

UNIVERSITÉ KASDI MERBAH OUARGLA

Faculté des Lettres et des Langues

Département de Lettres et Langue Française



Mémoire

Master Académique

Domaine : Lettres et langues étrangères

Filière : Langue française

Spécialité : Sciences du langage et sémiologie de la communication

Présenté par

Mme: YAHMDI Mouna

Titre

**Pour une approche sémiotique de la caricature sociale
dans la presse écrite algérienne
(Cas des caricatures d'Ali Dilem dans "Liberté" 2016)**

Soutenu publiquement

le : 12/ 05 /2016

Devant le jury :

Mme SMAYEH Fatima	(M.A.A)	Président UKM Ouargla
Mme MARIR Asma	(M.A.A)	Encadreur UKM Ouargla
M. ZAHAL Mustafa	(M.A.A)	Examineur UKM Ouargla

Année universitaire : 2015/2016

Remerciement

J'adresse tous mes remerciements et gratitude à ma directrice de recherche Madame Marir Asma, pour sa grande disponibilité et ses conseils tout au long de la réalisation de ce mémoire.

Je remercie également tous les enseignants qui ont contribué à ma formation durant mon cursus et un grand remerciement à mes collègues et amis que j'ai rencontrés tout au long de cette formation et spécialement Merzaka et Badia.

J'adresse un grand remerciement à la personne la plus cher à moi Mon mari qui a été toujours à mes coté, de sa compréhension et sa grande patience, même dans les moments difficiles : il sait ce que je dois sa présence constante et efficace.

Je ne sais comment exprimer ma reconnaissance et mes remerciements à mes parents qui m'ont toujours encouragée à avancer et à finir.

Dédicace

*A mon cher mari qui a été toujours ma source
du pouvoir.*

*A mes chers parents qui m'ont toujours
soutenu sans relâche.*

*A mes anges Skander, Khalil, et ma petite
princesse Melissa.*

*A mes frères et mes sœurs: Raouf et Amar
Sabrina, Souhila et Amira.*

A mes beaux-parents.

Table des matières

Introduction générale.....	01
Chapitre 1: Présentation théorique et définition des notions.....	05
1.1 - Sémiologie ou sémiotique.....	06
1.1.1 - Sémiologie de la communication	07
1.1.2 - Sémiologie de la signification.....	08
1.2 - Le signe.....	08
1.2.1 – Typologie de signe.....	10
1.2.1.1 - L'icone.....	10
1.2.1.2 - L'indice.....	11
1.2.1.3 - Le symbole.....	11
1.3 - Image et significations.....	11
1.3.1 - Qu'est - ce qu'une image.....	11
1.3.2- Types d'image.....	12
1.3.3 – Quelques caractères de l'image.....	13
1.3.4 – L'image comme moyen de communication	14
1.3.5 - Relation texte image.....	14
1.3.6 - Les fonctions d'encrage et de relai.....	15
1.3.7- Dénotation et Connotation.....	15
Chapitre 2: L'expression journalistique à travers la caricature.....	16
2.1- L'expression journalistique.....	17
2.1.1 – Rapport entre texte et lecteur.....	17
2.1.2 – Perception journalistique.....	18
2.1.3 – Une tension propre au vécu social.....	18

2.1.4– Types d'images médiatique.....	19
2.1.4.1- Infographie.....	20
2.1.4.2- Dessin de presse.....	20
2.1.4.3- Photographie de presse.....	21
2.1.4.4- Dessin descriptive ou illustrative.....	21
2.2- La caricature.....	22
2.2.1- Définition.....	22
2.2.2- Les types de la caricature.....	23
2.2.2.1- caricature par amplification.....	23
2.2.2.2- caricature zoomorphique.....	23
2.2.2.3- caricature politique ou sociale.....	24
2.3 – Les procédés de la caricature.....	24
2.3.1- l'exagération à partir du physique.....	24
2.3.2- Animalisation et végétalisation.....	24
2.3.3- Pour faire rire.....	25
2.4- Les fonctions de la caricature.....	25
2.4.1- Informer.....	25
2. 4.2- La distraction.....	26
2.4.3- L'éducation.....	26
2. 4.4 -La publicité.....	26
2.4.5 - La contestation.....	26
2.4.6- Le reflet du vécu social.....	26
Chapitre 3 : Analyse et Interprétation.....	28
3.1- Mise en place du corpus.....	29
3.1.1- Présentation du journal en question.....	29

3.1.2- Biographie du caricaturiste "Ali Dilem"	30
3.1.3- Présentation des thèmes traités.....	31
3.2 – Impact des phénomènes sur la société Algérienne.....	32
3.2.1 - La crise financière et économique.....	32
3.2.2- Le chômage.....	32
3.2.3 - La sécurité Routière.....	33
3.2.4 –La hausse des prix.....	33
3.2.5 - Le problème d'importation des véhicules.....	34
3.3- Description des caricatures.....	34
3.3.1- Caricature N°01.....	34
3.3.2- Caricature N°02.....	35
3.3.3- Caricature N°03.....	36
3.3.4- Caricature N°04.....	37
3.3.5- Caricature N°05.....	38
3.4-Interprétation des caricatures de 01à05.....	39
3.4.1 -Caricature N°01.....	40
3.4.2- Caricature N°02.....	41
3.4.3- Caricature N°03.....	42
3.4.4- Caricature N°04.....	43
3.4.5- Caricature N°05.....	43
3.5 – Conclusion.....	44
Conclusion générale.....	45
Bibliographie.....	46
Annexes.....	51
Résumé.....	55

Introduction générale

Les journalistes sont, parmi nos citoyens, ceux qui nous transposent les événements du vécu social et qui essaient d'éclaircir aux lecteurs admirateurs l'ambiguïté cachée dans les coulisses ainsi que dévoiler les événements quotidiens.

Tous sont des vulgarisateurs qui rendent clair ce qui est compliqué. Leur objectif est donc, lié étroitement à celui de leurs fonctions qui est le journalisme, sa mission consiste à informer les citoyens et de fournir l'information exacte et fiable dont ils ont besoins pour fonctionner dans la société où ils appartiennent et hors de toutes influences. En effet les masses médias tels que la télévision, la presse écrite adoptent plusieurs stratégies et moyens pour transmettre les nouveautés du quotidien social ainsi pour argumenter et convaincre le public, et avec l'avènement de la démocratie comme système politique, ce qui a donné plus de crédibilité à la presse et sans oublier de mettre l'accent sur le caractère le plus marquant celui de la liberté d'expression et d'information.

La presse d'information est peu à peu lancée par les contrepoints humoristiques que sont les jeux de mots et les dessins de presses, la force de ce dernier consiste à dépasser une simple fonction illustrative en exerçant un effet en retour sur l'écrit par sa valeur éloquent.

En effet la caricature est l'un des dessins humoristiques journalistiques porteurs de symbole de la démocratie médiatique, les sémiologues l'ont classifié l'une des images médiatique, ils l'ont considéré comme un moyen de communication et un signe « *exprimant des idées par un processus dynamique d'induction et d'interprétation* »¹, son caractère satirique garantie sa liberté d'expressions d'une manière implicite elle permet aux rédacteurs de s'exprimer et de dire ce qui est interdit par le billet de l'écriture.

Nous avons choisi de travailler sur les caricatures du célèbre journaliste, autrement dit dessinateur caricaturiste "**Ali Dilem**", ce nom qui a raflé tous les suffrages, il a adopté l'humour comme stratégie ainsi qu'un choix personnel pour exprimer sa pensée, en particulier lorsqu'il s'agit de traiter un thème d'actualité percutant, cette humour peut

¹MARTINE Joly, *L'image et les signes*, Ed. Armand Colin, Paris, 2005, p.36.

être l'expression spontanée de nos réactions, mais aussi un outil ou plus exactement un brette de transmission pour faire reconnaître l'information, cela est fait par le billet de la caricature.

Le journaliste Ali Dilem emploie la caricature dans la presse écrite algérienne « Liberté », vu son caractère attractif, bref et rapide dans la transmission du message, et qui cherche à provoquer une réaction émotionnelle chez les lecteurs. La plume de Dilem a pu surmonter les conséquences de son audace et sa franchise avec tous les dépassements des limites mais il n'a jamais dénoncé, et ses dessins de caricatures font la une d'actualité jusqu'à nos jours avec un grand succès.

Notre étude est portée sur les dessins de presses et plus précisément la caricature sociale, dont son fonctionnement est basé sur l'humour, la dérision et aussi la contestation, elle est considérée comme le symbole de démocratisation des médias ainsi qu'elle est l'un des moyens qui garantissent la liberté d'expression.

Ce signe d'évolution des médias, et des sociétés, pareil à tous les modes de représentations de la réalité et qui reflète également le caractère ainsi la personnalité de son réalisateur. Nous avons choisi les caricatures d' Ali Dilem comme corpus de notre recherche vu son importance dans la société algérienne depuis son commencement jusqu' aujourd'hui. Elle marque la dernière couverture du journal "Liberté" et elle braque la lumière sur l'actualité. Dilem par son humour a réussi dans sa mission celle de regorger la réalité telle qu'elle est vécue dans notre quotidien. En effet la problématique qui vient se poser là est : La caricature peut-elle représenter le fait social? Quels sont les mécanismes interprétatifs et argumentatifs employés par la caricature?

Pour répondre à ces questionnements, nous pouvons envisager les hypothèses suivantes:

- La caricature est un moyen de communication économique employé par le caricaturiste dans la presse écrite reflétant sa pensée ainsi qu'elle reflète les événements de l'actualité et le vécu social.
- La sémiologie fournit des outils d'analyse et d'interprétation qui nous conduisent à lire et à dégager le sens véhiculé par la caricature.

Dans le but de vérifier et de renforcer ces hypothèses, notre travail aura pour objectif de montrer comment les caricatures sociales de Ali Dilem peut- elle refléter le vécu social, ainsi d'expliquer l'intension critique dans la presse écrite relative aux vécu social puis nous tenterons d'analyser la caricature en tant que langage destiné à décoder.

Pour bien mener notre recherche nous allons suivre une démarche descriptive et analytique à la fois pour analyser cinq caricatures de Dilemde divers événements sociaux publiées quotidiennement dans le journal "Liberté", afin de montrer l'ensemble des éléments qui forment une unité de sens à travers le discours, le dialogue et l'image, pour voir à quel point l'engagement du caricaturiste en tant que dessinateur et en tant que reporter du vécu algérien par ses caricatures arrive à provoquer le lecteur et à critiquer des événements vécus à travers l'image que celui-ci publie.

Effectivement, et pour mener ce travail sur les rails d'enchaînement nous allons adopter un plan composé de trois chapitres : dans le premier qui s'intitule "**Présentations théoriques et définitions des notions**", nous allons présenter des notions théoriques autour de la sémiologie telles que, une distinction entre sémiologie et sémiotique, les deux mouvements sémiologiques distingués par Saussure, puis définir le signe et donner ses différents types. Ensuite expliquer la notion de l'image et citer ses types, ainsi mettre l'accent sur quelques caractéristiques de l'image. Ensuite nous avons tenté d'évoquer l'image comme moyen de communication, le rapport entre le texte et l'image et enfin nous aborderons les deux fonctions de l'image tel que encrage et relai.

Le deuxième chapitre s'intitule "**l'expression journalistique à travers la caricature**" nous allons d'abord commencer par la présentation de l'expression journalistique tel que le rapport entre le texte et le lecteur, la perception, en suite nous abordons la tension qui est propre au vécu social; nous allons évoquer aussi les types d'images médiatiques, et enfin nous aborderons l'image dans la presse (la caricature), la définir, donner ses types, ses procédés et ses fonctions.

