

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Kasdi Merbah Ouargla

Faculté des Lettres et Langues
Département des Lettres et de Langue Française



Mémoire présenté en vue de l'obtention du master
Spécialité :
Sciences du Langage et Sémiologie de la Communication
Titre

Pour une approche sémiologique des logotypes universitaires

Présenté et soutenu publiquement par

Amel BEN GUESSOUM

Mahrzia NAHDI

Directeur de mémoire

Nour El Houda DELHOUM

Jury

Mostapha Zahal		Président
Nourelhouda Dalhoum		Rapporteur
Mouhammed Babboukha		Examineur

Année universitaire : 2021/2022

Titre

Pour une approche sémiologique des logotypes universitaires

Présenté et soutenu publiquement par

Amel BEN GUESSOUM

Mahrzia NAHDI

Remerciements

Nous remercions tout d'abord notre clément Dieu qui nous a donné la force et le courage nécessaire pour accomplir ce travail et surmonter l'ensemble des difficultés.

Nous e tenons à exprimer ma gratitude à notre encadreur Mme. DALHOUM Nour El Houda pour ses orientations, pour ses conseils, sa patience, sa disponibilité constante et sa générosité ainsi que pour son soutien moral et scientifique.

Nos remerciements à tous les membres de jury qui ont accepté d'évaluer ce modeste travail
Un grand merci aussi à tous nos professeurs du département de français qui, d'une manière ou d'une autre, nous ont soutenu tout au long de notre parcours.

Dédicace

Je dédie ce travail à mes chers parents
A mes sœurs : Wafa, Majda, Romaïssa, Khanssa
A mes amis proches : Imane, Mouna.

Benguessoum Amel

Dédicace

Je dédie ce travail à mon cher père décédé, que Dieu aït ton âme et l'accueille dans son vaste paradis.

A ma mère

A mon mari Hamza,

A mes deux fils : Saïf et Haïthem

Nehdi Maherzia

Introduction
générale

À l'heure actuelle, nous ne pouvons plus imaginer une société ou une entreprise sans qu'elles soient identifiées par un logotype. Ce dernier est connu plus fréquemment par le mot du « **logo** ». Sa présence est devenue incontournable pour leur réputation ou leur notoriété, notamment pour les grandes marques mondiales.

En effet, cette représentation se considère comme une invention des imprimeurs au début du 19^{ème} siècle. Généralement, il est différemment utilisé pour désigner un emblème, un monogramme, un insigne ou encore un blason. Donc, cette identification visuelle pour les entreprises, les sociétés et les marques, « *s'est imposée comme étant le premier signe servant d'établir la communication et l'identification.* »¹

Dans le but d'actualiser des savoirs, nous nous sommes intéressées à l'étude de cette notion selon une vision académique. Autrement dit, notre idée s'est affleurée pour mettre en vigueur ce concept dite logotype au sein des études universitaires plus précisément dans le domaine des sciences humaines et sociales, et dans la filière de Lettres et Langue française.

Donc, le logo représente l'objet de notre travail de recherche en Master, qui porte comme intitulé « ***Pour une approche sémiologique des logotypes universitaires cas de Ouargla, El oued, Tamanrasset et Ghardaïa*** ».

Notre recherche a pour objectif d'étudier le sens et la signification des logos universitaires du sud algérien, leur mécanisme de fonctionnement. Et grâce à cette contribution, nous tentons d'enrichir le champ d'étude de la sémiotique du logo tout en essayant de voir comment les logos universitaires peuvent représenter la réalité linguistique, culturelle et sociales de l'université algérienne. Pour ce fait, on propose la problématique suivante :

- Quels sont les messages qui sont transmis par les logos des universités de sud ?

Pour répondre provisoirement à cette question, nous proposons l'hypothèse suivante :

¹Souheyra BOULIFA, «*Pour une analyse sémiotique des logos cas des logos des établissements universitaires algériens*, Mémoire de Master soutenu publiquement septembre 2020, université Kasi Merbah Ouargla, p.10.

- Les concepteurs des logos universitaires utiliseraient des couleurs originales et des images avec des textes attrayants qui reflètent la région et ses caractéristiques sociolinguistiques, et culturelles pour transmettre des informations précises
- En ce qui concerne les codes de transmission des messages, on suppose que les logos véhiculaient des messages à travers deux codes ; la langue et l'icône.

