué mais il est témoin de cette proclamation.

La caricature numéro 10, le locuteur se manifeste dans son énoncé par le pronom personnel « *nous* ». Son énoncé « *pour nous c'est depuis 2013 qu'il a démissionné* » appartient à la catégorie d'opinion, il s'agit d'une conviction qu'il exprime concernant cette démission.

Dans les caricatures numéros 11 et 14, le locuteur se manifeste implicitement à travers une appréciation favorable (caricature numéro 11) par l'adjectif « *bon* », et une appréciation défavorable (caricature numéro 14) par un lexique stéréotypé « *monsieur l'yaourt* » pour désigner Ouyahia.

Dans la caricature numéro 12, le locuteur se manifeste à travers le pronom personnel « *je* » et par le pronom possessif « *mon* », son énoncé appartient à la catégorie du vouloir.

- c) **La modalité délocutive** : « *le locuteur laisse s'imposer le propos en tant que tel, comme s'il en était nullement responsable* »⁵⁷. Le sujet parlant est absent dans son acte d'énonciation et n'implique pas son interlocuteur, de quoi résulte une énonciation objective. C'est le cas de la caricature numéro 08 : « *après 20 ans Bouteflika démissionne* » aucun signe ne montre la présence du locuteur et de l'interlocuteur ; l'énoncé est objectif et appartient à la catégorie d'assertion.

A partir de cette analyse, nous constatons que le caricaturiste fait appel aux trois modalités énonciatives ; la modalité **allocutive** où les deux sujets sont présents explicitement ou implicitement, la modalité **élocutive** qui se centre sur l'énonciateur, la modalité **délocutive** où les deux sujets sont absents, ce qui permet de réaliser une énonciation objective.

La modalité la plus dominante dans notre corpus est la modalité **allocutive** ; elle permet d'inciter les lecteurs et de les faire agir, c'est d'ailleurs la caractéristique principale du discours journalistique.

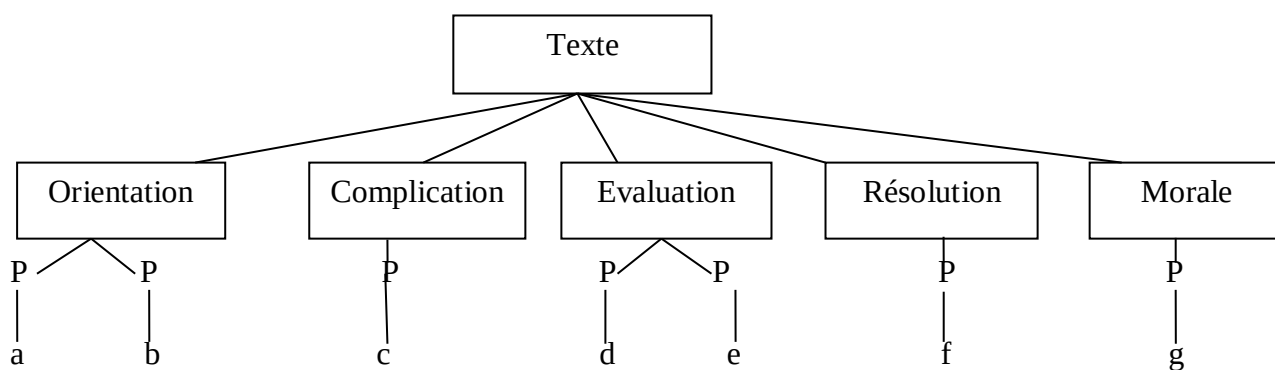
⁵⁷ Ibid. p.575.

6.2. La structure narrative.

La narration, dans son sens global, désigne l'action de raconter une histoire réelle ou fictive, d'exposer une suite d'évènements sous forme littéraire. Autrefois, l'analyse de récits se limitait à la classification des motifs et des personnages, mais avec les recherches linguistiques de **Vladimir Propp** une nouvelle théorie a été fondée pour analyser ce type de texte. Dans son ouvrage « *morphologie du conte* », ce linguiste a étudié une centaine de contes merveilleux russes et il « *dégageait alors une même structure narrative commune, caractéristique de ce genre de récit* »⁵⁸. **Propp**, dans cette analyse, a conclu que le récit se compose d'unités narratives de base appelées « *fonctions* »⁵⁹, il désigne par ce terme l'action d'un personnage ayant une signification à partir de sa contribution dans le déroulement des actions du récit. Ces fonctions sont organisées en trois séquences ; séquence préparatoire, une première séquence et une deuxième séquence, mais ce modèle de **Propp** a été critiqué et considéré comme un modèle souple.

En 1970, **Isenberg**, de sa part a étudié la structure du récit en se servant des fonctions narratives proposées par les sociolinguistes **Labov** et **Waletzky**, en distinguant cinq fonctions qui composent les récits oraux d'aventures personnelles à savoir : l'orientation, la complication, l'évaluation, la résolution et la morale. Cet auteur cherche à intégrer ces fonctions dans la grammaire du texte, en les considérant comme « *des unités définissant un niveau de cohérence discursive* »⁶⁰.

Pour **Isenberg**, tout texte obéit à l'ordre canonique de ces fonctions qu'il schématise comme suit : (les lettres minuscules représentent des phrases isolées)



Grille d'Isenberg⁶¹

⁵⁸ Courtés, J. 1991, op.cit, p.187.

⁵⁹ Ibid. p.188.

⁶⁰ Maingueneau, D.1976, *initiation aux méthodes de l'analyse du discours*, éd. Hachette université, p.172.

⁶¹ Ibid.

- **L'orientation** : donne des informations sur les protagonistes ; leur situation, les lieux, le temps des événements.
- **La complication** : la rupture qui se produit dans le déroulement des événements.
- **L'évaluation** : considérée comme un commentaire aux événements narrés.
- **La résolution** : récapitule les événements finaux de l'histoire.
- **La morale** : les événements à la fin de récit conduisent à tenir une leçon.

En 1974, **Paul Larivaille** a développé le schéma narratif de **Propp** sur le conte (écrit) en bénéficiant des réflexions de **Claude Bremond** pour formuler un schéma quinaire : situation initiale, complication, action, résolution et situation finale.

Charaudeau, de sa part, définit la narration comme « *une activité langagière qui se développe au milieu d'un certain nombre de tensions* »⁶² qui consiste à raconter une suite de faits. Il la considère comme construction de la trame d'une histoire, et que cette construction se fait à partir de certaines composantes : actants, processus et séquences.

- **Les actants** : désignent tous les êtres ou toutes les choses qui participent à une action et qui remplissent une fonction et ayant un rôle narratif. Ces actants se hiérarchisent selon leur importance en actants principaux et actants secondaires. En plus, ils se distinguent par leurs qualifications (faible/fort, volontaire/involontaire...).
- **Les processus** : pour **Charaudeau**, le processus est « *une unité actionnelle qui, du fait de sa corrélation avec d'autres actions se transforme en fonction narrative* »⁶³. Il distingue deux types de fonctions : une fonction narrative principale (les grandes articulations de l'histoire) et une fonction narrative secondaire (les actions moins importantes).
- **Les séquences** : permettent de structurer les processus et les actants dans une finalité narrative selon quatre principes : principe de cohérence, d'intentionnalité, d'enchaînement et de repérage.

En effet, dans notre corpus caricatural, nous constatons la présence de cet acte communicatif ayant pour objectif la représentation d'événements réels et chaque caricature raconte une histoire que nous essayons de dégager.

Dans les quatre premières caricatures, les dessinateurs racontent comment les Algériens (actant principal) ont réussi à organiser des manifestations (fonction narrative principale)

⁶² Charaudeau, P. 1992, op.cit, p.712.

⁶³ Ibid. p.724.

contre le 5^e mandat du président A. Bouteflika (actant principal) considéré hors-jeu de ce match à cause de son état de santé qui n'a cessé de se détériorer et à cause de son hospitalisation fréquente. En plus, ils mettent l'accent sur le caractère pacifique de ces manifestations et sur le rôle important des femmes qui sont descendues massivement dans la rue le huit mars « journée internationale qui leur est dédiée » pour le soutien de ces manifestations. Ainsi ils mettent l'accent sur l'effondrement progressif du système politique algérien devant ce flux de constatations (fonctions narratives secondaires).

Dans les trois caricatures qui suivent (caricatures numéros 05, 06, 07) et après la réussite du Hirak, les caricaturistes narrent que les différents partis politiques (TAJ, FLN, RND... (Actant principal)) qui étaient partisans du 5^e mandat, changent de position et rejoignent le Hirak (fonction narrative principale) tel que Amar Ghoul, Ouyahia et Bouchareb, mais leur soutien a été rejeté par le peuple (fonction narrative secondaire)

في الشعب
مكانش الكاشير.

Dans les quatre caricatures suivantes (caricatures numéros 08, 09, 10, 11), les dessinateurs racontent qu'après une série de manifestations populaires, Bouteflika (actant principal) a pris la décision de mettre fin à son 4^e mandat (fonction narrative principale) le 2 Avril 2019 : C'est la première victoire du Hirak. Cependant, ce président est considéré par le peuple comme démissionnaire depuis 2013 (fonction narrative secondaire).

Dans les cinq caricatures qui suivent (caricatures numéros 12, 13, 14, 15, 16), les caricaturistes narrent que malgré la démission de Bouteflika, les manifestations restent encore mobilisées en considérant cette démission comme une demi-victoire. Le Hirak exige de la justice algérienne (actant principal) d'ouvrir des enquêtes sur les corruptions, ce qui a provoqué une vague d'arrestations (fonction narrative principale) des personnalités politiques (actant principal) comme Rebrab, Kouninef, Tahkout, deux anciens ministères Ouyahia et Sellal, l'ex-conseiller du président ,...

Les quatre dernières caricatures (caricatures numéros 17, 18, 19, 20) racontent que malgré la chute de Bouteflika et la libération de la justice, le Hirak (actant principal) dure encore et exige le départ de tous les symboles du système, et revendique un changement radical (fonction narrative principale) en insistant sur la continuité de ce mouvement jusqu'à la réussite.

A travers cette analyse, nous constatons que la narration dans la caricature se manifeste par la présence des actants (principal et secondaire), des processus organisés selon des

séquences tout en respectent les quatre principes (de cohérence, d'intentionnalité, d'enchaînement et de repérage).