Le troisième chapitre s'intitule "**analyse et interprétation**" constituant la phase pratique, nous commençons par la mise en place du corpus dans un tableau récapitulatif, un aperçu du journal et une petite biographie du caricaturiste. Ensuite nous aborderons

les thèmes traités. Par la suite nous focaliserons sur la description puis l'interprétation des cinq caricatures choisies traitants des différents thèmes sociaux. Pour clôturer le présent travail nous dégagerons la relation entre le texte et l'image ainsi le taux de reflet du vécu social des citoyens.

Chapitre 1

Présentation théorique et définitions des notions

1.1-Sémiologie ou sémiotique

Ces deux disciplines sont synonymes, mais il y a une certaine différence entre les deux qui vient simplement de leurs origines linguistiques : la sémiotique fondée par le théoricien Charles Sanders Peirce (1839-1914) et la sémiologie d'origine européenne fondée par Ferdinand de Saussure (1857-1913) il s'est inspiré de Roland Barthes lors de la construction et de l'élaboration de la sémiologie dans son expression: « *C'est une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale* »², elle est conçue comme une science qui étudie tous les systèmes de signe ou de symboles comme (image, gestuel, théâtre...) grâce aux quelles l'homme sera capable de communiquer au sein de la vie sociale .

Cependant plusieurs sémioticiens qui proposent un sens à part et chacun selon son point de vu comme il est confirmé par KLINKENBERG Jean-Marie : « *Pour certains théoriciens, sémiologie désigne en effet la discipline qui couvre tous les types de langage, sémiotique (...) soit un de ces langages* »³.

Partant de ce point de vu nous constatons que la sémiologie au début de son apparition était la science mère qui englobe tous types de langage dont la sémiotique fait partie.

Ainsi que Martine Joly a mentionné:

*« Quoique la chose soit plus complexe, que les deux termes ne sont pas pour autant synonymes : le premier, d'origine américaine, est le terme canonique qui désigne la sémiotique comme philosophie des langages. L'usage du second d'origine européenne, est plutôt compris comme l'étude de langages particuliers (images, gestuelle, théâtre, etc.) »*⁴

Le vocable « sémiotique » est devenu le plus utilisé et mis au point pour désigne la science générale qui étudie les systèmes des signes. C'est ce qu'on trouve chez (L' AIS) « L'Association Internationale de Sémiotique », fondée par A.J. Greimas.

Avec le temps les recherches ont confirmées que le terme "sémiotique" comme celui de "sémiologie" ne sont pas pour autant des synonymes, la différence entre les deux disciplines ne réside pas seulement dans l'origine mais, il faut bien noter que la sémiotique prend en charge l'es signes y compris les signes linguistique et elle privilégie

²ROLAND Barthes, encyclopédie universitaire (en ligne) in <http://www.Universalis.fr/encyclopedie/roland-barthes>, consulté le 19 mai 2016.

³ KLINKENBERG, Jean-Marie. 1996. Précis de sémiotique générale. Paris : Boeck Université, 1996, p22.

⁴MARTINE Joly. *Introduction à l'analyse de l'image*, Edition Armand colin, Paris 2006, p22.

les étudier dans une situation, alors que la sémiologie prend en charge tous les signes ayant un aspect spécifique non linguistique.

En Europe, viennent les successeurs du linguiste genevois Ferdinand de Saussure, ces derniers se dévièrent en deux mouvements sémiologiques importants, le premier est la sémiologie de la communication et le deuxième est la sémiologie de la signification.

1.1.1-Sémiologie de la communication

Ce mouvement est fondé par le groupe des linguistes belges suivants: (Georges Mounin, G. Martinet, Eric. Buyssens, L. J. Prieto) leur principe était : «*La sémiologie peut se définir comme l'étude des procédés de communication, c'est-à-dire des moyens utilisés pour influencer autrui être reconnu comme tel par celui qu'on veut influencer*»⁵. Les travaux de ce courant est plus visé vers le système des signes de la communication en délimitant le champ d'étude de la sémiologie, c'est-à-dire les signes employés volontairement sont mis en évidence pour transmettre un message autrement dit pour communiquer un sens entre émetteur et récepteur.

La sémiologie de la communication prend en charge les phénomènes intervenants dans une communication c'est-à-dire les moyens conventionnels utilisés afin d'arriver à influencer l'autrui. L. Prieto, en 1968 annonce: «*La sémiologie est la science qui étudie les principes généraux qui soutiennent le fonctionnement du système des signes ou de codes et qui établit leur typologie*»⁶. Sachant bien que la sémiologie apparaît, comme la discipline qui fait la description du fonctionnement de tous les systèmes de communication (*signaux, codes...*), pour cette raison nous pouvons réaliser une intention de communication.

1.1.2 -Sémiologie de la signification

Le fondateur de ce courant est R. Barthes, ses études sont basées sur les signes et les indices sans faire la différence entre l'un et l'autre. Ce point de vue est rejeté vu que dans certain cas, on ne peut décider sans comparer entre les deux. Selon Roland Barthes,

⁵F. De Saussure, in D. Morsly et (All), in *Introduction à la sémiologie (texte /image)*, O.P.U, Alger, S. D, P.17.

⁶F. de SAUSSURE, in X. *La sémiologie*, in site : [http:// : www.ifrance.com/sémiologie_linguistique/pagedéfinition.html](http://www.ifrance.com/sémiologie_linguistique/pagedéfinition.html) ; S.D.L.X. Consulté le 15/03/2016.

l'objet d'étude de la sémiologie c'est bien l'ensemble des individus qui forment la société, ce qui pousse G. Mounin de dire que la sémiologie de la signification se particularise par « *Le rejet de la distinction signe/indice et prend le langage comme étant un fait social* »⁷.

1.2)-Le signe

La notion de signe dès son apparition a été défini par plusieurs théoriciens parce qu'il y'avait une certaine nuance entre " symbole "ou" indice". Les individus de l'antiquité utilisent le signe dans leur vie comme moyen de vivre et de communication entre eux,"*le signe ne caractérise pas seulement une civilisation industrialisée et urbaine mais même immergé dans la nature* "⁸,c'est-à-dire l'homme comme individu qui peut subir tout sorte de changement dans sa vie (les maladies),il vivait dans un monde de signes, les phénomènes naturel en soi, ne communiquent rien , ils ne "parlent" à cette homme sauf s'il est enseigner au sein de toute la tradition rural comment arriver à les lire.

De ce fait qu'Umberto Eco dégage que l'usage du signe par l'homme est indispensable dont il vit dans un monde de signes « *non parce qu'il vit dans la nature, mais parce que, alors même qu'il est seul, il vit en une société.*»⁹.Partant de la logique d'Umberto Eco en pensant que l'homme est toujours considéré comme un élément intégré dans la société, où il partage des signes avec le milieu dont il fait partie, alors il distingue deux genres de signe : intentionnels (signe de vie, signe d'amitié) et des signes non intentionnels (les nuages pour la pluie, la pâleur pour la fatigue).

Selon le dictionnaire philosophique de Lalande le signe possède une caractéristique élémentaire d'être à " *la place de quelque chose d'autre d'être un tenant lieu de* "¹⁰, nous pouvons trouver cette spécificité dans les signes qui reflète un symbole mathématique, physiques ou chimiques, de dessins ou diagrammes, emblèmes ...etc.

De ce fait le signe est défini comme « *un objet matériel, figure ou son perceptible tenant lieu d'une chose absente ou impossible percevoir, et servant soit à la rappeler à*

⁷MORSLY. D, *Introduction à la sémiologie (texte image)*, Alger, d : XX.P. 19.

⁸MARTINE Joly, *l'image et les signes*, Armon colin, France, 2006, p 26.

⁹ECO Umberto, *Le signe*, Édition Labor, Bruxelles, 1988, p26.

¹⁰MARTINE Joly, *l'image et les signes*, Armon colin, France, 2006, p 27.

Chapitre1:Présentation théorique et définitions des notions

l'esprit, soit à se combiner avec d'autres signes pour effectuer une opération»¹¹, le signe existe dans notre quotidien, nous l'apercevons comme (les gestes, une couleur, un objet) pour représenter quelque chose d'autre abstraite, l'une d'elle peut se communiquer tout seul (faire un geste de la tête pour dire oui ou bien non), comme le message peut être transmis par la combinaison de plusieurs signes par exemple (un homme amoureux pour faire partager et transmettre son message à son partenaire il peut lui offrir une fleur rouge.

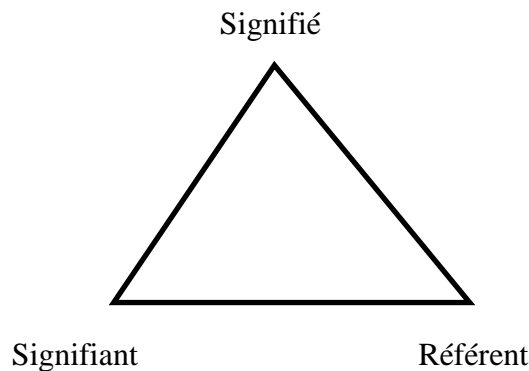
Pour Ferdinand de Saussure le signe se définit ainsi : *« le signe comme une réunion d'un signifiant et d'un signifié à la façon du recto et du verso d'une feuille de papier ou encore d'une image acoustique et d'un concept jusqu'à ce que Saussure trouvât les mots : signifiant et signifié»¹².*

D'après cette définition proposée par F. Saussure nous pouvons dire que le signe est composé de deux faces inséparables : la première est la face e qui est le signifiant et la deuxième face est le sens que nous voulons transmettre lors de la communication. Saussure compare le signe linguistique à une feuille à deux faces, recto qui est le signifiant ou l'image acoustique et le verso qui est le signifié ou le concept désigné. Pour C. S. Peirce un signe est : *« quelque chose tenant lieu de quelque chose pour quelqu'un, sous quelque rapport ou à quelque titre.»¹³, par contre de la définition précédente proposée par Saussure, il voit qu'un signe entretient une relation entre trois pôles indissociables: une face perceptible qui est le (représentamen) ou le signifiant, la représentation dans la réalité (l'objet) ou référent, et la signification (interprétant) ou le signifié schématisé par le célèbre triangle représentatif de la relation entre ces trois pôles .*

¹¹Ibid, p27

¹²FERDINAND de Saussure, in R Barthes, *l'aventure sémiologique*, édition Seuil, Paris, 1985, P 38.

¹³MARTINE Joly, *Introduction à l'analyse de l'image*, Edition Armand Colin, Paris 2006,p.25.



Le schéma du triangle sémiotique¹⁴

Cette triangulation proposée par Saussure représente le mouvement dynamique procédé par tous les signes étudié dans le processus sémiotique, dont leur signification dépend de plusieurs facteurs tel que le contexte de son apparition comme de l'attente de son récepteur.

1.2.1-Typologie de signe

Le signe est classifié selon la fonction de relation existant entre le signifiant (la face perceptible) et le référént (l'objet) et non pas le signifié. Dans cette perspective Peirce a distingué trois types de signes: l'icône,l'indice et le symbole.

1.2.1.1- L'icone

L'icône renvoie au signe dont son signifiant entretient une relation de ressemblance avec l'objet qu'il représente dans la réalité par exemple l'image d'un chat est une icône puisqu'elle a une relation d'analogie avec l'animal, mais reste à dire que ce n'est pas généraliser c'est-à-dire l'icône n'est pas toujours une image visuelle,les signes imitatifs des (gout et odeurs) peuvent être aussi des signes iconique comme le gout synthétique de certains aliments. Peirce distingue trois types de signes iconiques: l'image, le diagramme et la métaphore.