En s'inscrivant en ligne droite dans cette recherche, nous tenons à préciser que notre approche, nous adopterons l'approche sémiologique, qui consiste à faire l'analyse sémiologique du logo dont l'objet d'étude est le logo universitaire au sud algérien. Cette critique se veut une étude sémiologique qui tente de dévoiler la signification des logos universitaires choisi comme corpus. Quant à la méthode, elle est hybride entre plusieurs variétés à la fois descriptive et analytique. Tout d'abord, nous commençons par une description formelle du logo tout en mettant l'accent sur la forme, les couleurs... Ensuite, nous ferons une lecture analytique qui repose sur la description des trois messages ; plastique, iconique et linguistique.

Pour ce faire, nous escomptons une planification simple répartie en deux chapitres. La première porte l'étiquette de « *Données théoriques autour de l'approche sémiologique du logotype* », où nous présentons la sémiologie et ses composantes de point de vue théorique. Par contre le deuxième, il est un chapitre se base sur la pratique menée sur le corpus choisi, il porte sous le titre de « *La sémiologie des logos universitaires cas de Ouargla, El oued, Tamanrasset et Ghardaïa* ».

Premier chapitre :
Données théoriques autour de
l'approche sémiologiques du
logotype

Le présent chapitre est une ébauche pour notre travail de recherche. Dans cette partie, nous présentons les principaux éléments de point de vue théorique. Tout d'abord, nous mettons notre attention sur la notion de la sémiologie, puis nous nous focalisons sur l'un de ses substances celui du logotype.

I. Autour de la sémiologie

Depuis son apparition, la sémiologie est considérée comme une science mère pour la linguistique. Dans un sens plus simplifié, « *la sémiologie peut être définie comme l'étude des signes. C'est un ensemble de concepts et de méthodologies destiné à décrire un système de signes* »¹. En effet, elle représente la théorie principale qui fusionne les différents signes qui nous entourent. Dans ce contexte, nous citons l'avis de Yasmine ACHOUR qui précise en disant :

Née au cœur des sciences humaines, la sémiologie/sémiotique se donne pour projet de mieux comprendre non seulement le sens des objets, mais aussi comment le sens se fabrique, les lois du fonctionnement des signes et leurs interprétations. C'est ainsi que la définition de la sémiotique ou de la sémiologie a suscité de nombreuses polémiques.²

De cette citation, nous découvrons que l'écrivaine met au même pied d'égalité la sémiologie et la sémiotique. Ce statut entre ces deux sciences reste un sujet à présenter après l'étymologie de ce terme.

I.1. L'étymologie de la sémiologie

De point de vue étymologique, la Sémiologie est un mot qui se compose de deux syntagmes : « Sémio » de la racine " **semeiôn** " qui veut dire « Signe », et de « logie » qui est dérivé de la langue grecque du mot « **logos** » qui porte deux significations comme « Discours » et « Logique », ou de « **logia** » donnant le sens de « Théorie ». En conséquence, l'ensemble de ces deux termes désignent littéralement *La logique des signes, le discours des signes, ou la théorie des signes*. Mais selon la référence dictionnaire, le terme marque sa présence dans la langue française depuis 1752

¹<https://visualdsgn.fr/semiologie-saussure-pierce-barthes/>. Consulté le 29/12/2021 à 22 :33.

²Yasmine ACHOUR, « Complexité et statut théorique de la sémiologie/sémiotique ». [En ligne] sur : <http://archives.univ-biskra.dz/handle/123456789/3799>. Consulté le 30/12/2021 à 16 :25.

(selon le dictionnaire le Petit Robert). De point de vue diachronique, l'histoire de ce terme atteste qu'il est adopté depuis l'Antiquité grecque, en tant que notion appartenant au champ lexical médical, comme le confirme Jean-Claude DOMENJOZ :

On peut remonter le terme sémiologie jusqu'à l'Antiquité grecque où l'on trouve une discipline médicale qui vise à interpréter les symptômes par lesquels se manifestent les différentes maladies (la sémiologie ou symptomatologie) Il semble que, dans le domaine de la philosophie, la problématique du signe apparaisse formellement en Occident chez les Stoïciens (III^e siècle av. J. -C.) dans la théorie du syllogisme comme reliant le mot à la chose³

Cette citation montre clairement que la sémiologie existait depuis l'antiquité dans le domaine de la médecine et s'attache étroitement aux symptômes des maladies. En effet au cours des années, elle s'est développée pour qu'elle soit une science autonome et une approche théorique très répandue dans les études académiques.