6.3. La structure argumentative.

Comme la narrativité, l'argumentation constitue un facteur essentiel de la cohérence du discours. L'argumentation est « *une action complexe finalisée ; cette fin coïncide avec l'adhésion de l'auditoire à une thèse présentée par le locuteur et donnant lieu à un enchaînement structuré d'arguments* »⁶⁴, donc elle est l'activité par laquelle l'auteur affirme une position, une opinion qu'il appuie par des arguments solides, bien structurés et hiérarchisés afin de convaincre son public.

L'argumentation depuis **Aristote** est liée « *à la logique (art de penser correctement), à la rhétorique (art de bien parler), et à la dialectique (art de bien dialoguer)* »⁶⁵, mais à partir du 19^e siècle, sa conception a été refondée avec les travaux de **Toulmin** 1958, qui est le premier à proposer un schéma argumentatif dont les arguments doivent être articulés les uns aux autres lors du passage entre les données et la conclusion, pour que l'interlocuteur puisse suivre le développement argumentatif du sujet parlant. **Perlman** et **Olbrechts-Tyteca** (1970), eux aussi ont fourni à l'argumentation « *une riche base empirique de schèmes, qui font la spécificité de cette pratique langagière [...] des topoï et la notion corrélatrice d'enthymème* »⁶⁶⁶⁷.

Nous citons aussi les théories généralisées de l'argumentation orientées vers la linguistique de la langue et la logique naturelle développés par **Ducrot** et **Grize** (1970).

A l'époque moderne, **Ducrot** et **Anscombe** (1995) se sont intéressés à l'étude de l'effet du raisonnement logique et à l'étude des topoï. Pour ces linguistes, la théorie de l'argumentation dans la langue suppose que la relation entre les énoncés est argumentative et que « *les enchaînements entre ces énoncés sont gouvernés par des lieux communs argumentatifs (topoï)* »⁶⁸ ; c'est-à-dire ils sont gouvernés par un ensemble d'arguments utilisés dans le but de convaincre l'interlocuteur.

Pour **Patrick Charaudeau**, l'argumentation est une activité discursive qui s'adresse à la partie raisonnante de l'interlocuteur. En effet, « *le sujet qui argumente passe par l'expression d'une conviction et d'une explication qu'il essaye de transmettre à*

⁶⁴ Maingueneau, D.1976, op.cit, p.163.

⁶⁵ Plantin, C.2005, *l'argumentation*, éd.que sais-je ?, p.02.

⁶⁶ Syllogisme tronqué.

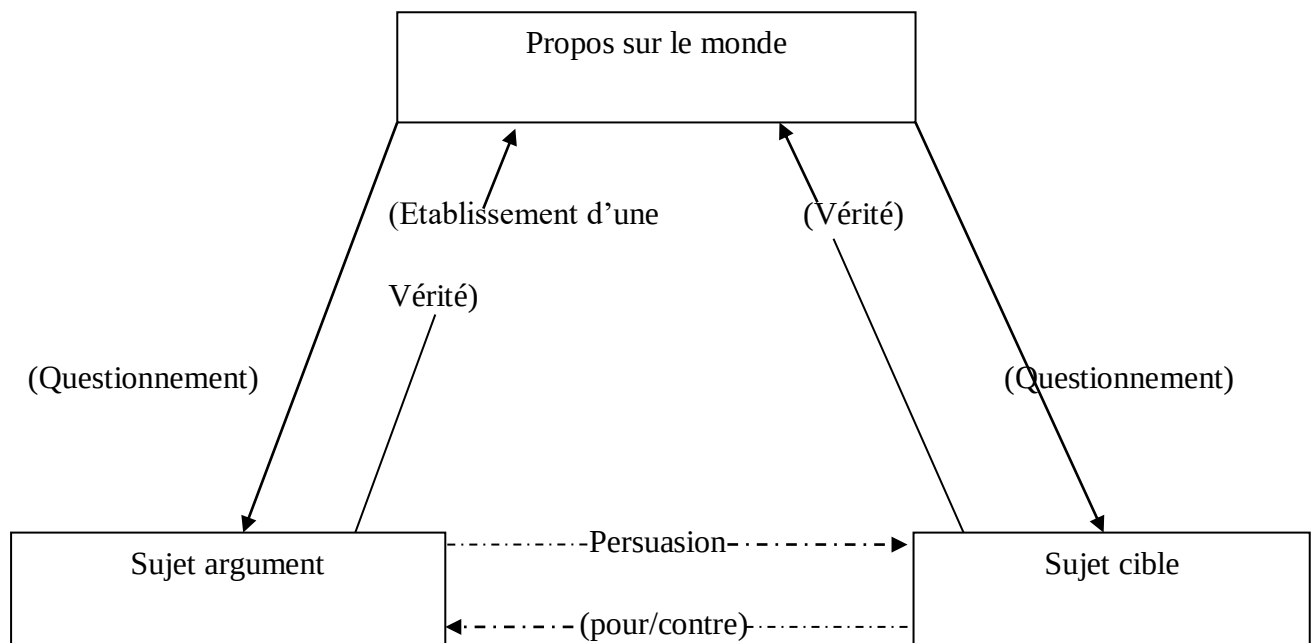
⁶⁷ Plantin, C.2005, op.cit, p.43.

⁶⁸ Sarfati, G.2001, op.cit, p.32.

*l'interlocuteur pour le persuader et modifier son comportement »*⁶⁹. Selon ce linguiste pour qu'il y ait argumentation, il doit y avoir trois éléments :

- **Un propos sur le monde** : qui suscite pour quelqu'un une question concernant sa légitimité.
- **Un sujet** : qui argumente en développant un raisonnement sur ce propos, pour établir une vérité.
- **Un autre sujet** : auquel le sujet argument destine ce propos dans le but de lui faire partager la même vérité. Ce sujet peut accepter ou refuser cette argumentation.

Il schématise cette relation triangulaire comme suit :



Dispositif argumentatif de Charaudeau⁷⁰

Dans notre cas, le propos est la caricature, le sujet argument est le caricaturiste, le sujet cible est le lecteur.

⁶⁹ Charaudeau, P.1992, op.cit, p.783.

⁷⁰ Ibid. p.784.

Le caricaturiste dans son argumentation monolocutive cherche « *une quête de rationalité* » dans le but de mieux présenter et expliquer son point de vue sous forme « *d'une vérité idéale* ». Et « *une quête d'influence* » pour faire partager aux lecteurs sa propre conviction et réaliser un « *idéal de persuasion* ». Ce sujet argument, dans le but d'atteindre ses objectifs et valider son argumentation, utilise diverses stratégies sémantiques et discursives.

a) Les procédés sémantiques : pour **Charaudeau**, ce type de procédé consiste à employer un argument qui se base sur « un consensus social » qui s'appuie sur des valeurs partagées par un groupe socioculturel dans certains domaines d'évaluation. Nous trouvons dans notre corpus trois types de ces domaines d'évaluation :

- **Le domaine de vérité :** ce type définit en termes de vrai et de faux ce qui concerne l'existence des êtres dans leur originalité, leur authenticité et leur unicité, et ce qui relève du savoir pour expliquer des phénomènes. Ce type figure dans la caricature numéro 10 « *pour nous c'est depuis 2013 qu'il a démissionné* », dans cet énoncé la vérité concerne la conviction du peuple algérien autour de la légitimité de leur président. Dans la caricature numéro 20 « *Rien n'arrête les Algériens* », la vérité concerne l'originalité, l'authenticité et aussi l'unicité de ce peuple.
- **Le domaine d'éthique :** définit en termes de bien et de mal ce que doivent être les comportements humains. Comme dans la caricature numéro 02, les termes « *pacifiquement, amiable* » expriment des valeurs de discipline. La caricature numéro 13 définit un mauvais comportement qui relève de la discipline « *le crime* ». Dans la caricature numéro 04 nous trouvons la valeur d'honnêteté « *vous voyez bien qu'il est hors-jeu !* » : l'énonciateur demande de son énonciataire d'être honnête. La caricature numéro 05 présente la valeur de solidarité « *au côté du peuple* », la caricature numéro 11 la valeur de bonté « *bon* », et enfin dans la caricature numéro 06 nous trouvons la valeur de fidélité "في الشعب مكانش الكاشير", *cachir* est un néologisme sémantique créé par les Algériens pour désigner le caractère de trahison.
- **Le domaine du pragmatique :** définit en termes d'utile et d'inutile ce qui relève d'un calcul, comme dans la caricature numéro 01 « *grandioses manifestations, des milliers d'Algériens* » où nous constatons la présence d'une norme fondée sur la quantité.

b) Les procédés discursifs : consistent en l'utilisation de certaines catégories de langue et certains procédés d'autres modes d'organisation du discours pour produire un effet de

persuasion. Parmi ces procédés : la définition, la description narrative, la citation, l'accumulation... Les principaux procédés discursifs qui apparaissent dans notre corpus sont :

- **La définition** : activité langagière qui sert à produire un effet d'évidence et de savoir pour le sujet qui argumente. Ce procédé se manifeste dans la caricature numéro 07, c'est une définition d'un être « *tetnehaw ga3 et non pas arwaho ga3* » qui distingue le sens autour de la notion de « *tetnahaw ga3* ».
- **La description narrative** : ce procédé consiste à renforcer une preuve pour produire un effet d'exemplification à travers des chiffres, des expressions. Comme dans la caricature numéro 14 où le caricaturiste a utilisé une expression « *monsieur l'yaourt* » pour faire une description narrative.
- **La citation** : consiste à rapporter fidèlement les propos (écrits ou oraux) d'un autre locuteur pour produire un effet d'authenticité. En effet, la caricature numéro 03 témoigne d'un dire « *dégage* » qui est l'un des principaux slogans du Hirak algérien. Dans cette caricature nous constatons l'utilisation d'une autre stratégie argumentative ; le serment « *wallah même nous...* » . Cette stratégie est utilisée beaucoup plus en langue arabe. La caricature numéro 15 témoigne d'une expérience où le locuteur demande de refaire cette expérience. De même pour les caricatures numéros 17 et 19 qui témoignent de dire : la caricature numéro 17 « *tetnahaw ga3* » propos de Sofiane Bakir Turki, et la caricature numéro 19 témoigne du slogan « *dégage, ارحل* ».
- **L'accumulation** : consiste à utiliser plusieurs arguments pour une même preuve. Elle peut être une simple accumulation comme dans la caricature numéro 12 ; la répétition du mot « *prison* » trois fois, ou une surenchère comme dans la caricature numéro 18 ; le sujet argument a accumulé des mots de nature grammaticale différente du verbe « *vendredire* » (un néologisme qui signifie manifester le vendredi, créé par les Algériens), en plus, il a ajouté un autre argument en utilisant le même verbe « *ce vendredi, nous allons encore vendredire* ».