¹⁴Ibid, p26

1.2.1.2- L'indice

L'indice est signe caractérisé par *"une relation de contiguïté physique avec ce qu'il représente"*¹⁵. C'est-à-dire la première idée directement qui vient à l'esprit de la chose manifestée, ce genre de fonctionne par la relation de causalité à titre d'exemple la fumée pour le feu, le nuage pour la Pluit.

1.2.1.3-Le symbole

Ce troisième type de signe représente une relation arbitraire conventionnelle entre le représentant et l'objet qu'il représente, c'est un signe commun que tout le monde peut l'identifier facilement et pour rejoindre un sens unique comme les différents drapeaux. Mais il faut bien faire attention, parce que Peirce a intégré dans cette catégorie le langage verbal qui renvoi au signe linguistique.

1.3 - Image et significations

1.3.1- Qu'est-ce qu'une image

L'image est une représentation fidèle de la réalité, elle est toujours perçue comme un tout, par construction ou par convention, ayant une signification globale, cette notion est utilisée dans plusieurs domaines scientifiques et technologiques vu son caractère pluridimensionnel.

Une image est un ensemble de signe qui convient d'être interpréter, de ce fait elle est considérée comme une icône, d'où cette notion repose sur la ressemblance à l'objet représenté, comme elle est défini par Charles Sandres Peirce comme étant : *« un signe iconique lorsqu'il peut représenter son sujet essentiellement par ses similarités »*¹⁶. L'image est donc relative à l'étude de message visuel, ce qu'on parle ici est applicable pour les images visuelles tel qu'il est le cas des affiches publicitaires, dont les images sont misent en place pour l'objectif d'attirer l'attention du lecteur.

¹⁵MARTINE Joly, *L'image et les signes*, Edition Arman colin, Paris 2005, P31.

¹⁶CHARL. Senders Peirce, Martine Joly, *L'image et les signe, Approche sémiologique de l'image fixe*, Edition Nathan, Paris, 1994, P80.

Partant de ce principe Martin Joly fixe le sens de l'image tel que :«l'image est hétérogène»¹⁷, c'est-à-dire qu'au sein d'un espace bien limité elle regroupe plusieurs éléments appartenant à des catégories différentes , Image au sens propre ou théorique du mot (signe iconique) et aussi des signe plastiques (couleurs , formes, composition interne, texture, et la majorité du temps le signe linguistique, nous constatons qu'il y a une relation de complémentarité entre les deux signe iconique et plastique pour arriver à lire l'image sémantiquement.

1.3.2- Types d'image

La classification de l'image été faite par plusieurs chercheurs, tel que Jean-Jacques Wunenburger: «*images perceptive, mnésique, anticipatrice, inconsciente, matricielle et matérielle*»¹⁸. Cette classification reflète plutôt l'ontologie de l'image s'appuyons sur la présentation des images dans l'esprit humaine.

D'un autre coté Martine Joly présente une autre classification de l'image tel que : image médiatique et image rhétorique, il essaye d'étudier les angles d'interprétations de l'image, dans cette approche Joly nous montre la manière dont la quelle l'image médiatique et rhétorique fonctionnent dans la phase de l'interprétation. Le dictionnaire de didactique aussi donne une autre interprétation didactique de l'image« *en didactique des langues : auxiliaire visuel se présentant sous différentes formes selon les techniques utilisées : (image fixe : diapositives, films fixes, bandes dessinées, figurines et image animée : films animés, dessins animés* »¹⁹. Dans cette explication, Galisson nous présente les types d'images utilisées dans le domaine pédagogique (classe de langue). Ces éléments, nous pouvons les subdiviser en deux types d'image. Pour l'image fixe, ce genre peut engendrer des sous genre comme les photos, les caricatures, les affiches publicitaires, les dessins, alors que pour les images animées, dans ce genre nous pouvons trouver les dessins animés, le cinéma, les films publicitaires, les vidéos, l'internet...etc., et comme notre objet d'étude(la caricature) appartient au premier type (l'image fixe) nous allons voir les mécanismes d'analyse de l'image fixe.

¹⁷ MARTINE Joly, *Introduction à l'analyse de l'image*, Edition Armon colin, Paris 2006, p30.

¹⁸Jean-Jacques Wunenburger, *Philosophie des images*, Edition PUF, Paris, 2007, P28.

¹⁹Galisson.R, Coste. D, *Dictionnaire de didactique des langues*, Hachette, Paris ,1976 .

1.3.3- Quelques caractères de l'image

L'idée que nous l'avons déjà constaté que l'image représente à la fois un message visuel et un langage« *un message pour autrui, même lorsque cet autrui, est soi-même*»²⁰, son emploi est objective, pour cela nous l'utilisons comme moyen d'expression et de communication qu'elle soit expressive ou communicative.

Constatons que l'image, comme toute langage, elle accomplit la fonction de communication, donc nous pouvons lui appliquer la théorie de Jakobson :

«Aux théories de la communication de Roman Jakobson, c'est-à -dire qu'elle possède de ce fait les fonctions dégagées par le signe linguistique, par celui-ci. Le fameux schéma qui représente à pôles de communication verbale et leurs fonctions»²¹.

Selon Roman Jakobson:

« Le langage doit être étudié dans toute la variété de ses fonctions. Il élabore le fameux schéma à six pôles des “ facteurs inaliénables ”; de la communication verbale, qui ensuite a été repris comme schéma de base des facteurs constitutifs de tout acte de communication dont la communication bien entendue»²².

Sous la lumière de cette citation nous montrons les différentes composantes nécessaires qui doivent être présent dans toute situation de communication dans le schéma de Jakobson suivant:

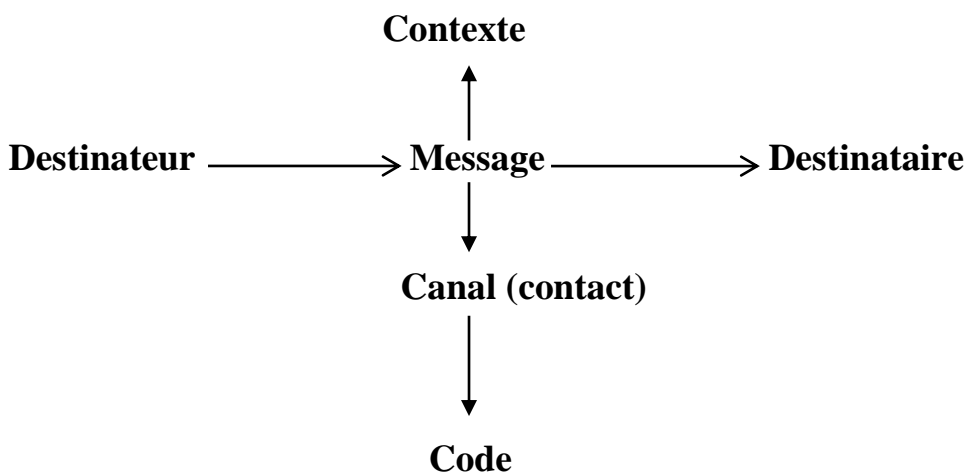


Schéma de la communication

²⁰MARTINE Joly, *Introduction à l'analyse de l'image*, Edition Armon colin, Paris 2006, p45.

²¹MARTINE Joly Op.Cit, p 46

²² ROMAN Jakobson, in M. JOLY, *Introduction à l'analyse de l'image*, Op.Cit, P.46

Pour que la communication sera réussite cela exige que le message transmis doit être insérer dans un contexte, la présence d'un code commun (la langue) entre l'émetteur de l'information et le récepteur. Il lui faut aussi un canal physique qui permet d'établir et de maintenir la communication (le moyen physique avec lequel nous pouvons transmettre le message). Plusieurs théories de communication ont essayé d'étudier le processus de transmission de l'information, mais celui de R. Jacobson le plus opératoire pour comprendre les principes de la communication verbal ou autres.

1.3.4-L'image comme moyen de communication

Aujourd'hui l'image occupe une place de plus en plus importante, elle est omniprésente dans notre quotidien, elle est un langage qui nécessite la présence d'un émetteur et d'un récepteur, de ce fait elle est conçu comme une composante importante de toute système d'information, elle est employée comme support privilégiés de la communication humaine,«*L'usage contemporain du mot " l'image" renvoie le plus souvent à l'image médiatique, elle est souvent critiqué par leur récepteur ainsi quelle est commentée, adulé ou vilipendé par les médias eu même*»²³.

L'utilisation de l'image non pas seulement pour une simple illustration mais le plus important qu'elle est considéré comme un moyen pour faire passer l'information a l'autrui pour cette raison les masses médias abreuvent leur public par ce matériel visuel destiner à capter leur attention et à infléchir leur comportements et attitudes.

1.3.5- Relation texte image

Considérons l'image comme un message visuel composé de plusieurs signes, comme nous l'avons déjà expliquée, elle est souvent associée d'un message textuelle, et l'interprétation du sens véhiculé par l'image peut s'orienter différemment selon quelle est ou non en relation avec le message linguistique, de ce fait la relation entre le texte et l'image est bien déterminer grâce aux fonctions d'encrage et de relai proposées par Roland Barthes et L. Badin qui servent à orienter le lecteur vers le sens exacte ,à ce niveau Floche Jean-Marie éclaircie cette idée comme suit:

²³-MARTINE Joly,*Introduction à l'analyse de l'image*, Edition Armon colin, Paris 2006, P09.

« A la parution de l'annonce en pleine page de quotidien, le lecteur ne pouvait pas ne pas voir d'abord l'image; (...) l'image reste frappant ; elle reste ce qui est vu d'emblée. Et le lecteur qui aura lu ensuite le titre du livre saisira tout à la fois le rapport entre l'image et le titre et l'adéquation partielle entre ceux-ci. »²⁴.

1.3.6 -Les fonctions d'ancrage et de relais

La fonction d'encrage c'est celle qui concerne l'accompagnement linguistique de l'image elle tend à réduire sa polysémie comme l'affirme Rolon Barthes *« elle arrête la chaîne flottante des signifiés »*²⁵. Cette fonction guide et oriente le lecteur pour choisir une signification parmi celles possibles, empêchant l'interprétation subjective.

La fonction de relai offre un sens complémentaire, du texte (message linguistique) que l'image ne porte pas, le texte détermine des informations supplémentaires comme les personnages, le lieu et le temps, et nous la trouvons pas dans l'image seule. de ce fait R Barthes dit: *« [...] plus rare (du moins en ce qui concerne l'image fixe) ; on la trouve souvent surtout dans les dessins humoristiques et les B D. Ici, la parole (le plus souvent un morceau de dialogue) et l'image sont dans un rapport de complémentaire »*²⁶.

1.3.7- dénotation et Connotation

La dénotation signifie le ou les sens objectifs d'un mot, ce sont les sens figurant dans le dictionnaire, par exemple le nom *blanc* désigne une couleur ou la matière qui est de cette couleur pour tous les spécialistes de la langue.

La connotation est un sens donné au mot, qui implique plusieurs valeurs telles qu'une valeur culturelle ou morale pour les gens qui ont une expérience ou des références communes, géographique, social, politique, artistique. Les connotations nous les trouvons pas dans les dictionnaires généralement, pour les comprendre le lecteur doit les situer dans le contexte dans lequel le texte a été produit.

²⁴- JEAN-MARIE.Floche, *Sémiotique, marketing et communication (sous les signes, les stratégies)*, PUF, Coll.« Formes sémiotiques », Paris, 1995.p. 169

²⁵-ROLAND. Barthes, *Rhétorique de l'image*, Communication, N°4, Seuil, 1964, p44.