I.2. La terminologie de la sémiologie

La quête menée pour donner une définition terminologique pour la sémiologie, atteste que l'avènement officiel de la Sémiologie dans les foires académiques est prôné qu'au début de XX^{ème}, siècle notamment avec les recherches du Suisse Ferdinand DE SAUSSURE. Pour ce sujet, Peter WUNDERLI nous explique et dit :

Pour Ferdinand de Saussure, la linguistique n'est pas un domaine scientifique unique et isolé, mais elle fait partie d'une science générale du signe (des signes) qu'il appelle sémiologie. Les sources du CLG ne laissent aucun doute à ce sujet. Ainsi nous lisons dans les notes d'Albert RIEDLINGER du 2^e Cours « *N'est-il pas évident qu'avant tout la langue est un système de signes et qu'il faut recourir à la science des signes, qui nous fait connaître en quoi peuvent consister les signes, leurs lois, etc.? Cette science n'existe pas dans les disciplines connues. Ce sera une sémiologie* »⁴

Donc, nous découvrons que l'identification et la présentation de cette science revient à ce penseur suisse. Ce dernier a l'honneur d'être son fondateur et théoricien, pour ce fait il nous définit la sémiologie comme suit :

³Jean-Claude DOMENJOZ, « L'Approche sémiologique » in *Formation images et média, contribution présentée dans le cadre de la session I du dispositif de Formation 1998-1999, catégories fondamentales du langage visuel*, septembre 1998, p.2, Fichier en PDF téléchargé le 04/10/2021.

⁴ Peter WUNDERLI, « Ferdinand De Saussure : la sémiologie et les sémiologies », Disponible : article en PDF sur ce lien : <https://doi.org/10.1515/sem-2017-0087> . consulté le 02/01/2022 à 14 :22.

On peut donc concevoir une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale ; elle formerait une partie de la psychologie générale, nous nous la nommerons sémiologie du grec *semon* (signe), elle nous apprendrait en quoi consistent les signes, qu'elles lois les régissent puisqu'elle n'existe encore, on ne peut dire ce qu'elle sera mais à droit à l'existence, sa place est déterminée d'avance.⁵

La sémiologie est donc une science générale qui trouve ses origines dans la linguistique saussurienne. Ce linguiste l'a adopté dans le programme tracé pour cette nouvelle discipline, et qui est définie comme étant « *la vie des signes au sein de la vie sociale* ». F. DE SAUSSURE lui accorde un statut de science générale des signes qui apprendrait en quoi consistent les signes et leur fonctionnement en société. Dans ce contexte, Y. ACHOUR ajoute en disant :

Cette science, selon lui, formerait « *une partie de la psychologie sociale, et par conséquent de la psychologie générale* ». Cependant, la linguistique garde sa valeur dans le programme saussurien vis - à - vis de la sémiologie quand il lui assigne une place privilégiée parmi les faits humains qui existent. Comparée à d'autres systèmes de communication non linguistiques, « *la langue est un système de signes exprimant des idées, et par là, comparable à l'écriture, à l'alphabet des sourds-muets, aux rites symboliques, aux formes de politesse, aux signaux militaires, etc. Elle est seulement le plus important de ces systèmes* ». Une telle définition de la sémiologie non seulement précise l'objet de cette science, mais aussi montre que *Saussure* semble à la fois soucieux de définir la linguistique générale ,et de mettre l'accent sur le lien étroit entre ces deux disciplines⁶

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

I.3 La sémiologie vs la sémiotique⁷

Déjà présenté supra, la sémiologie se considère comme science générale qui étudie les signes au sein de la vie sociale,

⁵ Ferdinand DE SAUSSURE, *Cours De La Linguistique Générale*, Payot, 2016.

⁶ Yasmine ACHOUR, *Op.cit.*

⁷<http://www.surlimage.info/ecrits/semiologie.html#sem>. Consulté le 01/01/2022.

Néanmoins, les deux notions sont plus au moins des synonymes, cependant, tous deux traitent de l'étude des signes et de la signification.

La sémiologie est étroitement liée à Saussure, Baltic, Mets, et plus généralement, à la tradition européenne dans laquelle les sciences humaines restent liées aux mouvements littéraires, esthétiques et philosophiques. Quant à la sémiotique, elle renvoie à la tradition anglo-saxonne de Peirce, Morris, et plus généralement à la logique.