A partir de cette analyse, nous avons constaté que le caricaturiste, pour persuader et convaincre son lecteur, fait appel à différentes stratégies de mise en œuvre de l'argumentation, le procédé le plus dominant est le procédé **sémantique** « domaines d'évaluation » de type domaine d'éthique.

6.4. La structure rhétorique (descriptive).

La rhétorique se définit comme « *l'art de la persuasion, ensemble de règles, de recettes dont la mise en œuvre permet de convaincre l'auditeur du discours et plus tard le lecteur de l'œuvre* »⁷¹, la rhétorique désigne donc l'art de bien parler pour convaincre et persuader, elle a d'abord concerné la communication orale ensuite la communication écrite.

Elle fut développée comme un art de persuader dans l'Antiquité par les Grecs, tels que **Platon** qui distingue deux types de rhétorique : l'une mauvaise, l'autre bonne. La première consiste à écrire n'importe quel discours, son objet est la vraisemblance, l'illusion. La deuxième est la rhétorique philosophique, rhétorique de droit ; son objet est la vérité, Platon l'appelle « **psychagogie** » : formation des âmes par la parole, cette rhétorique demande un savoir synoptique et une bonne culture.

Aristote, de sa part, considère la rhétorique comme l'art d'extraire de tout propos ce qui relève de la persuasion. Ce philosophe a distingué trois genres rhétoriques :

- **Le délibératif (politique)** : destiné à une assemblée publique, sa fonction est de conseiller ou déconseiller.
- **Le judiciaire**: destiné au juge, il porte sur ce qui relève du vrai ou du faux : accusation, défense.
- **L'épidictique** : destiné au public, il est le genre de l'éloge et du blâme.

En effet, la rhétorique aristotélicienne est « *une rhétorique de la preuve, du raisonnement, du syllogisme approximatif (enthymème)* »⁷².

Dans l'Antiquité romaine, la rhétorique devient l'art de bien dire, notamment avec les travaux de **Quintilien**. Cet auteur a placé la rhétorique comme une science fondamentale dont l'apprentissage se déroule selon trois étapes :

- **L'apprentissage de la langue** : Il faut commencer par apprendre à lire et à écrire : cette phase doit être assurée par les nourrices, les pédagogues et aussi les parents.
- **Chez le grammaticus** : A partir des cours de la poésie et de la lecture, l'apprenant « *écrit des rédactions (raconter des fables, paraphraser des poésies, amplifier des maximes)* »⁷³.

⁷¹Barthes, R.1985, op.cit, p.110.

⁷² Ibid. p.120.

⁷³ Ibid. p.124.

- **Chez le rhéteur :** cette phase s'effectue selon deux exercices principaux ; les narrations (analyse d'arguments narratifs, d'événements historiques...), et les déclamations (discours sur des cas hypothétiques).

Pour **Quintilien**, la rhétorique comprend cinq catégories :

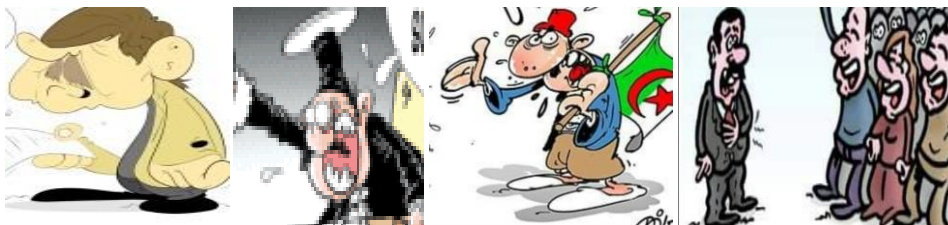
- **Inventio (invention) :** désigne le choix du thème et d'argument.
- **Dispositio (disposition) :** la structuration et l'organisation du discours.
- **Elocutio (élocution) :** le style du discours.
- **Memoria (mémoire) :** apprentissage du discours.
- **Actio (l'action) :** la manière de diction.

A l'époque moderne, les représentants de la rhétorique les plus fameux sont **Perelman** et **Olbrechts-Tyteca**, **Michel Meyer**, **le groupe μ** et **Roland Barthes**. A partir du classement des figures de styles, ces linguistes s'intéressent aux stratégies effectives du discours.

Dans le cas de notre étude sur la caricature, l'analyse rhétorique est essentielle, parce que le caricaturiste dans le but de convaincre son lecteur, organise son discours et son image en signes rhétoriques qui sont pour autant des figures de styles.

Dans notre analyse, nous allons essayer de dégager les figures de style les plus utilisées, en s'intéressant aux figures graphiques et iconiques.

a-L'hyperbole : est une figure d'amplification qui consiste à exagérer une expression, une idée, ou une image pour la mettre en relief. En d'autre termes, dans cette figure « *le substituant représente un degré de quantification plus fort que le substitué* »⁷⁴. Nous trouvons cette figure dans la quasi-totalité des caricatures de notre corpus, les dessinateurs exagèrent et déforment les traits physiques et symboliques des personnages comme dans les caricatures numéros 01, 04, 05, 06, 07, 09, 10, 13, 16, 19.



b-La répétition : est une figure d'insistance qui consiste à reprendre les mêmes mots sans aucune modification. Elle peut être lexicale, sémantique, iconique. Cette figure se

⁷⁴ Charaudeau, P.1992, op.cit, p.86.

manifeste dans les caricatures numéros 02, 18, 20. Il s'agit d'une répétition iconique du signe 5 barré et du drapeau Algérien.



Dans les caricatures numéros 06, 07, 12, 18, 20, c'est une répétition lexicale des termes suivants : *cachir*/كاشير (caricature numéro 06), *ga3/ga3* (caricature numéro 07), *prison/prison/prison* (caricature numéro 12), *vendredire/vendredire* (caricature numéro 18), *dégage/dégage* (caricature numéro 20). Et dans la caricature numéro 19, c'est une répétition sémantique ; *dégage*/ارحل.

c-L'ironie : désigne le décalage entre le discours et la réalité. On parle d'ironie dévalorisante « *si le substituant a une valeur positive et le substitué une valeur négative* »⁷⁵. Ce type de figure apparaît dans les caricatures numéros 05, 06, 07, où les partisans du cinquième mandat rejoignent le Hirak.

d-La métonymie : est une figure de substitution par laquelle un mot remplace un autre mot avec lequel il a un lien logique, dans le but de mettre en exergue le non-dit. Nous trouvons cette figure dans la caricature numéro 04 « *le peuple demande l'arbitrage vidéo (var)* », le **VAR** est utilisé pour remplacer une commission indépendante, le lien entre ces deux mots est l'objectivité et la neutralité.

e-La Polyptote : est une figure de répétition qui consiste à utiliser un même mot sous diverses variations grammaticales (genre, nombre, nature, temps...). Ce type de figure apparaît dans la caricature numéro 18, où le verbe *vendredire* est utilisé avec ses diverses formes : *vendredeurs*, *vendredeuses*, *vendredi*.

f-L'onomatopée : est une interjection qui consiste à utiliser un mot évoquant la chose dénommée par le son, elle est utilisée par les caricaturistes pour mieux représenter les sons et les bruits des personnages. Nous en trouvons dans les caricatures numéros 03, 15 ; une renvoie aux sons des abeilles (*zzzzzzzz* : caricature numéro 03), une autre renvoie au réflexe du rire (*hahahahaha* : caricature numéro 15).

g-Le stéréotype : est une image partagée par les membres d'une société donnée en se basant sur une simplification de traits de caractère réels ou supposés. La caricature

⁷⁵ Ibid.p.87.

numéro 14 présente un stéréotype « *monsieur l'yaourt* » pour désigner Ouyahia par allusion à sa déclaration lors de la période d'austérité ; « *le peuple n'est pas obligé de manger du yaourt* ». Cette déclaration est devenue étroitement liée à sa personne et il est connu dans la société algérienne sous l'appellation *monsieur l'yaourt*. Dans la caricature numéro 15, un autre stéréotype « *Sellal, une autre blague stp !* » : Sellal est connu par son humour de par ses propos drôles tels que « *Faqaqir* » au lieu de « *Foqara* » (pauvres), en raison de son arabe improvisé et médiocre.

A partir de cette analyse, nous remarquons que l'hyperbole est la figure la plus utilisée par les caricaturistes qui ont pour but de conceptualiser la réalité et de simplifier les événements à travers l'humour.

Afin de mieux analyser ce signe linguistique, il nous est paru essentiel aussi de mettre en exergue la relation qu'il entretient avec le signe iconique.

7. relation texte/image.

La caricature est le support privilégié pour la conceptualisation de la réalité et la représentation des événements. Néanmoins elle est polysémique et son interprétation diffère d'une personne à une autre. De ce fait, elle est accompagnée d'un texte qui la rend plus claire et oriente sa lecture.

Barthes, dans son ouvrage « *La rhétorique de l'image* », et à partir de l'analyse de l'affiche publicitaire des pâtes « *Panzani* » a mis en exergue le rapport qu'entretient le message linguistique avec le message non-linguistique. Il distingue deux fonctions principales que remplit le texte par rapport à l'image : une fonction **d'ancrage** et une fonction de **relais**.

7.1. La fonction d'ancrage.

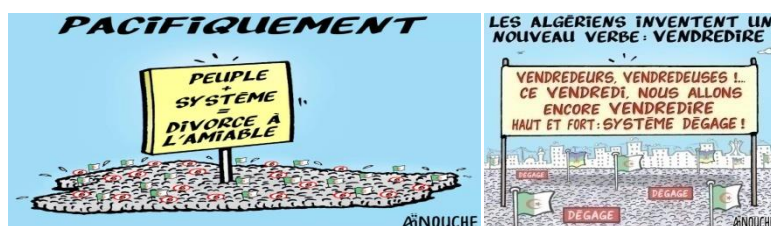
C'est la fonction la plus fréquente du texte, elle est présente surtout dans la photographie de la presse et dans la publicité. Cette fonction consiste à déterminer et guider l'interprétation de l'image dans le but de trouver le bon sens. En effet, dans la caricature cette fonction d'ancrage montre et explique l'utilité du texte pour la saisie du message, nous la trouvons dans les caricatures numéros 04, 06, 08, 11, 13, 14, 16, 17, 20.