²⁶-Ibid., p.43-44.

Chapitre 2

L'expression journalistique à travers la caricature

2. 1-L'expression journalistique

2.1.1 - Rapport entre texte et lecteur:

Partant de cette idée qu'un texte est un tissu de signes. Il est ouvert, interprétable, mais il doit être présenté comme un tout cohérent. Il construit son Lecteur Modèle, et est davantage une totalité où l'auteur cherche et agence les mots puis le lecteur, puis le sens. Le lecteur doit donc appliquer un jugement sémiotique, pour arriver au sens du texte, surtout s'il est implicite, le destinataire doit mettre en œuvre des processus de coopération interprétative.

Dès lors, le lecteur se trouve pleinement plongé dans les préoccupations des études littéraires ; sa réception de l'œuvre littéraire est l'objet principale dans l'analyse de cette dernière. Le lecteur en participant à l'actualisation du sens de l'œuvre et en déployant son système de normes esthétiques sociales et culturelles, s'emploie à déclencher le processus de la réception à travers la lecture qui mène à décortiquer les différentes significations véhiculées.

La notion de la réception selon le dictionnaire de la critique littéraire est la suivante: « *perception d'une œuvre par le public. [...] Etudier la réception d'un texte, c'est accepter que la lecture d'une œuvre est toujours une réception qui dépend du lieu et de l'époque où elle prend place* »²⁷. Ainsi, la lecture après avoir bouleversé les horizons d'attentes, libère le lecteur de ses idées anticipées, lui ouvre de nouvelles perspectives, crée de nouveaux goûts, lui offre la possibilité d'être intégré dans le monde moderne.

D'après THERIEN, Gilles « *Lire n'est pas une activité simple mais plus qu'une simple activité* »²⁸. La lecture d'une œuvre littéraire est faite donc de deux dimensions : l'une est liée au texte lui-même, elle est commune entre tous les lecteurs et l'autre se varie d'un lecteur à l'autre selon sa propre vision du monde.

²⁷GARDE –TAMINE, JOELLE Hubert, Marie Claude. Dictionnaire de critique littéraire. Edition Armand Colin, Paris, 2002, p.174.

²⁸Note de lecture

Cette activité est toujours dynamique comme il est affirmé par Iser :

« La lecture est interaction dynamique entre le texte et le lecteur, car les signes linguistiques du texte et ses combinaisons ne peuvent assumer leur fonction que s'ils déclenchent des actes qui mènent à la transposition du texte dans la conscience de son lecteur. Ceci veut dire que des actes provoqués par le texte échappent à un contrôle interne du texte. Cet hiatus fonde la créativité de la réception »²⁹.

On peut dire donc, que l'expérience de la lecture est accomplie au moment où le lecteur confronte sa vision du monde à celle impliquée par le texte. Cela confirme l'existence d'une relation active et fructueuse entre le texte et le lecteur.

2.1.2 -perception de l'expression journalistique

La presse écrite est considérée comme, le pont de communication qui relie l'auteur avec son lecteur, elle apporte sans doute une variété d'informations et surtout avec approfondissement, un détail que le citoyen cherche à comprendre et il ne les trouve pas dans les médias audiovisuels tels que radio et télévision. En effet l'écriture journalistique n'est pas une simple activité réalisée par les journalistes, qui vise la transmission des informations mais ils doivent vérifier la véracité des informations, ainsi d'apprécier son importance et son intérêt chez le public.

Évidemment, les thèmes et les différents domaines de pratiques sociales traités et développés dans la presse sont en rapport avec le vécu du citoyen et de l'actualité d'une façon générale.

2.1.3 -Une tentions propre au vécu social

Depuis l'avènement de la presse écrite, les médias ne cessent pas d'influencer la société parce que la collectivité a besoin d'être informée immédiatement, car l'événement touche la vie quotidienne de l'ensemble de public, de ce fait le discours journalistique s'intéresse essentiellement à ce qui touche à l'espace public dans l'actualité, car l'actualité d'une information ne dépend pas seulement du lieu, mais le plus important

²⁹ ISER Wolfgang, *L'acte de lecture, théorie de l'effet esthétique*. Edition Pierre Mardaga, Bruxelles, 1985. p.198.

qu'elle dépend de l'identité même du public visé, et comme la société est formée de différents groupes de personnes qui ont des modes de vie et des préoccupations bien sur différentes, ce qui les amène à s'intéresser à des informations différentes.

Les moyens de diffusion de l'information peuvent modifier les idées des gens, ainsi que leur point de vue, elles rapportent les événements avec toute fidélité.

En feuilletant le journal nous remarquons une certaine diversité et classification thématique, et la dominance thématique dans la chronique est celle qui touche de près les pratiques sociales relevant de la sphère publique elle arrive à manipuler le citoyen en divulguant sa propagande, cela à travers une multitude de supports de la presse. Par ailleurs, en dehors de la presse écrite il existe d'autres supports tels que les images médiatiques destinées à renforcer l'influence sur l'opinion des citoyens.

2.1.4 - Types d'image médiatique

Le citoyen comme étant un individu ayant le caractère de recherche et de curiosité à la fois, il reçoit les informations par maints moyens, les médias sont considérés comme l'outil de transmission de l'information tels que la télévision, la radio et la presse écrite adoptent plusieurs stratégies et moyens pour transmettre les nouveautés du quotidien social ainsi pour argumenter et convaincre le public, et avec l'avènement de la démocratie comme système politique, ce qui a donné plus de crédibilité à la presse et sans oublier de mettre l'accent sur le caractère le plus marquant celui de la liberté d'expressions et d'information, elle utilise plusieurs techniques et moyens pour médiatiser l'information, l'une de ces moyens c'est bien l'image médiatique elle est placée dans le journal vu son caractère rapide dans l'accroche du lecteur. L'image médiatique se regroupe en trois grands types : *l'infographie, le dessin de presse et la photographie.*

2.1.4.1– Infographie

L'infographie, selon le dictionnaire Robert, est « *Un procédé de création d'images assistées par ordinateur* »³⁰. Avec l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication qui mène toutes les systèmes d'utiliser l'ordinateur comme moyen facilitateur pour la publication et la diffusion aussi. Les infographies:

« [...] *l'infographie, jadis totalement accessoire, est presque devenue dominante* »³¹

L'infographie connaît un développement considérable dans le domaine de la presse : graphique, carte, organigramme, schéma et dessins, ces supports d'illustrations sont employés dans la presse comme un langage communicationnel mondial, véhiculant des opinions et des émotions.

2.1.4.2- Dessin de presse

Comme son nom l'indique, le dessin de presse c'est un dessin publié comme support médiatique et sa création n'été autre que pour cette raison. Il braque la lumière l'actualité et plus précisément sur le vécu social, il est caractérisé par un ton critique avec un regard décalé, mais plus audacieux que peut l'être celui des articles ou des reportages, et qui apparaisse sous une forme humoristique comme il est mentionné par G.Gauthier: «*Le dessin de presse, voué à l'humour, n'est pas descriptif, au point que lorsqu'un journal publie un dessin à des fins essentiellement descriptives, personne ne parle de dessin de presse*»³².

Le dessin de presse n'est pas toujours présent dans la presse, souvent sous forme de caricature, ou un graphisme proche de la BD plus simplifié. Les dessinateurs de presse sont des artistes, ils réalisent leurs dessins à la main, qui se présente seul ou accompagner d'un texte, parfois le dessin véhicule un message ou une idée que son réalisateur veut la transmettre aux lecteurs et dans d'autre cas il illustre un article pour donner un point de vue partiel et souvent de manière humoristique.

³⁰ Dictionnaire de français Robert, P.995.

³¹MOURIQUAND Jacques in *L.LUGRIN* : Les ensembles rédactionnels : multi-texte et hyper structures, Médiatiques, Louvain-la-Neuve; ORM.; 2000: *Les mélanges des genres dans l'hyper-structure*“, Semen, n°13, Besançon.

³²GAUTHIER Gilles, *Vingt + Une leçons sur l'image et le sens*, Paris 1989, Edition dilig. P.105

Généralement le dessin de presse peut être présenté en trois types de dessin: Le dessin de presse ou humoristique ou du moins présentant une opinion autrement dit la caricature, et le dessin illustrative pour effet descriptif.

2.1.4.3- Photographie de presse

La photographie de presse est une technique de reproduction d'une image sur un espace sensible, dès le début du XIX^e elle est considérée comme «une imitation parfaite de la réalité»³³, elle est employée dans la presse comme élément important d'illustration ou de mise en scène d'une information, souvent elle accompagne le texte, sa fonction principale est l'accroche et la vulgarisation de fait auprès des lecteurs ainsi qu'elle occupe une fonction fondamentale vu le caractère indiciel qu'elle représente «Photographie [...], parce que ses caractéristiques techniques lui permettent d'enregistrer le réel, présenter un caractère analogique beaucoup plus accusé que les autres formes de représentation graphique ou picturale»³⁴. Classons la photographie comme sous-catégorie de l'image à ce point selon la théorie peircienne il la range dans la catégorie des symboles «rejoignons toutes les représentations conventionnelles du monde»³⁵.

2.1.4.4- Dessin descriptif ou illustratif

Certains éléments descriptifs sont inclus dans une image peuvent être utilisés par le rédacteur de presse ou le réalisateur de ce dessin.

Le dessin de presse inclut les infographies, les croquis d'audiences, ... etc., et comme le journal diffuse des articles et des informations importantes qui doivent être illustrés pour attirer l'attention des lecteurs, cela peut servir aussi à l'esthétique ou la décoration du journal pour objectif commercial. «Dans une seconde acception, illustrer signifie rendre claire, par exemple une mise en situation, une vulgarisation propre à toucher

³³- MARTINE Joly, *L'image et les signes*, op cit, Paris 2005, p 61.

³⁴- MAURICE Mauillaud et JEAN FRANSOI Tetu, *Le journal quotidien*, Lyon, PU Lyon 1989. P78

³⁵ CHARLES S. Pierce, in Martine Joly, *Image et les signes*, op. cit, Paris 2005, p62.

un maximum de lecteurs. Tel est le rôle d'un dessin faisant intervenir tout le monde par exemple»³⁶.

2.2 - La caricature

2.2.1- Définition de la caricature

Le mot caricature est originaire latin "caricare", qui signifie **charger**. Plusieurs définitions qui ont été donné pour ce terme, pour nous éclaircir ce mot ainsi de présenter leur explications possibles.

La caricature selon Le Petit Larousse (1989) est:

1. « *Dessin, peinture, etc., donnant de quelqu'un, de quelque chose une image déformée de façon significative, outrée, burlesque.* 2. *(Description comique ou satirique d'une personne, d'une société.* 3. *Représentation infidèle d'une réalité.* 4. *Personne laid, ridicule.* »³⁷.

Selon le texte

*« Les droits et responsabilités de la presse du Conseil de presse du Québec: « la caricature est un mode particulier d'expression dont la fonction est d'illustrer ou de présenter de façon satirique, et même polémique, un trait, un personnage, un fait, un événement. Le genre journalistique particulier auquel elle appartient confère à ses auteurs une grande latitude, latitude qui n'est toutefois pas absolue. [...] La liberté d'opinion (...) n'est pas absolue, et l'attitude dont ils jouissent doit s'exercer dans le respect le plus strict des droits et libertés d'autrui. [...] Ils doivent être fidèles aux faits et faire preuve de rigueur et d'intégrité intellectuelle dans l'évaluation des situations qu'ils commentent. Le caricaturiste doit s'acquitter de la tâche avec la même conscience et le même souci de la qualité [que les autres professionnels de l'information]. »*³⁸.