Roland Barthes a établi une nouvelle théorie qui repose sur l'image et qui est connue sous le nom de « la sémiologie de l'image », en renversant le traité dans les années 1960 et en imitant les concepts de base de la linguistique. C'est pour cette raison que la sémiologie est marquée par le structuralisme dont elle postule sur les textes, les images, les films...comme un lieu principal où la langue est considérée comme le principe de tout système de signe.⁸

Dans ce cadre, la sémiotique du cinéma considère les films dans sa dimension linguistique comme un système producteur de sens. Puis il s'ouvre à plusieurs concepts principaux ; à titre d'exemple : la narratologie, la psychanalyse, la pragmatique... Néanmoins, pendant les années 60, le concept de la sémiologie a vu une grande dominance.

L'un de ses principaux avantages, comme l'affirme justement André Gardies, est le développement progressif de discours autres que « qu'un discours autre que celui du ressassement extatique, de l'impressionnisme intuitif, de l'herméneutique humaniste ou du jugement subjectif, puisse peu à peu s'élaborer pour qu'enfin le regard échappe à la sidération»

Par contre, elle a conduit à un débat fastidieux dans l'analyse des images. Bien que cela puisse être utile pour la communication visuelle (en particulier la publicité), il s'est avéré particulièrement stérile pour comprendre et analyser les œuvres d'art avec délicatesse.

⁸<http://www.surlimage.info/ecrits/semiologie.html> consulté le 01/01/2022.

À partir des années 1980, la sémiotique "classique" a été sévèrement critiquée pour la nature inhérente de la signification qu'elle présuppose, et pour le manque du contexte et de considération du spectateur dans la génération du sens.

Sur le plan pédagogique, l'usage formel de la sémiologie aurait conduit à un certain excès pédagogique, comme essayer (et parfois encore essayer) d'enseigner la « grammaire des images »⁹.

Comme le confirme Geneviève Jacquinot (1985), «*De nombreuses pratiques d'analyse des messages audiovisuels se sont développées dans la ligne des travaux théoriques sur la sémiologie de l'image fixe le plus souvent.* »¹⁰

Cependant, ce dernier peut être superflu ainsi que dangereux lorsque l'objectif est d'apprendre des termes plutôt que d'une méthodologie (combiner des mots polysémiques, des synonymes, des codes, des référents, des signifiants, etc.). Quand c'est un but en soi, pas un moyen d'aider à voir, entendre et reconnaître un sens non relativisé par l'apport d'autres savoirs picturaux tels que l'histoire de l'art, picturale, psychanalyse, histoire sociale, approches anthropologiques, etc. Quand cela devient de l'impérialisme culturel ou social de faire respecter le « bon sens » malgré le respect du processus complexe de vol de messages... »

En basant formellement sur la conception saussurienne, Roland Barthes a insisté sur le que « *La sémiologie a (...) pour objet tout système de signe quelle que soit la substance, quelles qu'en soient les limites (...)* »¹¹.

Dans chaque concept, ils évoquent le concept de signe comme un concept important pour ceux qui veulent percer les mystères de ce domaine d'étude.

⁹<http://www.surlimage.info/ecrits/semiologie.html> consulté le 01/01/2022

¹⁰<http://www.surlimage.info/ecrits/semiologie.html> consulté le 01/01/2022

¹¹Roland Barthes, présentation, In : communication n°4, 1964, p 01. Disponible sur : https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_2189.

II.1. La sémiologie de la communication

I. Les types de la sémiologie

II. II.1. La sémiologie de la communication

Dans le cadre de la sémiotique proposée par Eric Buysens, G. Monin, J. Martinet, L. Prieto, la sémiotique de la communication peut être définie comme « *peut se définir comme l'étude des procédés de communication c'est-à-dire des moyens utilisés pour influencer autrui et reconnus comme tels par celui qu'on veut influencer* »¹²

Donc, la sémiotique reste indissociable de la communication intentionnelle, parce qu'elle représente le processus d'envoi d'informations du destinataire à l'expéditeur via un système transparent. Codes, langages chimiques,...etc. Par conséquent, la notion de communication est nécessaire dans cette école.

En somme, la sémiologie de la communication est particulièrement utile lorsque :

- L'approche sémiotique du titre reconnaît la fonction du titre et son intention directe et indirecte. Les titres portant des articles de journalisme jouent un rôle important dans la discussion et donc dans le sens.