Dans ces caricatures nous pouvons avoir plusieurs interprétations en l'absence du texte, les phrases « *Dans son match contre Bouteflika, le peuple demande l'arbitrage vidéo* » et « *Rien n'arrête les Algériens* » ont pour rôle de guider l'interprétation des ces caricatures.

7.2. La fonction de relais.

Elle est présente surtout dans les dessins humoristiques et les bandes dessinées ; elle montre la liaison et la complémentarité entre le texte et l'image. En effet, « *les paroles sont alors des fragments d'un syntagme plus général, au même titre que les images et l'unité du message se fait à un niveau supérieur* »⁷⁶. Cette fonction est présente dans les caricatures numéros 01, 02, 03, 05, 07, 09, 10, 12, 15, 18, 19.



Dans ces caricatures le texte ajoute des informations qu'on ne peut pas déduire des images (le caractère pacifique des manifestations et l'invention du néologisme « vendredire »).

Suite à cette analyse, nous passons à la dernière étape de ce chapitre dans laquelle nous tentons de présenter une analyse comparative entre les caricatures.

8. L'analyse comparative.

Chaque caricaturiste a son propre style dans la présentation des événements : un même thème peut être traité de manières différentes, comme il peut être traité de la même façon. Ces différences et ces similarités résident au niveau des plans : **énonciatif, narratif, argumentatif et rhétorique**.

Nous avons tenté de repérer les principaux points de divergence et de convergence entre les caricatures qui constituent notre corpus et nous avons conclu que :

Sur le plan énonciatif : les caricatures répondent à des modalités énonciatives différentes, à savoir la modalité *allocutive* qui implique la présence de l'énonciateur et l'énonciataire dans l'énoncé, à titre indicatif, l'énoncé suivant (caricature numéro 06) « *j'ai faim, vous n'avez pas du cachir svp ?* ».

⁷⁶ Barthes, R. 1994, « la rhétorique de l'image », in communication n° 04, p.05.

La modalité *élocutive* se focalise sur l'énonciateur alors que l'énonciataire joue le rôle d'un simple témoin comme dans l'énoncé suivant (caricature numéro 12) « *je vais aller déposer mon CV à la prison* ».

La modalité *délocutive* se caractérisant par l'absence totale des deux sujets ; l'émetteur et le récepteur, comme dans l'énoncé suivant (caricature numéro 08) « *après 20 ans Bouteflika démissionne* ».

Sur le plan narratif : chaque caricature narre une histoire : cette narration est basée sur une structure composée de trois éléments principaux : les actants, les processus et les séquences. En effet, toutes les caricatures de notre corpus sont organisées selon cette structure.

Sur le plan argumentatif : le caricaturiste, dans le but de convaincre son lecteur, utilise différentes stratégies sémantiques et discursives. A partir de notre analyse, nous avons trouvé que ces caricatures s'appuient sur les mêmes procédés et que le procédé sémantique qui relève du domaine d'éthique constitue la principale stratégie argumentative. Son utilisation est justifiée par le fait que ces caricatures dénoncent les vices du système politique, et en même temps mettent en exergue les comportements du peuple durant ce mouvement.

Sur le plan rhétorique : nous avons constaté que les caricatures se ressemblent par la présence de deux figures stylistiques ; l'hyperbole qui consiste à exagérer les traits physiques des personnages au point de les déformer, et la répétition qui permet de renforcer et mettre en emphase les idées véhiculées.

Pour conclure, nous pouvons dire que le discours dans la caricature peut diverger sur le plan **énonciatif**, alors qu'il peut converger sur le plan **narratif, argumentatif et rhétorique**.

Conclusion partielle.

Dans ce chapitre, nous avons vu que la caricature est un message visuel composé de trois types de signes :

Les signes plastiques : permettent sa mise en forme, en distinguant deux types, signes plastiques spécifiques tels que le cadre, le cadrage, la composition et l'angle de vue, signes plastique non-spécifiques dont l'interprétation est anthropologique, comme la couleur, l'éclairage, la texture, les formes et la spatialité.

Les signes iconiques : nous pouvons trouver dans la caricature différents types de ces signes (personnages, objets...), dont l'identification est socioculturelle.

De plus, chaque signe (plastique, iconique) joue un rôle spécifique dans la caricature, mais ils sont liés les uns aux autres.

Ainsi, la caricature est analysable selon deux niveaux de significations ; un niveau dénoté et un autre connoté, l'interprétation de ces deux niveaux est étroitement liée au contexte socioculturel.

Concernant le signe linguistique, nous avons remarqué que ce type de signe dans la caricature est organisé selon quatre structures :

Une structure énonciative : comprend trois modalités ; allocutive, élocutive et délocutive.

Une structure narrative : comporte trois éléments principaux ; actants, processus et séquences.

Une structure argumentative : comprend deux types de stratégies ; stratégie sémantique et discursive.

Une structure rhétorique : vise l'ornement de la caricature par différentes figures stylistiques.

En fin, nous avons vu que les caricatures peuvent diverger sur le plan énonciatif, comme elles peuvent converger sur le plan narratif, argumentatif et rhétorique.

Chapitre 03

Enquête sur les représentations du public face aux caricatures du Hirak.

Introduction partielle.

Dans ce chapitre, nous allons essayer d'analyser et d'étudier les différentes représentations des lecteurs concernant les caricatures du Hirak, en mettant en valeur les facteurs qui influencent ces représentations.

En premier lieu, il nous est paru essentiel de mettre l'accent sur la notion de représentation.

En second lieu, il sera question de présenter les résultats obtenus par le questionnaire sous forme de graphies accompagnées des descriptions de ces réponses.

En troisième lieu, nous allons analyser les résultats recueillis par le questionnaire en nous basant sur la classification des représentations de **Jean-Claude Abric**.

1. le concept de représentation.

Le concept de « *représentation* » est relativement ancien, il prend naissance avec les sociologues du 19^{ème} siècle, notamment avec les travaux de **Durkheim** qui est le premier à avoir évoqué cette notion sous la dénomination « *représentation collective* » en 1898. Ce sociologue français a souligné l'importance de la pensée sociale en montrant la primauté du social par rapport à l'individuel. Il a également montré que la conscience individuelle existe à travers la conscience collective.

Cette notion de représentation est développée avec les travaux du psychologue **Moscovici** à l'occasion de son étude « *princeps sur la psychanalyse* » en 1961. Il définit les représentations sociales comme suit « *une manière d'interpréter le monde et de penser notre réalité quotidienne, une forme de connaissance sociale que la personne se construit plus ou moins consciemment, à partir de ce qu'elle est, de ce qu'elle a été, de ce qu'elle projette et qui guide son comportement* » ⁷⁷. Il les définit comme un ensemble de connaissances d'un groupe social par rapport à un objet.

Pour le psychosociologue **Jodelet** ce concept désigne « *une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social* »⁷⁸, c'est-à-dire un ensemble de savoirs partagés par un groupe social, lui permettant de construire une réalité commune par rapport à un objet social.

Donc, nous pouvons dire que les représentations sont un ensemble de croyances, d'opinions produites et partagées par un groupe social autour d'un objet, d'une réalité. Elles permettent de mieux comprendre la pensée et les attitudes des individus et des groupes.

⁷⁷ Fanfard-Jacquens, J. 2017, « les représentations selon Moscovici » :

http://www.peddycaliari.com/www.peddycaliari.com/L3SED_Connaissance_Milieu_Professionnel/Entrees/2017/12/5_Document_D_files/diapo, (consulté le 22 avril 2020).

⁷⁸ Idem.

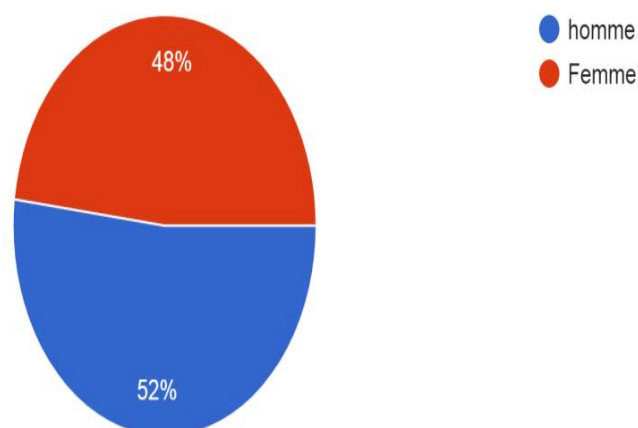
2. Présentation et description des résultats obtenus.

Il faut rappeler que notre enquête est effectuée à l'aide d'un questionnaire publié sur le net le 25 février 2020 dans des groupes facebook : **intellectuels algériens : à vous la parole**, **association algérienne des jeunes chercheurs** et dans le groupe **Hirak infos**: أخبار الحراك.

L'objectif principal de notre enquête est de dégager les différentes représentations des lecteurs à l'égard des caricatures du Hirak, de relever les messages essentiels transmis par ces caricaturistes, et enfin de déterminer le caricaturiste dont les dessins sont les plus représentatifs.

2.1. Le sexe des enquêtés.

vous -êtes?
50 réponses

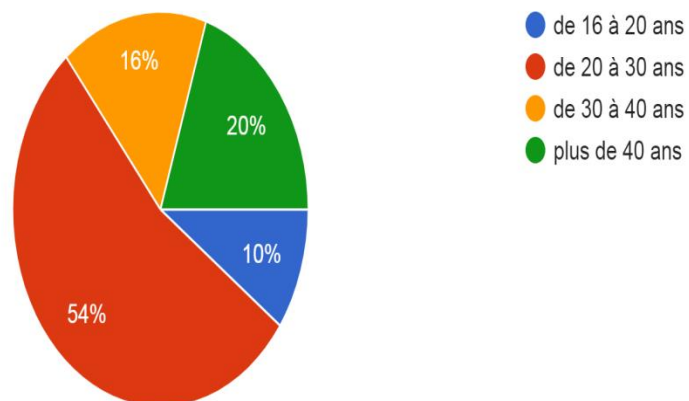


Notre échantillon est constitué de 50 personnes : 26 hommes représentant 52% et 24 femmes avec un taux de 48%. Nous remarquons que le nombre de femmes est inférieur à celui des hommes, mais il ne constitue pas une grande différence parce que tous les Algériens hommes et femmes se sont impliqués à ce mouvement populaire.