La caricature est une représentation graphique sous forme d'un dessin porteur des traits humoristiques et tragiques, elle est présentée dans la presse souvent dans un regard humoristique sur l'actualité comportant habituellement un message intentionnel véhiculé de l'appart de son réalisateur, elle peut être conçu comme une opinion et même une

³⁶Centre de ressource en éducation médiatique, *les images médiatique, les fonction de l'image dans la presse écrite, mars 2016*, in <http://reseau-crem.lacsq.org/projet/profmed.htm> consulté le 20/03/2016.

³⁷Le petit LAROUSSE, *Dictionnaire*, 1989, in centre de ressource en éducation aux médias 2003. *Une Caricature drôle ou blessante?* In site: <http://www.reseau-crem.qc.ca/trousse/primcarica>. PDF, consulté le: 20/03/2016.

³⁸In centre de ressource en éducation aux médias 2003. *Une caricature drôle ou blessante?* In site: <http://www.reseau-crem.qc.ca/trousse/primcarica.pdf>, consulté le: 20/03/2016.

sorte d'analyse brève et critique, le journaliste l'utilise comme moyen parce qu'elle est porteuse de symbole de la démocratie médiatique, son caractère satirique, garantit sa liberté d'expressions d'une manière implicite.

2.2.2 -Les types de caricature

La caricature est un dessin humoristique donc provoque le rire c'est le premier sens qui nous vient à l'esprit, mais Tchitcheray dit: « *Si l'humour conduisait uniquement au rire, on ne lui donnerait pas une grande importance* »³⁹ ainsi que Schopenhauer revient presque sur la même idée pour le définir : « *l'humour, c'est le sérieux caché derrière la plaisanterie* »⁴⁰, le caricaturiste en réalisant la caricature comme objet de communication en s'adressant au public adulte, chaque caricaturiste diffère des autres, par un choix de caricaturer et un style propre à lui, il existe plusieurs types de caricatures nous allons présenter les plus marquants.

2.2.2.1-La caricature par amplification

La caricature est classée dans cette catégorie l'ors de son emploi dans la presse comme un dessin d'actualité, son réalisateur focalise sur les traits de visage et les caractéristiques corporelles du personnage, mais sans faire des modifications et il insiste sur ce qui sort de l'ordinaire.

2.2.2.2-Caricature zoomorphique

La caricature est dite zoomorphique quand le dessin porte les qualités et les défauts relatifs aux animaux pour attirer l'attention sur certains comportements des personnages, l'emploi de ce genre de caricature généralement pour porter un jugement sur les personnages.

³⁹JOSEPH Liobera, OTTAVA.Rima, *La bande dessinée*, 8e volume de la collection «savoir dessiner savoir peindre»; Edition. Eyrolles, Paris 1974.P. 98.

⁴⁰SCHOPENHAUER Pierre, *Approche de discours comique*, Edition Mardaga, Liège, 1997,p 26.

2.2.2.3 - Caricature politique ou sociale

C'est le genre le plus employé dans la presse écrite, c'est une schématisation qui réduit les personnages et les situations à quelques traits, depuis longtemps, elle occupe une place très importante dans les journaux parce qu'elle braque la lumière sur l'actualité, pour cela elle est nommée aussi le dessin de l'actualité.

Le dessin de presse politique ou sociale utilise les procédés de déformation, en reflétant des situations, mettant en scène une action, un problème, une crise sociale ou politique, il peut se faire polémiste, propagandiste, en jouant avec les métaphores et les attributs utilisant des techniques humoristiques.

La caricature est considérée comme un excellent moyen pour défendre les idées, alors de susciter l'indignation des lecteurs en les poussant indirectement à agir, le caricaturiste s'exprime avec un ton moins violent et son objet d'étude sont les thèmes traités d'actualité extraite du vécu des citoyens dont il appartient.

2.3- Les procédés de la caricature

2.3.1- L'exagération à partir du physique

La caricature présente les caractéristiques physiques de la personne destinée, en ajoutant quelques détails pour mettre en évidence ses idées, malgré les déformations corporelles un peu exagérées mais nous pouvons quand même identifier la personne caricaturée.

2.3.2- Animalisation et végétalisation

La caricature cherche à présenter la ressemblance par la déformation, et de ce fait, elle s'approche de la vérité elle jouit d'une efficacité presque magique : agressive par nature, elle démasque et dégrade les êtres qu'elle déforme, la technique utilisée pour réaliser ce genre de dessin c'est le zoomorphisme qui vise à donner à l'homme des caractéristiques animales, "le zoomorphisme"⁴¹ est fait selon plusieurs degrés, le taux d'animalisation va du tronc jusqu'à la généralisation sur tout le corps.

⁴¹RIVIERE Philippe, *La caricature, le dessin de presse et le dessin d'humour en France, de la révolution à nos jours* in site: <http://enssibal.enssib.fr/bibliotheque/documents/dessid/rrriviere.pdf>, mars 2005, p.32, consulté le 23/03/2016.

A l'opposé du zoomorphisme, il y a une autre technique qui est "*l'anthropomorphisme*"⁴² mise en œuvre pour donner à des animaux des caractéristiques humaines.

2.3.3– Pour faire rire

La caricature est un moyen de communication, dont le caricaturiste l'emploie pour adhérer les lecteurs à une opinion ou un point de vue à travers les émotions, seul son réalisateur qui peut la manipuler et sans limite avec sa capacité d'imagination, en reportant des personnages avec déformation des traits provoquant le rire, en dessinant aussi une scène réaliste de la vie quotidienne provoquant le rire chez les lecteurs. Parfois, les caricaturistes oublient le respect des personnages représentés.

2.4- Les fonctions de la caricature

Le dessin humoristique remplit plusieurs fonctions, la principale celle qui provoque le rire, ainsi que l'objectif des caricaturistes de presse est la transmission du message aux lecteurs d'une manière implicite ou explicite, de ce fait il existe d'autres fonctions de dessin et dans quelque cas ils peuvent être présentés dans le même dessin.

2.4.1 – Informer

La caricature est employée, dans la presse comme étant un moyen de communication-interaction, puisque le caricaturiste s'adresse à un lecteur et cherche à provoquer chez lui une réaction et à lui transmettre un point de vue propre à lui. Le caricaturiste critique un événement ou un personnage pour dévoiler la vérité.

⁴²Ibid, p34.

2.4.2- La distraction

Le dessin de presse, comme il peut occuper la fonction d'informer et de transmettre un message au lecteur, il peut aussi être un moyen de distraction dans les journaux satiriques où la caricature occupe une place très importante.

2.4.3- L'éducation

Le caricaturiste peut aussi véhiculer des idées éducatives, plus souples et moins vulgaires transmettant une morale, en mettant l'accent sur des valeurs en voulant les inculquer aux lecteurs ainsi de dévoiler la réalité cachée, dans certaines situations le Plantu fait appel à une prise de conscience envers un système non aimé comme (le pouvoir étatique) pour montrer son refus.

2.4.4- La publicité

En effet, la caricature remplit la fonction publicitaire, l'objectif du caricaturiste est la commercialisation des produits, d'attirer l'attention des lecteurs à un produit particulier.

2.4.5- La contestation

La caricature est un mode d'expression et de représentation d'une dénonciation. C'est la voix de son Plantu dont laquelle il conteste et critique des événements afin de donner un point de vue et son opinion. Cette fonction est employée la plus part du temps dans la caricatures politique ou sociale, cherchant à démasquer quelques dépassements tout en proposant commis par les autorités, dont le citoyen ignore révolutionnaire.

2.4.6- Le reflet du vécu social

La caricature se fait surtout connaître par le biais de la presse écrite, elle est influencée par les péripéties que subit la presse ce qui empêche son développement. La caricature aujourd'hui est différente que celle d'hier, de plus en plus elle occupe une place très importante au milieu sociale parce qu'elle reflète des situations sociales qui relèvent du vécu quotidien.

Chapitre2:l'expression journalistique à travers la caricature

Le caricaturiste dépasse les limites, dont il élimine les différences entre les classes sociales où les célébrités politiques peuvent apparaître tout à coup à côté d'un citoyen de rue avec toute modestie. En effet le journaliste utilise le dessin humoristique comme un moyen révélateur, présentateur de la réalité des faits.

Chapitre 3

Analyseet interprétation

La caricature est un genre de dessin humoristique qui représente graphiquement un personnage ou une situation, en focalisant le regard sur quelques détails, elle reflète les qualités ou les défauts.

La presse écrite constitue le support par excellence de cet art graphique qui permet de soulever un problème, ou de reporter le plus important de l'actualité vécue au sein de la société. La caricature se présente alors comme un acteur médiatique, qui centre son intérêt sur l'actualité en présentant avec un minimum de mots et de traits une situation critique, de ce fait nous avons opté de choisir la caricature sociale du célèbre Plantu Ali Dilem comme objet d'étude vu son pouvoir à démasquer les vices de la société d'une façon humoristique et plaisante.

Pour arriver à répondre aux questionnements, sur lesquelles notre étude est basée, nous commençons tout d'abord par une présentation du corpus, puis la description des différentes composantes des caricatures sociales choisies, arrivant à la fin à faire l'interprétation des caricatures pour en déduire le message véhiculé.

3.1 - Mise en place du corpus

3.1.1 - Présentation du journal en question :

Le journal « Liberté » est un quotidien d'expression française apparu pour la première fois le 27 juin 1992. Il a été fondé par quatre associés, dont trois journalistes professionnels : Ahmed Fattani, Hacène Ouandjeli, Ali Ouafek et l'homme d'affaires Issa Rebrab. Malgré que ce journal n'est pas étatique mais il occupe une place importante parmi les autres journaux. Le journal est connu par les qualités suivantes : pertinences, richesses et la crédibilité de la variété d'informations.

Il porte la devise: « *Le droit de savoir et le devoir d'informer* »⁴³.

⁴³-[http:// www.liberté-algérie.com.htm](http://www.liberté-algérie.com.htm) consulté le 22/03/2016.



3.1.2- BIOGRAPHIE DE : ALI DILEM

Ali Dilem, né le 29 juin 1967 à El Harrach en Algérie, est un dessinateur de presse algérienne. Il publie ses caricatures dans la presse quotidienne algérienne "Liberté" et dans l'émission de télévision Kiosque diffusée dans la chaîne francophone TV5.

Il commence sa carrière au journal « Alger Républicain » en 1989 puis au quotidien « Le Matin » en 1991 avant de rejoindre « Liberté » en 1996.

Ses dessins ont été récompensés par près d'une vingtaine de prix internationaux dont le Prix international du dessin de presse en 2000, le Trophée de la liberté de la presse décerné par le Club de la Presse du Limousin, et il a eu le Grand Prix de l'Humour vache au Salon international du dessin de presse et d'humour de Saint-Just-le-Martel en septembre 2007. Le 11 octobre 2010, il a reçu les insignes de Chevalier des Arts et des Lettres.

3.1.3)- Tableau -1-: «La présentation des caricatures»

Numéro de la caricature	Le thème général	Titre de la caricature	Date de la parution
01	Le problème du chômage à Ouargla	Ouargla : des chômeurs se tailladent le corps	Samedi 27 février 2016
02	La sécurité routière	Les accidents de la route se multiplient ces derniers jours.	Mardi 16 février 2016
03	La crise économique actuelle en Algérie	Misère économique et social, la colère monte.	Samedi 03Mars 2016
04	La crise économique actuelle en Algérie	Toutva augmenter!	Dimanch e 03 janvier 2016
05	Le Salon d'exposition des voitures	Les algériennes sont Amoureux des voitures	Jeudi17 Mars 2016

Les caricatures sélectionnées pour cette étude traitent différents sujets relevés de notre vécu social. Ces sujets sont au nombre de cinq :

1-La crise financière économique : c'est une crise économique qui touche le quotidien de notre pays.