- Utilisez ce type de symbole de communication (tel qu'un symbole ou un index) pour identifier le symbole de titrage comme le seuil réel d'interprétation d'autres symboles de texte ou de contexte.¹³

II.2. La sémiologie de la signification

À l'origine Roland Barthes est le fondateur de ce courant qui travaille à la fois sur les symboles et sur les indices. Plus tard, la sémiotique s'est imposée comme le domaine du « s'intéresse à tout ce qui signifie quelque chose sans se préoccuper si cela est volontaire ou pas »¹⁴ cependant, elle vise ainsi à expliquer les différents faits sociaux.

Dans cette optique, le monde des symboles est caché et non conventionnel. Actuellement, la sémiotique de la communication est clairement faite partie de la sémiotique du sens, de sorte que le problème de la dichotomie académique entre sémiotique de la communication et sémiotique du sens n'existe plus, posant divers

¹²BUYSENS Eric. *La communication et l'articulation linguistique*, cité par Mounin George, *Introduction à la sémiologie*, Ed. Minuit, Paris, 1970, p.13

¹³ HOEK L H. : *Pour une sémiotique du titre*, Ed. Urbino, Rome, 1973, p. 137.

¹⁴ Mohamed Salah Chehad, *cours de sémiologie générale*, ED MidadUniversitypress, Constantine, 2007, p 77

problèmes. Intérêt pour des thèmes de recherche spécifiques tels que la photographie, le cinéma, le théâtre, autrement dit la littérature en général.

En résumé, dans la sémiologie, nous distinguons deux types, la sémiologie de la communication et de signification. Dont la première sert à étudier les procédés de la communication, autrement dit, les moyens utilisés pour influencer l'autre au sein d'une situation de communication, Alors que la deuxième vise au sens caché et non conventionnel dans les symboles et les indices. Elle s'intéresse à l'étude des images, les films, le théâtre ou, en d'autres termes, la littérature dans son ensemble.

III. Le signe dans la sémiologie

Un signe est un objet, une qualité, un événement ou une entité dont la présence ou l'occurrence indique la présence ou l'occurrence probable de quelque chose d'autre. Un signe naturel a une relation causale avec son objet - par exemple, le tonnerre est un signe de tempête ou les symptômes médicaux un signe de maladie.

Selon le dictionnaire Le Petit Larousse le signe définit comme : « *ce qui permet connaître, de deviner, de prévoir ; indice, marque* »¹⁵

F. de Saussure considère le signe comme « *la combinaison du concept et de l'image acoustique.* »¹⁶.

Et le définit donc comme une «entité psychique à deux faces» qui «unit un concept et une image acoustique ». Cette entité qui est le signe se décompose en:

- Signifiant, la partie perceptible du signe.
- Signifié, la partie conceptuelle du signe.

Il apparaît dès lors comme l'association d'un contenu sémantique (signifié) et d'une expression phonique (signifiant) et demeurent des constituants inséparables et solidaires.

Charles Sanders Peirce définit le signe;« *Quelque chose tenant lieu de quelque chose pour quelqu'un, sous quelque rapport ou à quelque titre* »¹⁷

¹⁵ Le Petit Larousse Illustré, 2007, France, p 985

¹⁶ Ferdinand de Saussure, Op.cit. p 86

En fait, il distingue trois types de signes; c'est une classification qui dépend de la relation existante entre les trois pôles :

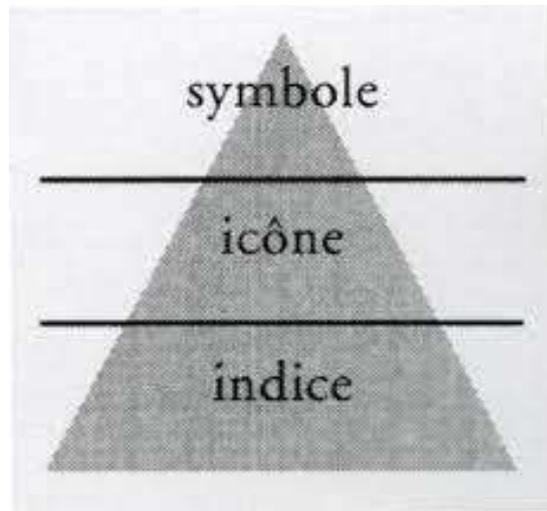


Figure N°1 : Les trois pôles du signe selon S. Peirce

- Les signes indiciels : sont des traces sensibles d'un phénomène, une expression directe de la chose manifestée. L'indice est lié (prélevé) sur la chose elle-même (la fumée pour le feu).
- Les signes iconiques : sont des représentations analogiques détachées des objets ou phénomènes représentés (l'image en particulier)
- Les signes symboliques : rompent toute ressemblance et toute contiguïté avec la chose exprimée. Ils concernent tous les signes arbitraires (la langue, le calcul...)¹⁸