2.2. L'intervalle d'âge.

quel age avez-vous?

50 réponses

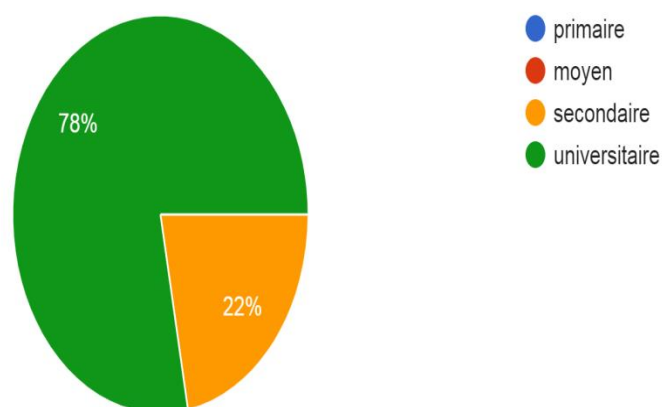


La majorité des enquêtés sont âgés entre 20 et 30 ans, représentant 54% des enquêtés (27 personnes), 20% des questionnés (10 personnes) dont l'âge est plus de 40 ans, alors que 16% (8 personnes) sont âgées de 30 à 40 ans, et une minorité de 10% (5 personnes) pour ceux qui sont âgés entre 16 et 20 ans. Nous remarquons que notre échantillon est composé de différentes tranches d'âge, dont les jeunes représentent la majorité.

2.3. Le niveau d'étude.

quel est votre niveau d'étude ?

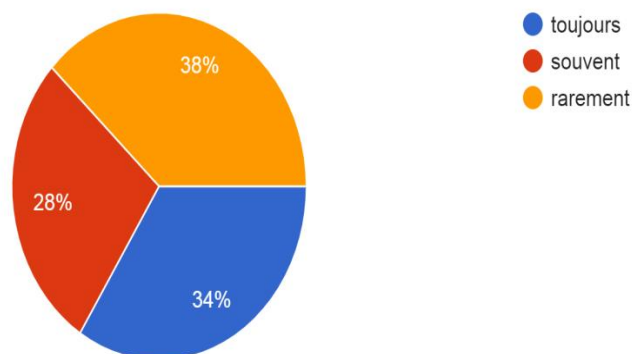
50 réponses



D'après les résultats obtenus, nous avons constaté que la majorité des enquêtés 78% (39 personnes) sont des universitaires, alors que 22% des enquêtés (11 personnes) ont un niveau d'étude secondaire.

2.4. La présence des journaux en ligne dans la vie des enquêtés.

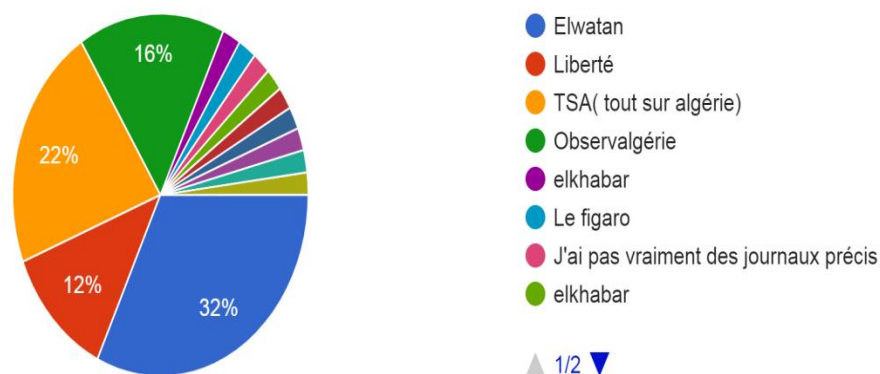
consultez-vous les journaux en ligne?
50 réponses



Dans cette graphie, nous remarquons que 19 personnes avec un taux de 38% consultent *rarement* les journaux en ligne, alors que 17 personnes avec un pourcentage de 34% consultent ces journaux *toujours* et 14 personnes représentant 28% les consultent *souvent*, ce qui montre que ce type de presse électronique est encore en développement.

2.5. Les journaux les plus consultés.

les journaux que vous consultez sont:
50 réponses

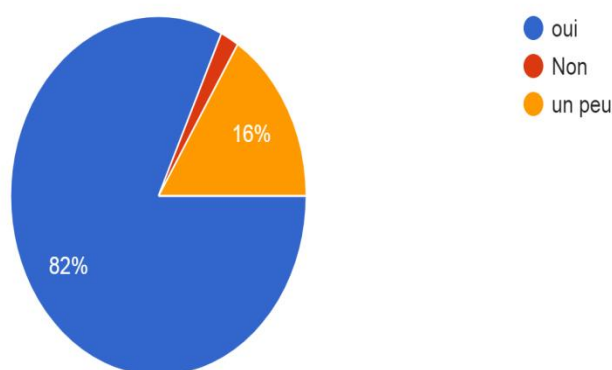


D'après ces résultats, nous pouvons dire que **El-watan** est le journal le plus consulté avec un taux de 32% (16 personnes), suivi de **TSA** représentant 22% (11 personnes), de **Observalgérie** avec un taux de 16% (8 personnes) et de **Liberté** couvrant 12% (6 personnes), alors que 28% consultent d'autres journaux comme le Figaro, Elkhbar, Elchourouk...

2.6. L'intérêt des lecteurs pour la caricature.

la caricature attire-elle votre attention?

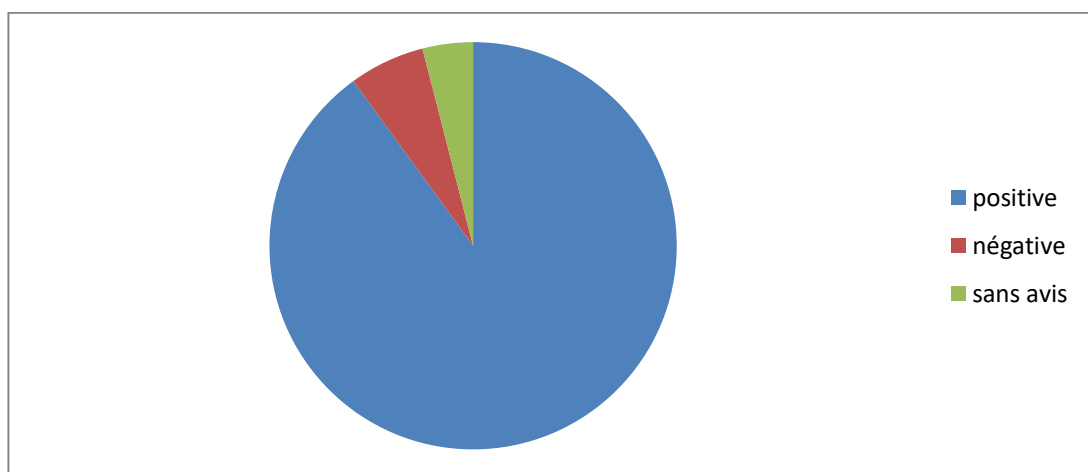
50 réponses



A travers cette graphie, nous remarquons que la caricature attire l'attention de la quasi-totalité des enquêtés 82% (41 personnes), 16% (8 personnes) n'y trouvent pas beaucoup d'intérêt, alors que 2% ne s'y intéresse nullement (1 personne).

2.7. Les représentations des lecteurs à l'égard des caricatures du Hirak.

Que pensez-vous de ces caricatures ?



Le tableau suivant expose les principales réponses que nous avons obtenues, classifiées selon les trois variables : âge, sexe et niveau d'étude.

Age	Sexe	Niveau d'étude	Nombre des réponses	Réponses	Représentation
De 16 à 20 ans	Femme	Universitaire	01	Expriment ce qu'on ne peut pas dire de la politique.	Positive.
	Homme	Secondaire	02	Ironique	Positive
	Femme	Universitaire	01	...	Sans avis
	Homme	Secondaire	01	Artistique	Positive
De 20 à 30 ans	Homme	Secondaire	01	Expressive	Positive
	Femme	Universitaire	01	Issaba à la poubelle	Positive
	Homme	Universitaire	01	Artistique	Positive
	femme	universitaire	01	Une bonne idée pour exprimer le mouvement algérien	Positive
	Homme	Universitaire	05	Représentative de la réalité politique	Positive
	Femme	Universitaire	03	Représentative de la réalité politique	Positive
	Femme	Universitaire	02	Très significatives	Positive
	Femme	Universitaire	01	Très politiques	Positive
	Femme	Universitaire	01	Très véridiques	Positive
	Femme	Universitaire	01	Une sorte de description amusante	Positive
	Femme	Universitaire	01	Bien dessinées	Positive
	Homme	Universitaire	01	Le droit d'expression et de subversion contre le pouvoir	Positive
	Femme	Universitaire	02	Reflètent la réalité	Positive
	Femme	Universitaire	01	Une sorte de vengeance contre l'ancien système	Positive

	Femme	Universitaire	01	Elles sont osées	Positive
	Femme	secondaire	01	Vendredire jusqu'à l'écart du système	Positive
	Femme	Universitaire	01	Elles expriment des choses qu'on ne dit pas avec les mots	Positive
	Homme	Universitaire	01	Ces caricatures sont une œuvre d'art elles en disent beaucoup sur le Hirak	Positive
	Femme	Universitaire	01	Elles expriment clairement la situation politique du pays et je les trouve très expressives	Positive
De 30 à 40 ans	Homme	Universitaire	01	Je les trouve dénigrante	Négative
	Homme	Universitaire	01	Significatives	Positive
	Homme	Universitaire	01	..	Sans avis
	Homme	Secondaire	01	Représentation amusante	Positive
	Homme	Secondaire	01	Représentative	Positive
	Homme	universitaire	01	Représentative	Positive
	Homme	Universitaire	01	N'ont pas vraiment d'influence	Négative
	Homme	Universitaire	01	Je n'aime pas le fait de s'attaquer à l'honneur des gens et de divulguer dans les médias.	Négative
	Homme	Universitaire	01	العصابة في مزبلة التاريخ	Positive
	Homme	Secondaire	01	Représentatives	Positive
	Homme	Universitaire	02	Représentatives	Positive
	Femme	Secondaire	03	Représentative de la réalité politique	Positive

Plus de 40 ans	Homme	universitaire	01	C'est la période qui vient après le 22 février elle se caractérise par l'augmentation et l'intensification des manifestations pour pouvoir éradiquer système corrompue en Algérie	Positive
	Homme	Universitaire	01	Reflètent des signaux du mécontentement du peuple envers l'état souverain	Positive
	Femme	Universitaire	01	Ce sont des points de vue politiques exprimés par des citoyens reflétant notre vécu	Positive

Nous remarquons que la quasi-totalité de nos enquêtés 90% (45 personnes) ont des représentations positives et approuvent nettement ces portraits caricaturaux. Une minorité avec un pourcentage de 6% (3 personnes) ont des représentations négatives, et 4% (2 personnes) ne donnent aucun avis.