2-Le chômage: est un phénomène dans notre société, les jeunes souffrent du manque d'emplois qui a longtemps duré.

3- La sécurité routière :ce phénomène des accidents routiers qui s'est propagé ces derniers temps a un point que les spécialistes l'ont considéré comme la maladie du siècle.

4- La hausse des prix : Un problème qui a touché le monde entier et plus précisément le citoyen algérien.

5-Le problème d'importation des véhicules: ce problème est dû depuis l'application de la nouvelle loi par le ministère d'industrie, de ce fait le marché d'automobile algérien a subi une hausse incroyable des prix des véhicules neufs qui a causé leurs indisponibilités.

3.2)- Impact des phénomènes sur la société algérienne

3.2.1)- La crise financière et économique

Depuis l'année 2015 l'Algérie a signalé une baisse pétrolière chiffrée par la moitié des revenus des exportations, la raison qui a causé des grandes déficits dans le budget initial. Pour cette raison le premier ministre de l'Algérie écarte une "politique d'austérité" cette dernière peut engendrer la "pauvreté", depuis ce jour le pays déclenche un état d'alerte. Selon les médias plusieurs projets de l'état ont été annulé dû à cette crise économique, cela touche aussi la vie quotidienne des algériens pauvres ou moyens dont ils se plaignent de cette hausse des prix et du surenchérissement des produits de première nécessité dans la vie quotidienne (augmentation du coup de gaz, d'électricité, transport, et du loyer...), ainsi l'augmentation des produits alimentaires, médicaments importés, voitures..., le citoyen algérien réclame tous ces augmentations par rapport à son pouvoir d'achat et il demande aux responsables de trouver des solutions avant que la situation s'aggrave de plus en plus et le scénario catastrophique des années 80 se répète.

3.2.2)- Le chômage

Le problème du chômage et de l'emploi en Algérie a été toujours le thème scandaleux des citoyens, plusieurs mesures que l'état a prises pour faire baisser le taux de chômage afin de réduire la pauvreté, ainsi pour arriver à résoudre ce problème, mais le taux reste très élevé et va s'accroître dans les années à venir si l'état ne trouvera pas des solutions. Les jeunes universitaires font des études supérieures et des recherches afin de les exploiter pour participer au développement du pays, mais dès qu'ils ont terminé leurs études, ils se trouvent briser sans emploi. Les jeunes algériens demandent les causes de ce phénomène, ils se révoltent dont ils commencent à faire tache d'huile à travers toute l'Algérie car ils déclarent que les autorités leur poussent à suicider, ils

refusent la simulation alors ils préfèrent mourir que d'être négligés. Ils dénonçaient l'injustice dont ils sont victimes de la part de l'administration et demandent leur simple droit comme étant des citoyens Algériens.

3.2.3 -La sécurité routière

Le phénomène mondial de la sécurité routière s'est aggravé de plus en plus à un point où l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) le qualifie de "maladie du siècle", d'après les statistiques faites par "OMS" environ 1,3 million de personnes sont tuées et près de 50 millions d'autres blessées chaque année sur les routes à travers le monde entier. Dans beaucoup de pays, la sécurité routière n'a pas été prise en charge comme elle aurait dû l'être, parmi ces pays le nôtre l'Algérie qui occupe la neuvième position dans le classement mondial des pays menacés par le terrorisme routier, et qui peut être la 3^{ème} mondialement décevant l'année 2020, le chiffre des morts par jour est 12 à 15 morts par jour, pour cela toutes les autorités responsables de la sécurité civile, les représentants de la société civile et les associations thématiques se sont réunis, pour prendre des mesures ainsi pour la mise en œuvre d'une nouvelle loi "code de route" qui doit être mise en application depuis 01 février 2016 pour débattre ce fléau qui résulte un nombre de victimes proche à celui de la guerre, plusieurs moyens et stratégies ont été mobilisés pour lutter ce phénomène et mises en place pour remédier la folie de vitesse et de négligence des Algériens.

3.2.4- La hausse des prix

L'augmentation de l'inflation est l'un des signes de la crise économique nationale, en Algérie. Le citoyen est habitué à l'arrivée de chaque événement : mois sacré de Ramadhan, fêtes nationales ou religieuses, le même problème se pose, la hausse des prix à la consommation, créant une psychose générale chez les citoyens algériens aux revenus moyens, mais c'est momentanément alors que ce n'est plus le même cas actuel, dû à la baisse des prix du pétrole et la crise financière et économique du pays, les conséquences sont sociales avant tout, la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs dont les revenus sont stables et ils ne couvrent pas les dépenses par rapport aux prix qui augmentent de plus en

plus tel que les prix du gaz , électricité, alimentation , loyer, en effet le citoyen est conscient de la gravité de la crise économique et se plaint de cette situation.

3.2.5-Le problème d'importation des véhicules

Ce phénomène est dû à la hausse de la taxe des véhicules neufs imposée par la nouvelle loi qui a été mise en application par le ministère de l'industrie le mois d'avril 2015,cette dernière exige des cahiers de charge relatifs aux activités des concessionnaires avec des normes fixes qui doivent exister dans les véhicules neufs importés.En, effet presque toute les opérations d'importation sont bloquées ou annulées à cause de la mise en place de cette loi, pour cette raison le ministre encourage la production nationale, mais les algériens préfèrent les véhicules importés vu leurs crédibilité et leurs qualité dans le marché d'automobile international.

3.3 -La description des caricatures

3.3.1- Caricature N°01:



Au centre de cette image se trouvent deux personnages, l'un d'eux porte un chapeau rouge, un pull jaune, un pantalon beige et une veste verte s'adressant au deuxième. Il a un grand nez, la bouche pleine ouverte en montrant ses dents et sa langue, tendant les mains en avant. Pour le deuxième personnage assis en position agenouiller par terre, tenant à la main un couteau pencher vers son visage couvert du sang, même nous voyons des plaques de sang par terre. En plein centre de l'image il y a une grande bulle sortant de la bouche du premier personnage, à l'intérieur de laquelle nous lisons: Les deux hommes se trouvent en plein air nous apercevons de loin deux palmiers. En haut

de l'image nous lisons une phrase écrite en gros et avec un style d'écriture gras
"Ouargla: Des chômeurs se tailladent le corps".

3.3.2 - Caricature N°02:



Dans cette graphie nous apercevons deux hommes, le premier est un agent de police se trouve au milieu de l'image portant un bâton à la main droite et levant la main gauche, avec des petits yeux et un grand nez, une bull qui sort de son coté qui porte à l'intérieure une phrase exclamative : "**En plus il y a délit de fuite!**". Le deuxième personnage est un homme qui s'envole vers le ciel portant sur le dos des ailles blanches, il met des vêtements de couleur grise avec des gouttes de sangs qui coulent de son corps. Derrière le policier il y a une voiture bleue renversée au-dessus pleines de taches rouges, l'intitulé de cette image "**LES ACCIDENTS DE LA ROUTE SE MULTIPLIENT CES DERNIERS JOURS**". Il est écrit en gras et en majuscule.

3.3.3-Caricature N°03:



Sur cette image nous voyons un grands mur en gris sur lequel une plaque affichée qui porte **Club des pins**, sur sa bordure un grillage épineux en fer, au centre de ce mur un grand portail ouvert devant lequel une plaque de sens interdit et deux gendarmes, l'un porte une arme, l'autre a un haut-parleur. Au-dessus de lui une bulle portant une phrase exclamative: "**Veillez ne pas dépasser le seuil de pauvreté!**", adressée à une foule de personne portant différents habits. Sur le premier rang apparait un homme avec un grand nez portant un couffin vide, et les autres lèvent leurs mains, ayons le regard percé vers le portail ainsi que nous voyons une bulle qui sort de l'intérieur de cette foule portant un point d'interrogation suivi d'un point d'exclamation.

Cette caricature s'intitule ainsi : **La colère monte en Algérie** surtitré par **Misères économiques et sociales...**

3.3.4-Caricature N°04:



Cette image représente un homme avec un grand nez et des yeux presque fermés, assis dans la rue sur un trottoir dans un espace tout gris, il tend la main pour demander quelque chose, en baissant la tête qui a un volume énorme par rapport à son corps. Ses vêtements sont abimés (un chapeau vert, un pull bleu et un pantalon marron et une balrine beige). Devant lui une plaque en carton sur laquelle est écrit : **(10DA barré en rouge, 50DA, SVP)**, cette caricature s'intitule **"TOUT VA AUGMENTER!"** écrit en majuscule et en gros caractère.

3.3.5- Caricature N° 05:



Cette caricature est présentée sur un fond de couleur mauve dégradée, elle nous montre un salon d'automobiles exposées pour les clients, la première blanche avec le logo de Mercedes, pleine d'empreintes des mains des clients et l'autre plus loin est présenté en minuscule.

Derrière la première voiture, apparaît un homme entrain de la toucher en toute admiration, des cœurs sortant avec une bulle sur sa tête dans laquelle est écrit " ... **surtout des Allemandes**", ainsi que d'autres personnes courent vers cette même voiture comme nous remarquons une lumière du haut penchée directement vers la voiture allemande qui la rend plus lumineuse.

L'intitulé de cette images est : **Les Algériens sont amoureux des voitures** " surtitré par (**salon de l'automobile**), les deux phrases sont écrites en majuscule.

Notons bien qu'en bas des cinq caricatures nous trouvons la signature de leur caricaturiste Ali Dilem.

3.4 - Interprétation des caricatures de 01 à 05

La sémiologie appliquée à l'image interroge le processus de production de sens. Cette phase d'étude comprend les deux premières étapes du processus proposée pour lire une image afin de faire une interprétation plausible. La signification globale d'un message visuel est construite par l'interaction de différents types de signes : les signes plastiques, les signes iconiques et les signes linguistiques. Nous commençons par une description minutieuse de la caricature en décrivant les différents éléments représentés puis nous passons à l'interprétation de chaque élément:

«Décrire l'image est un exercice délicat. En bonne logique, la description nourrit l'interprétation. Elle relève de l'explicite et de l'objectif. Or, il s'avère que, face à une image, nous glissons immédiatement vers l'interprétation, c'est-à-dire vers le subjectif»⁴⁴,

En effet pour arriver à décoder le sens de l'image il faut d'abord la décrire tel qu'elle est dans la réalité sans prendre position la chose qui va nous conduire à l'interpréter et donner une signification globale ainsi à révéler l'implicite de cette image.

Ainsi que la représentation caricaturale des signifiés peut apparaître dans d'autres langages qui font partie de la vie sociale (modes vestimentaires, gestes et comportements sociaux). Ces éléments ont un sens culturel, qui comportent une valeur sémantique que nous ne pouvons pas l'apercevoir qu'à dans l'ensemble des signifiants organisés.

«Les codes sociaux sont une organisation et une signification de la société. Les signifiés en sont les hommes ou les groupes et leurs relations. Mais l'homme est le véhicule et la substance du signe, il est à la fois le signifiant et le signifié. Le signe social est en général un signe de "participation" à la société, c'est à travers lui l'individu manifeste son identité et son appartenance au groupe, mais en même temps, il revendique cette appartenance»⁴⁵

De ce fait nous constatons que le langage caricaturale c'est toute un mode de communication qui implique toute les représentations symboliques de la société.

⁴⁴Note de lecture

⁴⁵Pierre. Guiraud, La sémiologie « Que sais-je », Edition. P.U.F, Paris 1973, P. 98

3.4.1- Caricature N°01

Notre première caricature est présentée dans un plan d'ensemble. En premier lieu, nous voyons deux hommes, l'un d'eux qui est assis agenouillé tenant un couteau avec sa main gauche penchée vers son visage exprimant l'action subit sur tout le corps et spécialement le visage, couvert du sang indiquant les conséquences des coups de couteaux et aussi exprimant son état psychique plein de colère et de refus de ses circonstances actuelles vu la négligence qu'il subit de la part des responsables. Ce jeune chômeur reflète les jeunes chômeurs de la société algérienne en général, et la façon dont laquelle ils asseyent de manifester leurs droits à l'emploi. En ce qui concerne le deuxième homme habillé en tenu traditionnelle pour désigner son appartenance à la société, son visage exprime une grande colère remarquable par son gestuel, mains en avant et en position d'arrêt, la bouche pleine ouverte s'adressant au chômeur qui s'est fait blessé: "**ARRETE!... TU VAS RESSEMBLE A SAADANI!**", cette phrase verbale à l'impératif écrite en gras pour montrer que l'action d'arrêt est adressée au jeune chômeur ainsi pour mobiliser l'autorité de prendre décision envers ces jeunes.

Les points de suspension sont employés avec l'action d'arrêt pour laisser la situation ouverte afin de trouver des solutions.

L'humour réside dans la comparaison avec Saadani pour montrer sa laideur après avoir blessé son visage.

En dernier plan nous pouvons voir à peine deux palmiers qui montrent l'appartenance du fait (**les jeunes qui se tailladent**) au lieu, qui est évoqué par le caricaturiste (**Ouargla**), malgré que ceci est un fait social national non pas seulement spécifique à une seule région, cela pour inciter les responsables à prendre des décisions envers cette situation qui s'aggrave de plus en plus sans considération, intervenant à la fin le message linguistique qui joue de rôle de la complémentarité du sens "**Ouargla : des chômeurs se tailladent**" pour informer et mieux expliquer aux lecteurs qui ne sont pas au courant de cet événement. Ce signe témoigne la situation matérielle du jeune homme (c'est un chômeur) ainsi son appartenance sociale à cette région(Ouargla).

3.4.2-Caricature N°02

Cette image caricaturale est représentée dans un plan d'ensemble, composé de deux personnages et un véhicule apparaissant en arrière-plan, en avant plan un agent de police en colère et furieux lève sa tête vers le criminel qui s'enfuit en toute vitesse après avoir commis un accident de voiture, malgré ses blessures il ne cesse pas de s'enfuir, la couleur gris de ses vêtements connotant les souris vu son comportement de fuite exprimant sa peur et sa mélancolie.

Les pensées du policier sont portées dans une bulle sous forme d'une phrase exclamative : "**En plus il y a un délit de fuite**", connotant l'agressivité du policier en s'exclamant sur son comportement illégal, parce qu'il est coupable déjà d'une faute de circulation et il ne s'est pas rendu aux autorités. Encore il s'enfuit pour être poursuivi juridiquement. Le caricaturiste a publié cette caricature le 16 février 2016, après avoir composé une campagne de sensibilisation par les autorités responsables qui ont pris des décisions et la mise en œuvre de plusieurs solutions pour mettre un terme à la violence routière. Ce phénomène qui menace le monde entier et spécialement notre pays l'Algérie. Après les statistiques alarmées, faites par des spécialistes, vu le chiffre de morts élevés du 12 à 15 morts par jour en dépit des moyens mobilisés et stratégies de lutte mises en place. De ce fait l'Algérie est classée le 9^{ème} pays mondial menacée par ce qui est appelé "le terrorisme routier" et selon les statistiques son classement grimpera jusqu'à la 3^{ème} à l'échelle mondiale en 2020. A la suite de tous ses événements et des prises en situation "Dilem" accentue ce style typographique du message linguistique connotant le rapport étroit qui existe entre la gravité du phénomène social et le message de sensibilisation véhiculé ainsi par les responsables aux citoyens et surtout les conducteurs pour être plus vigilant en conduisant.

3.4.3 - Caricature N°03

Dans cette caricature apparaissant dans un plan d'ensemble une foule de citoyens levant leur main demandant quelque chose, manifesté devant le club des pins, et ce qui nous attire l'attention c'est le citoyen dans le premier rond avec un couffin vide, ce qui évoque l'abaissement du pouvoir d'achat des citoyens, dû à la crise économique qui touchait notre pays. Alors que ceux qui se trouvent derrière le mur de "*club des pins*

qui est devenu en Algérie un symbole des avantages obtenus par le cercle rapproché du pouvoir et leur famille"⁴⁶ ne sont pas touchés par ce problème des hausses des prix que nous apercevons dû à la baisse accrue des prix du pétrole.

Les deux agents de gendarmerie veillent sur les gens qui se cachent derrière le mur. L'un des deux agents crie dans le haut-parleur avec des grimaces de colère: "**Veillez ne pas dépasser le seuil de la pauvreté!**". Cette phrase exclamative exprime la fermeté de l'ordre donné par l'autorité pour ne pas s'approcher des gouverneurs. Ce message s'adresse implicitement aux lecteurs algériens, pour leur dire d'une façon humoristique que seul le simple citoyen qui est touché par la pauvreté évoquant chez lui un éveil de conscience pour prendre garde de la gravité de situation économique.

Nous apercevons dans une bulle qui sort au milieu de la foule deux signes de ponctuation "?! " reflétant la pensée des gens manifestés : pour quoi les gens qui logent derrière le mur de club des pins ne sont pas concernés par la pauvreté et l'austérité. Ils réclament aussi l'inégalité entre les différentes couches sociales.

Le message linguistique vient renforcer le sens de la caricature, orientant les lecteurs, ils doivent apprendre à se serrer la ceinture avec l'instauration de mesures d'austérité pour faire face à la chute des cours du pétrole et le gouvernement a d'abord décidé d'agir sur les budgets, mais il est désormais contraint d'affecter directement le portefeuille des citoyens.

3.4.4- Caricature N° 04

Cette caricature représente un mendiant en gros plan dans un espace tout gris connotant son état triste et mélancolie vu les circonstances dont laquelle il vit, ainsi son visage révèle la misère. Il inspire la pitié, ses vêtements abîmés évoquent la pauvreté réelle, tous les signes témoignent la situation matérielle qui est la pauvreté de cet homme et son statut social, il a mis devant lui une pancarte dans laquelle il précise le prix de la charité qui représente son salaire avec politesse connoté par le signe " SVP" , malgré que son statut social étant donné qu'un citoyen marginalisé par rapport aux

⁴⁶<http://www.mondafrique.com/les-etes-sulfureux-du-club-des-pins/>, consulté le 25/03/2015

autres citoyens, il n'a pas le droit de réclamer. Alors le caricaturiste s'adresse aux autorités mettant en évidence une sorte de rhétorique en comparant tous les citoyens de la société algérienne avec un mendiant pour dire la situation ce n'est plus comme avant avec tout le changement que subit le pays vu la hausse des prix et l'abaissement du pouvoir d'achat, nous réclament des augmentation des salaires , même pour ce pauvre "10 DA" ne lui suffira pas. "*Tout vas augmenter!*" le signe linguistique est écrit en gras pour mettre en évidence l'information et la rendre visible aux lecteurs.

Ce signe vient encrer le message véhiculé par la caricature.

3.4.5)- Caricature N°05

Cette caricature est représentée dans un plan rapproché mettant en évidence la Mercedes blanche projetée par une lumière pour la valoriser, les traces d'empreintes évoquent le degré d'admiration d'algériens en vers cette marque précieuse. Le comportement de l'homme montre son plaisir de la toucher, mais le fait de la voir exposée avec toute sa beauté sans pouvoir de l'acheter, était un coup dur pour ses amateurs malgré la présence de d'autres marques mondialement célèbres et commercialisés.

Le caricaturiste minimise la valeur des véhicules exposés au salon par rapport à l'allemande et nous montre le degré de consommation des véhicules de la part des algériens à travers l'emploi des point de suspension et le signe "*Surtout*" qui montre la précision. Le message porté sur le fond mauve révèle l'inquiétude des consommateurs vu la hausse des prix des véhicules exposés et d'autres contraintes.

3.5- Commentaire

La presse écrite est l'un des moyens de communication, elle est qualifiée par un mode d'information particulier, dans lequel elle emploie plusieurs supports pour la médiatiser. L'une d'elles c'est le dessin satirique qui est caractérisé par la richesse de significations et la rapidité dans la transmission de l'information basée sur l'humour, la dérision, avec tous les changements et l'évolution qu'elle a subit. Elle est devenue le symbole de la démocratisation médiatique.

La caricature comme toute image est un message iconique mixte qui regroupe trois types de signes tel que iconique, plastique et linguistique qui se complètent, leur interactions et leur relation qui produit le sens, sans exclu le contexte qui est une des conditions d'interprétation du message, l'objet sur le quelle nous avons travaillé dans le troisième chapitre. En effet nous sommes arrivés à confirmer que les caricatures d'*Ali Dilem* effectivement reflètent le vécu social et ce qui nous a aidés à arriver c'est l'analyse de l'ensemble des signes et leurs articulations ainsi la mise en contexte de l'actualité quel que soit le contexte spatial (lieu d'évènement) ou temporel (le temps de l'évènement) avec éclaircissement de motif de l'actualité.

Conclusion générale

La recherche que nous avons menée s'intitule " Pour une approche sémiotique de la caricature sociale dans la presse écrite algérienne (Cas des caricatures de Ali Dilem dans "Liberté" 2016). Ce modeste travail est basé sur la caricature sociale et son fonctionnement, de ce fait nous rappelons que notre recherche a pour objectif fondamental de confirmer que la caricature sociale est un moyen de communication qui reflète le vécu social. Pour l'analyser et décoder le message qu'elle véhicule nous basons sur l'approche sémiotique. Et pour le prouver nous avons consacré le troisième chapitre à l'analyse de cinq caricatures qui traitent cinq différents thèmes sociaux du caricaturiste Ali Dilem comme corpus, publiées dans le journal " Liberté" 2016.

Pour Cela nous avons analysé les différents codes qui la composent tel que plastique et iconique et linguistique, puis identifier la relation entre le texte et l'image.

Au terme de notre recherche, nous constatons que la presse écrite emploie plusieurs modalités de "mise en image" des hommes politiques ou de situation sociale, qui ont participé à l'évolution socioculturelle complémentaire. Nous avons choisi l'une entre elle qui est le dessin caricatural, il est considéré comme un mode de communication de masse, qui joue un rôle social important.

La caricature est un dessin artistique qui repose sur l'humour et la critique des situations, et comme toute image la caricature est forcément polysémique connotative, l'analyse sémiologique nous offre la démarche et les techniques qui nous servent à l'analyser, la lire et la comprendre.

La caricature est un message iconique, elle peut se présentée seule mais elle est souvent accompagnée du message linguistique qui facilite sa compréhension, en effet la caricature sociale est un raccourci de l'actualité, elle révèle le vécu social, son réalisateur doit saisir l'essence de l'événement, pour pouvoir le reporter au lecteur avec toute fidélité et il ne cherche pas seulement à faire rire, mais aussi à persuader et informer le lecteur ainsi de lui fournir des informations de leur vécu social.