2.8. Les messages essentiels transmis par ces caricatures.

Nous exposons maintenant les principaux messages recueillis exprimant ce que ces caricatures transmettent :

- La voix du peuple (9 réponses).
- Yetnahaw ga3 (9 réponses).
- La nécessité du changement politique (3 réponses).
- Changement radical du système (2 réponses).
- Le pouvoir pour le peuple (2 réponses).
- Ce sont des messages basés sur la réalité de la vie quotidienne des algériens au moment du Hirak. Des caricatures sociale et politique au même temps à travers lesquelles l'artiste met en évidence les problèmes de la société, ayant pour but de décrire ce qu'on ne peut pas dire oralement, dans but de critiquer la réalité de la politique.

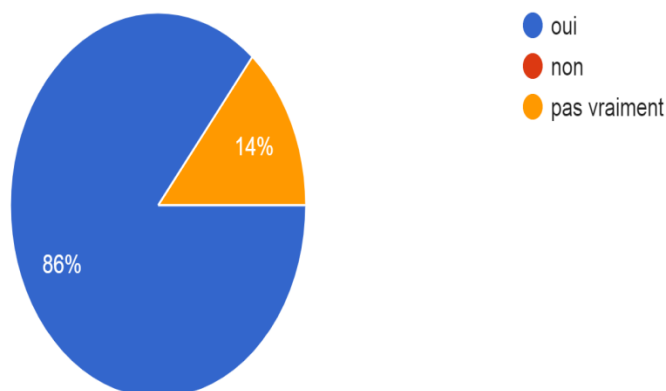
- Le but de ces caricatures n'est seulement pour faire rire mais de transmettre des messages cachés au peuple et aux gouverneurs d'une manière implicite.
- El Hirak, Le vendredi, Boutflika dégage, Les responsables sont prisonniers Puis ils sont accusés devant le tribunal, La voix des algériens étaient bien entretenu.
- Transmettre les messages que le peuple veut transmettre d'une manière implicite avec un peu d'humour pour capter l'attention.
- Pouvoir au peuple, la loi est appliquée à tout le monde, rien n'arrête les algériens jusqu'au changement total du système.
- Passer des idéologies implicitement par ce genre de dessins.
- que la manifestation populaire est un droit et un devoir quand on a affaire à un pouvoir inique.
- Les proclamations des algériens, leurs soucis politiques, leurs revendications.
- ces caricatures critiquent la politique algérienne et dénoncent ce qui est caché.
- Être unis pour un pays meilleur Le changement commence par le peuple.
- libérer les esprits et dénoncer ce qui se passe au pays.
- d'une façon générale, le message transmis est le jugement et la loi.
- Pousser les gens à se révolter contre les responsables mafieux.
- La voix du peuple. Rien n'arrête les algériens.
- Le peuple algérien est la source de tout pouvoir.
- Elles présentent la situation algérienne.
- Service à domicile et sensibilisation.
- Le peuple algérien s'est réveillé.
- La liberté de La nouvelle Algérie.
- Le peuple cherche la liberté.
- صوت الشعب/ الحكم للشعب.
- C'est la lutte.
- pouvoir dégage.
-
- ...

Nous remarquons que les deux messages dominants sont « **la voix du peuple** » et « **yetnahaw ga3** » = « *Qu'ils partent tous* ».

2.9. Le taux de la représentativité des caricatures pour le Hirak.

ces caricatures sont-elles vraiment représentatives du Hirak algérien?

50 réponses

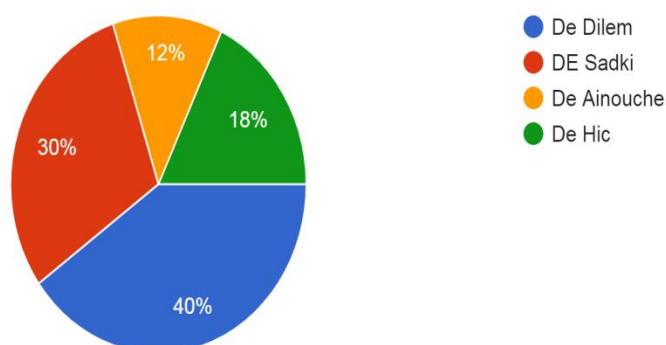


A cette question, la majorité de nos questionnés (43 personnes) ont répondu par « oui » avec un pourcentage de 86%, ce qui montre que les caricaturistes ont réussi à représenter le Hirak à travers leurs dessins, alors que 14% (7 personnes) de nos enquêtés pensent que ces caricatures ne sont pas vraiment représentatives du mouvement.

2.10. Le caricaturiste dont les images sont les plus représentatives.

a votre avis, les caricatures les plus représentatives du Hirak sont ?

50 réponses



Nous remarquons que les caricatures de Dilem sont les plus représentatives avec un taux de 40% (20 personnes), suivies par les caricatures de Sadki représentant 30% (15 personnes), et 18% (9 personnes) pour les caricatures de Hic et finalement celles d'Ainouche avec un taux de 12% (6 personnes).

3. Analyse et interprétation des données.

3.1. Le sexe des enquêtés.

Le sexe des lecteurs ne représente pas une variable déterminante. De ce fait, les personnes ayant réagi à notre questionnaire pourraient être celles ayant été fréquemment connectées à cette période-là, et particulièrement intéressées aux pages où fut publié notre questionnaire.

En outre, le sujet traité touche pratiquement hommes et femmes sans distinction de sexe, vu son caractère « citoyen » dans le sens sociopolitique du terme.

3.2. L'intervalle d'âge.

La tranche d'âge entre 20 et 30 ans, se sentant la plus désavantagée par les sévices de la mal gérance du système, aurait réagi volontairement pour émettre un avis.

La tranche des jeunes gens, majoritairement présents, essaient de diagnostiquer une situation dans laquelle ils vivent et d'émettre un avis ou exprimer une attente.

3.3. Le niveau d'étude.

Les universitaires constituent pratiquement la classe sociale qui, grâce à son instruction plus ou moins supérieure aux autres, est la plus habilitée à analyser les faits et à échanger des avis fructueux quant à la réalité existante.

C'est également un groupe qui cherche à justifier des positions et des partis pris, en se basant sur des choix et des convictions.

3.4. La présence des journaux en ligne dans la vie des enquêtés.

La somme des pourcentages 34% + 28% qui représente des gens qui consultent respectivement « *toujours* » et « *souvent* » les journaux en ligne traduit une majorité perceptible (62%). Cela interprète un intérêt considérable de la part des enquêtés au quotidien du pays et reflète leurs attentes et perspectives.

3.5. Les journaux les plus consultés.

Le taux de consultation le plus élevé touche essentiellement les journaux d'expression française (El-watan, TSA, Observalgérie, Liberté). C'est que, évidemment, le questionnaire fut élaboré dans cette langue : Les lecteurs formés en français pourraient être notre premier

public. Ainsi l'échange de connaissances chez ce groupe se fait sur des supports rédigés en français.

3.6. L'intérêt des lecteurs pour la caricature.

L'intérêt intense exprimé envers la caricature de la part des enquêtés provient de ce qu'elle résume un mécontentement collectif à travers des images à la limite de l'ironie. La caricature ouvre l'horizon à maintes interprétations : même si on ne s'y intéresse pas ; c'est peut-être en raison d'un désaccord en matière de points de vue ; c'est-à-dire certaines gens ne partageraient pas nécessairement les mêmes avis contenus dans les caricatures.

3.7. Les représentations des lecteurs à l'égard des caricatures du Hirak.

Les caricatures, en tant qu'outil de transmission de messages d'intérêt commun aux Algériens, suscitent chez la majorité de ces derniers des impressions positives. Elles renforcent chez eux des liens sociétaux puisqu'ils partagent les mêmes valeurs ; la caricature est l'expression de leur conscience collective. De même elles suscitent chez une minorité des impressions négatives.

Dans cette perspective, nous avons appliqué une analyse des représentations après recueil d'informations depuis le questionnaire : cette analyse est basée sur la méthode de **Jean-Claude Abric**ⁱ, qui aurait classé *les fonctions des représentations sociales*⁷⁹ en :

Fonction de savoir :

Elles vont permettre, de part leur contenus, à la fois de comprendre et d'expliquer la réalité. Ces savoirs « naïfs » vont permettre la communication et les échanges sociaux.

Fonction identitaire :

Les représentations sociales servent à définir l'identité sociale de chaque individu et ainsi préserve la spécificité des groupes sociaux. Cette fonction va intervenir dans les processus de socialisation ou de comparaison sociale.

Fonction d'orientation :

Les représentations sociales vont permettre au sujet d'anticiper, de produire des attentes mais également de se fixer ce qu'il est possible de faire dans un contexte social particulier.

⁷⁹ Abric, J-C.2003, *Pratiques sociales et représentations*, éd. Presses universitaires de France, p. 83,102.

Fonction justificatrice :

Elles peuvent aussi intervenir à posteriori et ainsi servir à justifier nos choix et attitudes. Par là, elles jouent un rôle essentiel dans le maintien ou le renforcement des positions sociales.

Les représentations des lecteurs que nous avons collectées remplissent une fonction justificatrice ; parce qu'elles justifient leurs choix, de même elles renforcent la position des Algériens pour le Hirak.