A travers cette étude nous sommes arrivées à confirmer que la caricature reflète les évènements de l'actualité, extraite du vécu social des citoyens, elle a ses clés et ses codes, dans sa réalisation, le caricaturiste s'exprime avec des signes et effectue une opération de codage. Si les lecteurs ignorent ses codes, le message véhiculé ne sera pas bien reçu, et pour qu'il y ait une communication parfaite, il faut que le récepteur maîtrise les codes de l'émetteur.

Egalement, la réception de la caricature comme moyen représentatif du vécu social est lié étroitement aux contextes socioculturels partagés entre émetteur et récepteur, car si nous ignorons ce point fondamental nous ne pouvons pas arriver à la décoder, effectivement c'est l'obstacle qui nous a rencontré lors de notre recherche. Pour réaliser une étude plus abordable nous proposons que d'autres recherches travaillent sur les codes de l'interprétation de la caricature qui les rendent commun pour permettre un accès direct au sens, sans être obligé de revoir le contexte socioculturel.

Bibliographies

Ouvrages

- 1-ALBERT Pierre, CHRISTINE Le teinturier, *les médias dans le monde: Enjeux internationaux et diversités nationales*, Edition Ellipses marketing S.A, France, 1999.
- 2-CLAUDE Vargas, et al, *Langue et sociétés: Approche sociolinguistiques et médiatiques*, Edition Le Harmattan, Paris, 2010
- 3-DEFAYS Jean Marc, ROSIER Laurence, *Approche du discours comique*, Edition Mardaga, Belgique, 1999.
- 4-ECO Umberto. *Le signe*. Éditions Labor, Bruxelles, 1988.
- 5-FLOCHE Jean-Marie, *Sémiotique, marketing et communication (sous les signes, les stratégies)*, Edition PUF, Coll. « Formes sémiotiques», Paris, 1995.
- 6-GUIRAUD Pierre, *La sémiologie « Que sais-je »*, Edition. P.U.F, Paris 1973.
- 7-GAUTHIER Gilles, *Vingt + Une leçons sur l'image et le sens*, Edition dilig, Paris 1989.
- 8-ISER Wolfgang, *L'acte de lecture, théorie de l'effet esthétique*. Edition Pierre Mardaga, Bruxelles, 1985.
- 9- JEAN-JACQUES Wunenburger, *Philosophie des images*, Edition PUF, Paris, 2007.
- 10-LIOBERA. Joseph, RIMA. Ottva, *La bande dessinée*, 8e volume de la collection «savoir dessiner savoir peindre»; Edition, Eyrolles, Paris 1974.
- 11-KLINKENBERG. Jean-Marie, *Précis de sémiotique générale*, Paris : Boeck. Université, 1996.
- 12-MARTINE Joly. *Introduction à l'analyse de l'image*, Edition Armand colin, 2006.
- 13-MARTINE Joly, *l'image et les signes*, Edition Armon colin, France, 2005.
- 14-MOUILLAUD. M, TETU .J, *le journal quotidien*, Lyon, PULyon, 1989
- 15-SCHOPENHAUER Pierre, *Approche de discours comique*, Edition Pierre Mardaga, liège, 1997.

Les dictionnaires :

- 16- Dictionnaire de linguistique, Ed Larousse, Bordas neuf.
- 17- Dictionnaire de français le Robert.
- 18- GARDE –TAMINE, Joëlle, HUBERT, Marie Claude. Dictionnaire de critique littéraire, Edition Armand Colin, Paris, 2002.

19-Le petit LAROUSSE, *Dictionnaire*, in (centre de ressource en éducation aux médias 2003), *Une Caricature drôle ou blessante?* In site: <http://www.reseau-crem.qc.ca/trousse/primcarica>. 1989.

20- R. Galisson, D. Coste, *Dictionnaire de didactique des langues*, Hachette, Paris.

Les articles:

21-ANDRE Linard, DUMONT Jean-François Association des journalistes professionnels, *Conseil de déontologie journalistique, Guide de bonnes Pratiques*, Mars 2012.

22-BOUJEDRA Rachid, *l'austérité : un bonheur ou un malheur*, article in site:<http://www.tsa-algerie.com/20151201/lausterite-un-malheur-ou-un-bonheur,2015>.

23-Centre de ressource en éducation médiatique, *les images médiatiques, les fonctions de l'image dans la presse écrite*, mars 2016 in <http://reseau-crem.lacsq.org/projet/profmed.htm>.

24- CHAREUDEAU Patrick, « *Langage et discours : éléments de sémio linguistique, théorie et pratique* », Hachette, Paris, 1983, in [http:// www.presse.fr/articleAspdf](http://www.presse.fr/articleAspdf).

25-.CHRHAUDEAU Patrick, *"Les médias, un manipulateur manipulé"*, in *La manipulation à la française*, Edition Economica, Paris, 2003.

26-CHARRON Jean, BONVILLE on ville Jean, *le journalisme dans le système médiatique "Concepts fondamentaux pour l'analyse d'une pratique discursive"*, les études de communication publique N°16, Département d'information et de communication, Université Laval Québec, 2002.

27-DEBORAH Potter, *Guide journalistique indépendant*, Bureau international de l'information Département d'Etat, Etats-Unis d'Amérique, Version française : Africa Régional Services, Paris in <http://usinfo.state.gov/2006>.

28 - FERDINAND de Saussurein *Cours de linguistique générale*, (1916) Publié par Charles Bally et Albert Sècheyay, Edition Tullio de Mauro, Paris, Payot, 1978.

29-FERDINAND de Saussure, in R Barthes, *l'aventure sémiologique*, édition seuil, Paris, 1985.

30-F. DE SAUSSURE, in D. Morsly et (All), in *Introduction à la sémiologie (texte /image)*, O.P.U, Alger.

- 31-FERDINAN.de Saussure, inX. *La sémiologie*, in site :[http://www.ifrance.com/sémiologielinguistique/page définition. html](http://www.ifrance.com/sémiologielinguistique/page%20définition.html) .
- 32-GAUTHIER Gilles, *Les cahiers du journalisme N°21*, Université Laval, Québec, Edition Automne, 2010, in gilles.gauthier@com.ulaval.ca
- 33-MOURIQUAND.Jacques, in LUGRIN. L, *Les ensembles rédactionnels : multi texte et hyper structure* », Médiatiques, Louvain-la-Neuve; ORM.; 2000: Les mélanges des genres dans l'hyper structure“, Semen, no13, Besançon.
- 34- OTTEN. M, in *Méthodes du texte, introduction aux études littéraires*, Edition. Duc lot, Paris, 1987.
- 35-RIVIERE Philippe, *La caricature, le dessin de presse et le dessin d'humour enFrance*, de la révolution à nos jours in site:
<http://enssibal.enssib.fr/bibliotheque/documents/dessid/rrbriviere.pdf>.mars2 005.
- 36-ROLAND Barthes, *Rhétorique de l'image*, Communication, Novembre1964.

Les Sites:

- 37-<http://www.madmoizelle.com/dessin-de-presse-311843>
- 38-<http://www.universalis.fr/encyclopedie/photographie-de-presse/>
- 39-<https://www.cairn.info/revue-diogene-2007-1-page-102.htm>
- 40-<http://www.espacefrancais.com/la-caricature/>
- 41-<http://www.reseau-crem.qc.ca/trousse/primcarica.pdf>
- 42-http://expositions.bnf.fr/Daumier/pédago/02_4.htm
- 43-[https://fr.wikipedia.org/wiki/Libert%C3%A9_\(Alg%C3%A9rie\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Libert%C3%A9_(Alg%C3%A9rie))
- 44-<http://www.nathan.fr/catalogue/fiche-produit.asp?ean13=9782091628318>
- 45-<http://corela.revues.org/3447?lang=en>
- 46-<http://www.bedetheque.com/auteur-37281-BD-Dilem.html>
- 47-http://www.lexpress.fr/informations/algerie-la-faillite-sanglante_591182.html
- 48-[http://www.algerie-focus.com/2015/04/carnaval-fi-le-gouvernement-bouchouareb-el-bombardi-taille-une-loi-sur-mesure-pour-certains-lobbys/.](http://www.algerie-focus.com/2015/04/carnaval-fi-le-gouvernement-bouchouareb-el-bombardi-taille-une-loi-sur-mesure-pour-certains-lobbys/)
- 49-<http://www.autoalgerie.com/eclaircissements-sur-le-nouveau,2296>.
- 50-<http://www.egaliteetreconciliation.fr> › *Revue de presse* › 2015 › août

51-<http://www.algerie-focus.com/.../baisse-du-prix-du-petrole-queelles-consequenc>.

52-<http://www.aps.dz/algerie/tag/S%C3%A9curit%C3%A9%20routi%C3%A8re> .

53- https://www.google.fr/?gws_rd=ssl#q=les+proc%C3%A9d%C3%A9+de+la+caricature.

54-<http://www.mondafrique.com/les-etes-sulfureux-du-club-des-pins/>

Corpus :

-Les caricatures d'Ali Dilem téléchargés sur le site : <http://www.liberté-algérie.com>.

Annexes

Corpus de l'étude

Caricature N°01



Caricature N°02



Caricature N°03



Caricature N°04



Caricature N° 05



Résumé:

L'étude que nous avons menée porte sur la caricature sociale considérée comme un dessin humoristique permettant une transmission efficace de l'information. Notre objectif est de démontrer que la caricature en tant que support médiatique peut refléter les événements de la société à travers l'humour.

A cet effet, nous avons procédé à une étude sémiotique. Nous avons tout d'abord décrit un corpus constitué de plusieurs caricatures traitant de divers problèmes sociaux, pour ensuite les analyser et enfin interpréter les messages qui y sont implicites.

Les résultats de notre étude confirment l'hypothèse que nous avons formulée, en l'occurrence, la caricature reflète vraiment le vécu social dans sa forme complexe.

Les mots clés : la caricature, la sémiotique, l'image, la société, les phénomènes sociaux.

المخلص:

تعالج الدراسة التي أنجزناها , الرسوم الكاريكاتورية الاجتماعية , كرسوم فكاهية تسمح بالاتصال الفعال للمعلومة . هدفنا من هذه الدراسة هو اثبات أن الرسوم الكاريكاتورية , كونها وسيلة اعلامية بمقدورها أن تعكس الأحداث الاجتماعية عن طريق الفكاهة (الهزل). لهذا الغرض , قمنا بدراسة سيميولوجية : قمنا أولا بوصف مجموعة من الرسوم الكاريكاتورية التي تعالج عدة مشاكل اجتماعية ثم حللناها و في الاخير قراءة وترجمة محتوياتها الخفية. أكدت نتائج هذه الدراسة الفرضية المقترحة, التي نعتقد فيها أن الرسوم الكاريكاتورية تعكس حقا الاحداث الاجتماعية في شكلها المعقد.

الكلمات الدالة : الكاريكاتور , السيميولوجيا , الصورة , المجتمع , الأحداث الاجتماعية.

Summary:

The study we conducted deals with the social caricature considered as a humoristic cartoon for efficient transmission of information. Our goal is to demonstrate that the caricature as a media support may reflect the events of the society through humor.

To this end, we conducted a semiotic study: We first described a corpus composed of several caricatures dealing with various social issues, in order to then analyze them and finally interpret the messages conveyed implicitly by the drawings.

The results of our study confirm the assumptions we made at the start of our research, namely, the fact that caricature reflects truly the social experience in its complex form.

Keywords: caricature, semiotics, image, society, social phenomena.

**UNIVERSITÉ KASDI MERBAH OUARGLA-
BP. 511, 30 000, Ouargla. Algérie**