La majorité de nos enquêtés ont des représentations positives à l'égard de ces caricatures, avec un pourcentage élevé (90%). Elles se résument dans les passages suivants :

« Elles expriment clairement la situation politique du pays et je les trouve très expressives. »

« Elles expriment des choses qu'on ne dit pas avec les mots. »

« Expriment ce qu'on ne peut pas dire de la politique. »

« Reflètent des signaux du mécontentement du peuple envers l'état souverain. »

« Ces caricatures sont une œuvre d'art elles en disent beaucoup sur le Hirak. »

« Représentative de la réalité politique. »

A l'image de ces points de vue, il devient clair que les représentations des enquêtés sont liées à l'utilité et à l'importance de la caricature du moment où elle reflète la réalité sociopolitique de l'Algérie, tout en exprimant ce qu'on ne peut pas dire avec les mots.

Les caricatures sont jugées négatives, avec un taux bas (6%). Nous y reprenons ce qui suit :

« Je les trouve dénigrante. »

« N'ont pas vraiment d'influence. »

« Je n'aime pas le fait de s'attaquer à l'honneur des gens et de divulguer dans les médias. »

Ici, les représentations sont liées au fait que la caricature véhicule des messages transgressant les principes déontologiques de la presse ; ce type d'opinion concerne certaines personnes de la tranche d'âge « de 30 à 40 ans ».

Les représentations sans avis, minoritaires par le nombre (2 réponses), renvoient aux enquêtés qui optent pour le non-dit.

3.8. Les messages essentiels transmis par ces caricatures.

L'expression' *yetnahaw ga3'* qui est devenue un slogan « stéréotype » reflète parfaitement ' *la voix du peuple* ' : Ces deux formules exprimées par une bonne partie de notre public traduisent une vision unanime pour un changement radical et immédiat pour une vie meilleure.

Les autres expressions ne sont là que pour appuyer et renforcer ces deux slogans.

3.9. Le taux de la représentativité des caricatures pour le Hirak.

Ces caricatures représentent pour la majorité du public ciblé le Hirak mené par les Algériens, chaque image incarne plus ou moins fidèlement une réalité vécue ; les enquêtés s'y identifient.

3.10. Le caricaturiste dont les images sont les plus représentatives.

Dilem, ancien caricaturiste du journal Liberté, est suffisamment célèbre et fut le pionnier dans cet art : il forme un consensus tacite chez les lecteurs, car il excellait dans la caricature avant même que les journaux électroniques ne soient apparus, ce qui explique les taux réduits de Sadki, Hic et Ainouche.

Conclusion partielle :

En vue de faire ressortir l'intérêt porté par notre public cible à l'égard des caricatures proposées, et ensuite découvrir le caricaturiste le plus suivi, nous avons mis en ligne un questionnaire composé de dix questions. Nous avons essayé de recueillir des informations sur l'âge, le niveau d'instruction des enquêtés, le taux de suivi des journaux électroniques et l'intérêt porté pour la caricature. Nous avons également eu leur avis quant aux messages transmis par ces caricatures.

Nous sommes parvenus aux résultats suivants :

Les représentations des lecteurs à l'égard des caricatures du Hirak sont majoritairement positives (90%), remplissant essentiellement une fonction justificatrice.

La récurrence du slogan « yetnahaw ga3 » reflétant la voix du peuple représente le message essentiel des caricatures.

Le caricaturiste qui attire le plus par ses dessins est Dilem, constat qu'on a souligné au niveau de la dernière question, avec un taux de 40 %.

Conclusion générale.

En guise de conclusion, nous rappelons que notre recherche a porté sur une analyse sémiolinguistique comparative des caricatures du Hirak de la presse électronique algérienne francophone, avec objectif principal de relever et d'analyser les différentes caractéristiques sémiologiques et linguistiques et extraire les points de divergence et de convergence entre celles-ci .

Nous nous sommes penché sur la caricature du Hirak parce qu'elle est riche en informations, révélatrice de réalités et porte-parole de la société et de ses non-dits. De plus, elle en dit beaucoup à travers l'humour.

Notre travail n'est qu'une esquisse de recherche que nous avons conçue autour des questions suivantes : Qu'est ce qui caractérise les caricatures du mouvement populaire algérien déclenché en février 2019 ? Et quels sont les points de divergence et de convergence entre celles-ci ? Quelle relation entretient l'image avec le texte dans la caricature ? Quelles sont les représentations des lecteurs à l'égard de ces caricatures ?

La caricature est un message visuel humoristique qui sert à la communication et l'expression, c'est un système de signification composé d'un ensemble de signes plastiques, iconiques et linguistiques.

A partir de l'analyse effectuée, nous avons découvert les aspects les plus importants qui caractérisent les dessins caricaturaux :

Tout d'abord, la présentation générale de la caricature (date de publication, la mise en contexte de l'actualité, le thème traité) nous a permis de comprendre que l'image caricaturale est un système de référence permettant l'interprétation et la compréhension des événements.

De plus, notre étude analytique nous a permis de faire les constations suivantes :

Sur le plan sémiologique : la caricature se caractérise par un ensemble d'éléments pertinents ; l'emploi des différentes composantes du signe plastique : signes plastiques spécifiques tels que le cadre avec toutes ses formes, notamment le cadre carré dans le but de mettre le lecteur en face des actions qui se déroulent dans la caricature. En outre, on recourt à l'usage des plans spécifiques, à savoir le plan moyen pour donner plus d'importance aux personnages, et des compositions différentes dont la plus dominante est la composition focalisée pour mettre en valeur les éléments les plus pertinents. D'autant plus, la caricature se présente selon des angles de prises différentes (la plongée, la contre-plongée, l'angle oblique et la vue frontale) en fonction de l'objectif visé.

En ce qui concerne les signes plastiques non spécifiques, nous citons la couleur. En effet, la caricature fait appel aux deux types de couleurs (chaudes, froides) selon l'objet représenté, aussi aux deux types d'éclairage ; diffus, directionnel, ce dernier est le plus souvent employé pour mettre en valeur les objets d'une manière sélective. Sans oublier les lignes et les formes distinctes qui sont là pour influencer et attirer le lecteur.

A partir de l'analyse du code iconique, nous pouvons dire que les personnages sont l'âme de la caricature, soit des personnages-individuels, des personnages-types, ou des personnages-groupes. A côté de ces personnages, il existe aussi une autre composante essentielle ; il s'agit des objets comme le drapeau algérien, de banderoles... utilisées dans le but d'éclairer le thème traité. En effet l'interprétation de ce code iconique est relative au contexte socioculturel des lecteurs.

L'analyse du contenu de la caricature nous a permis de découvrir que le message caricatural est un système de signe à double articulation : une caricature dénotée (le premier sens donné par celle-ci), une caricature connotée (une deuxième signification interprétée en fonction du contexte où apparaît la caricature).

Sur le plan linguistique : le discours dans la caricature selon Charaudeau est organisé selon quatre structures principales :

Une structure énonciative qui comprend trois types de modalités, la modalité allocutive où les locuteurs sont impliqués à travers des stratégies linguistiques différentes telles que l'interpellation, le jugement, l'injonction et l'interrogation, l'interpellation est la stratégie la plus utilisée. Cette modalité est la plus dominante car elle permet d'inciter les lecteurs et de les faire agir. Alors que la modalité élocutive est structurée selon les procédés suivants : la proclamation, l'opinion et l'appréciation, la modalité délocutive se manifeste à travers l'assertion.

La deuxième structure est la structure narrative organisée dans la caricature selon trois composantes essentielles : les actants, les processus et les séquences.

Une structure argumentative qui s'appuie sur deux types de procédés : les procédés sémantiques qui se scindent en trois domaines : domaine de vérité, domaine d'éthique et domaine du pragmatique, les procédés discursifs basés sur des stratégies comme la définition, la description narrative, la citation et l'accumulation.

Une dernière structure rhétorique, où sont employés différents types de figures de style, dont l'hyperbole est la figure la plus utilisée, suivie de la répétition, l'ironie, la métonymie, l'onomatopée et le stéréotype.

Toutes les caricatures que nous avons analysées reposent sur deux pôles principaux : dessins et discours, ces derniers cohabitent selon un rapport de complémentarité pour renforcer le sens du message caricatural.

Sur le plan comparatif nous avons constaté que les caricatures peuvent diverger sur le plan énonciatif répondant à des modalités différentes (allocutive, élocutive et délocutive). Elles peuvent également converger sur le plan narratif reposant sur trois éléments principaux (actants, processus et séquences). Ainsi, sur le plan argumentatif, toutes les caricatures s'appuient sur les procédés sémantiques et discursifs, de même elles peuvent converger sur le plan rhétorique en raison de l'utilisation de figures de style différentes.

Concernant les représentations des lecteurs pour la caricature, nous sommes parvenus aux résultats suivants : la quasi-totalité des représentations sont positives remplissant une fonction justificatrice. Le message essentiel de ces dessins est « yetnahaw ga3 » représentant la voix du peuple algérien. Le caricaturiste, dont les images sont les plus représentatives, est « Dilem ».

Pour clore, il faut rappeler que la caricature ne cherche pas seulement à faire rire, mais aussi à informer, persuader et éduquer. Elle est désormais un outil qui s'impose dans presque tous les domaines : journalistique, éducatif, artistique, commercial, culturel et autres.

Cette étude sémiolinguistique comparative nous a donné la chance de découvrir l'importance de l'image, et notamment la caricature, dans la transmission des informations. Vu son caractère polysémique, il serait éventuellement pertinent pour d'autres chercheurs de cerner la caricature dans une perspective sociolinguistique où l'on pourrait étudier l'impact des différents aspects du langage qui y sont insérés sur la qualité des messages qu'elle transmet.

Bibliographie.

I. Ouvrages.

1. Abric, J-C., 2003, *pratiques sociales et représentation*, presses universitaires de France.
2. Barthes, R., 1985, *l'aventure sémiologique*, Paris, Seuil.
3. Cadet, Charles, Galus., 1990, *la communication par l'image*, Paris, Nathan.
4. Charaudeau, P., 1992, *grammaire de sens et de l'expression*, Hachette éducation.
5. Courtés, J., 1991, *Analyse sémiotique du discours*, Hachette supérieur.
6. Dubois, J., 2002, *dictionnaire de linguistique*, Larousse.
7. Eco, U., 1988, *le signe*, Bruxelles, Labor.
8. Fernande, S-U., 1994, *sémiologie du langage visuel*, presse de l'université de Québec.
9. Greimas, A-J, Courtés, J., 1979, *sémiotique : dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette université.
10. Joly, M., 2005, *l'image et son interprétation*, Armand colin cinéma.
11. Joly, M., 2009, *introduction à l'analyse de l'image*, Armand colin, 2^{ème} édition.
12. Joly, M., 2011, *l'image et les signes, approche sémiologique de l'image fixe*, Armand colin, 2^{ème} édition.
13. Maingueneau, D., 1976, *initiation aux méthodes d'analyse du discours*, Hachette université.
14. Pierce, C-S., 1979, trad Deledalle, *écrit sur le signe*, Paris, Seuil.
15. Plantin, C., 2005, *l'argumentation*, que sais-je ?
16. Roberts-Jones, P., 1963, *la caricature du second empire à la belle époque 1850-1900*, Paris, Club français du livre.
17. Sarfati, G., 2001, *élément d'analyse du discours*, Nathan.
18. Saussure, F., 2005, *cours de linguistique générale*, Genève, Arbre d'or.

II. Articles.

1. Barthes, R., 1994, « la rhétorique de l'image », n° 04 de la communication.
2. Charaudeau, P., 1995, « une analyse sémiolinguistique du discours », in langage, 29^{ème} année n° 177, les analyses du discours en France.
3. Eco, U., 1970, « sémiologie des messages visuels », n° 15 de la communication.

III. Dictionnaires.

1. Dictionnaire encyclopédique illustré, Carrefour.
2. Le petit Larousse illustré, 2014.
3. Le Robert, 2000, Dictionnaire de français, Edif, nouvelle édition.

IV. Thèses et mémoires.

1. Almar, N., 2007, *du journal papier au journal en ligne ; diversité et mutations des pratiques journalistiques. Analyse comparative*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, université Réunion.
2. Bendib, H., 2017-2018, *les stratégies publicitaires télévisuelles algériennes et françaises. Etude sémio pragmatique comparative*, thèse de doctorat en sciences du langage, université des frères Mentouri, Constantine 01.
3. Zouad, R., 2007, *la caricature journalistique algérienne, quel rapport entre le linguistique et l'iconique ? cas du journal liberté*, mémoire de magistère en sciences du langage, université des frères Mentouri, Constantine 01.

V. Cours.

1. Blanchet et Bulot, méthodologie de recherche sociolinguistique et socio didactique de plurilinguisme.

VI. Sitographies.

1. Cobby, F., 2009, « l'analyse de contenu du discours » : <http://www.analyse-du-discours.com/l-analyse-de-contenu-du-discours> , (Consulté le 8/01/2020.)
2. Drissi, R., 2014, « histoire de l'internet et de la presse en ligne » : <https://fr.slideshare.net/Tunisie-SIC/histoire-de-l-internet-et-du-journalisme-en-lign1>. (Consulté le 02 Février 2020.)
3. Fanfard-Jacquens, J., 2017, « les représentations selon Moscovici » : http://www.peddycaliari.com/www.peddycaliari.com/L3SED_Connaissance_Milieu_Professionnel/Entrees/2017/12/5_Document. (Consulté le 22 Avril 2020.)
4. Benfodil, M., 2019, « précis de Hirakologie II : cartographie urbaine du Hirak » : <https://benfodilreportages.wordpress.com/2019/07/06/precis-de-hirakologie-ii-cartographie-urbaine-du-hirak/> .(consulté le 24 Novembre 2019).
5. Granjon, E., 2016, « le signe visuel chez le groupe » : <http://www.signosemio.com/groupe-mu/signe-visuel.pdf>. (Consulté le 23 Mars 2020.)
6. Sarale, J-M., 2009, « dessine moi un mot, des mots...formes de discours rapporté dans le dessin de presse, Hal archives ouvertes fr : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00828965/document> (consulté le 26 novembre 2019).
7. Toupie-dictionnaire : <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Caricature.htm> . (Consulté le 15 février 2020.)
8. 2019, « Hirak du 22 février : appel aux sociologues de travailler sur le terrain » : <http://www.aps.dz/societe/88464-hirak-du-22-fevrier-appel-aux-sociologues-de-travailler-sur-le-terrain>. (consulté le 24 Novembre 2019).

9. <https://www.journal-algerien.com/El-Watan.html> . (Consulté le 07 Février 2020.)
10. <https://www.elwatan.com/category/le-hic>, site du téléchargement des caricatures de Hic
11. <https://www.liberte-algerie.com/dilem>, site du téléchargement des caricatures de Dilem
12. <https://www.tsa-algerie.com/caricatures/>, site du téléchargement des caricatures d'Ainouche
13. <https://www.observalgerie.com/caricatures>, site du téléchargement des caricatures de Sadki

Annexes.

1. Revendication contre le 5^{ème} mandat :

Caricature numéro 01 :



Caricature numéro 02 :



Caricature numéro 03 :



Caricature numéro 04 :



2. FLN , RND et TAJ (parties politique) rejoignent le Hirak :

Caricature numéro 05 :



Caricature numéro 06 :



Caricature numéro 07 :

OUYAHIA, BOUCHAREB ET GHOUL
ANNONCENT LEUR SOUTIEN
AU MOUVEMENT POPULAIRE



3. Démission du président Bouteflika :

Caricature numéro 08 :



Caricature numéro 09 :



Caricature numéro 10 :



Caricature numéro 11 :



4. Arrestations des personnalités politiques :

Caricature numéro 12 :



Caricature numéro 13 :



Caricature numéro 14 :



Caricature numéro 15 :



Caricature numéro 16 :

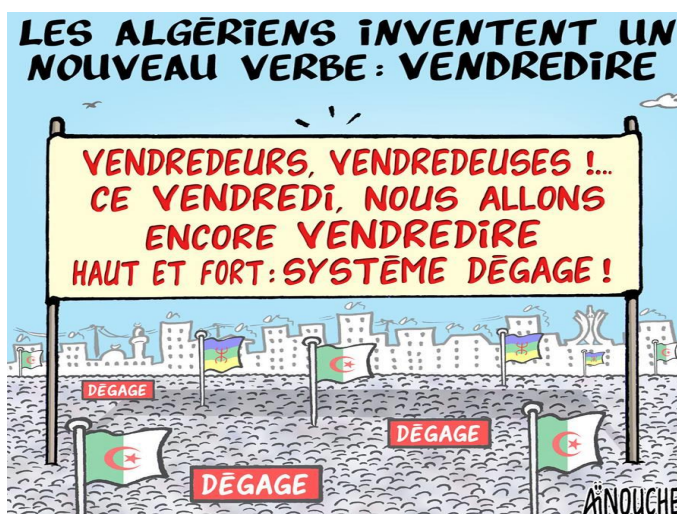


5. Revendication pour le changement radical du système :

Caricature numéro 17 :



Caricature numéro 18 :



Caricature numéro 19 :



Caricature numéro 20 :



Questionnaire :

ce questionnaire s'inscrit dans le cadre de la recherche scientifique, master 2 en sciences du langage, aucune information personnelle ne sera divulguée. Merci de répondre à toutes les questions.

1. Vous êtes ?
Homme
femme
2. Quel âge avez-vous ?
De 16 à 20 ans
De 20 à 30 ans
De 30 à 40 ans
40 ans et plus
3. Quel est votre niveau d'étude ?
Primaire
Moyen
Secondaire
Universitaire
4. consultez-vous les journaux en ligne ?
toujours
Souvent
Rarement
5. les journaux que vous consultez sont :
Elwatan
Liberté
TSA
Observalgérie
Autres :
6. La caricature attire votre attention ?
Oui
Non
Un peu
7. Que pensez-vous de ces caricatures ?

Caricatures de Dilem



Caricatures d'Ainouche :



Caricatures de Hic :



Caricatures de Sadki :



D'après vous, quels sont les messages essentiels de ces caricatures ?

Ces caricatures sont-elles vraiment représentatives du Hirak algérien?

Oui/non/pas

vraiment

A votre avis, les caricatures les plus représentatives sont de :

Dilem.

Sadki.

Ainouche.

Hic.

Résumé.

La caricature est une image révélatrice de la réalité, représentante des événements de l'actualité de tous les domaines : social, politique, culturel et idéologique. Elle critique et dénonce les vices et les injustices de la société à travers l'humour. La caricature est considérée comme un signe sémiologique qui sert à la communication en s'adressant à un public hétérogène.

Cette étude qui s'inscrit dans une perspective sémiolinguistique a pour but essentiel de relever les principales caractéristiques sémiologiques et linguistiques de la caricature tout en la soumettant à une approche comparative. De plus elle a également pour objectif de montrer le rapport de complémentarité entre le texte et l'image et de cerner les différentes représentations des lecteurs à l'égard de la caricature.

Mots clés : caricature, sémiolinguistique, étude comparative, communication, texte, image, représentation.

Abstract :

Caricature is a revealing image of reality, it represents events of all sorts : social, political, culturel and ideological. It criticizes and denounces the vices and injustices of society through humour. Caricature is considered as a semiological sign that serves in the process of communication which is addressed to a heterogeneous audience.

The study in question with its semiolinguistic perspective aims to highlighting the mains characteristics of caricature throughout a comparative approach. The study aims also to show complementary relationship between text and image and the different representations of readers concerning caricature.

Key words : caricature, semiolinguistic, study comparative, communication, text, image, representation.

ملخص:

إن الكاريكاتير صورة كاشفة للواقع، إذ تمثل الأحداث الجارية في جميع المجالات: الاجتماعية والسياسية والثقافية والأيدولوجية. كما أنها تنتقد وتستنكر رذائل ومظالم المجتمع من خلال الفكاهة. يعتبر الكاريكاتير علامة سيميائية تستخدم للتواصل من خلال مخاطبة جمهور غير متجانس.

هدف هذه الدراسة السيميائية اللغوية الأساسي المتمثل في تحديد الخصائص السيميائية واللغوية الرئيسية للكاريكاتير مع الخضوع لنهج مقارنة. بالإضافة إلى ذلك، فإنها تهدف إلى إظهار علاقة التكامل الموجودة بين النص والصورة وتحديد مختلف التصورات للقراء فيما يتعلق بالكاريكاتير.

الكلمات المفتاحية:

كاريكاتير، سيميائية لغوية، تحليل مقارنة، تواصل، نص، صورة، تصورات.