En somme, selon Saussure, le signe est défini comme une entité de deux faces, un signifiant, qui désigne la partie perceptible du signe, et un signifié, qui renvoie à la partie conceptuelle du même signe. Alors que Peirce ; le signe désigne toute une

¹⁷MARTINE Joly. Introduction à l'analyse de l'image. Ed. Nathan, Université, France, 1998, p.25.

¹⁸Lecture

<http://www.surlimage.info/ecrits/semiologie.html#:~:text=Indice%2C%20icône%2C%20symbole,-> .

Consulté le 30/12/2021.

chose qui tient lieu de quelque chose d'autre pour quelqu'un, sous quelque rapport ou à quelque titre. Cependant, Il distingue trois types, indice, icône et symbole.

IV. Le logotype

Un logo est une abréviation usée pour décrire une marque, une entreprise, une organisation... dans une logique de marché faisant l'objet d'une intense concurrence de caractère. D'ailleurs, il fait l'objet d'ordres d'effet (impressionner pour survivre sur le marché de l'enseigne)¹⁹ et doit sans cesse (ré)asseoir sa légitimité d'enseigne représentative.

Il s'agit de l'invention d'une imprimante utilisée pour sécuriser les biens et soigner ses propriétaires. Il s'agit également du symbole, de l'icône, de la marque de commerce et de l'empreinte d'un produit du fabricant. Nouvellement, les logos se sont exigés comme le principal logo utilisé pour établir la communication et la sensibilisation.

Dès leur émergence, les logos ont été appelés logotypes. En fait, la syntaxe est un discours important car c'est elle qui détermine son statut, pas l'image. Par exemple, l'emblème est la seule expression de la puissance commerciale, et la charte graphique qui systématise tous les scénarios symbolise la « souveraineté » du commanditaire.

Dans la plupart des cas, les pairs « emblème et logogramme » flottent dans l'espace sans prendre en charge une syntaxe forte, ce qui réduit la capacité des graphiques. Dans ces situations, la démarche consistant à limiter la création de logo à la seule recherche d'images iconiques est vouée à l'échec. Dans ce sens, le logo peut contenir des emblèmes (champs symboliques et sculpturaux) constitués de chiffres de base combinés dans une syntaxe auto-signifiante. Les emblèmes sont souvent des pictogrammes et des idéogrammes.

Formellement et du point de vue du contenu, un logo peut être considéré comme un signe défini par le choix exact de sa couleur et de sa forme. Tout dépend du contexte et des caractéristiques de décoration. Par conséquent, il est devenu un pionnier de l'identité visuelle et a permis aux gens de mieux comprendre la marque.

¹⁹<https://economy-pedia.com/11032321-logo> consulté le 01/02/2022

IV.1. Aperçu historique

Des projets comme ceux menés par logo s'inscrivent dans un long processus qui a été influencé à la fois par l'évolution de l'état d'esprit du designer (initialement Papert) et les avancées rapides dans le domaine du matériel informatique. Les projets et les langages informatiques évoluent intimement, mais il faut parfois faire la distinction en évoquant chaque histoire.

- La période d'incubation : (1966 à 1980) : une tortue à petits pas²⁰

La première version du logo a été créée en 1967. Elle a été développée par un groupe d'étudiants dans une école de Lincoln, Massachusetts. Cependant, il a été conçu pour être accessible aux jeunes étudiants sans trop de connaissances en algorithmes. Il est maintenant développé par le même groupe, mais avec un nom différent également.

D'ailleurs, en 1970, Seymour Papert fonde le laboratoire LOGO au M.I.T. L'année suivante voit les premières expérimentations de tortues LOGO (sol ou écran), considérées à tort par beaucoup comme essentielles au projet. Plusieurs implémentations sur différents matériels et expériences pédagogiques ont suivi au cours de la décennie des années 1970.

Cette période de pensée et d'expérimentation se caractérise par des recherches extraordinaires dans les écoles voisines (y compris les écoles publiques de Brookline) et a une circulation limitée de publications qui reflètent les leçons tirées de ces expériences ("Thèse"). ", A apporté un logo mémo.

- Apogée et désillusion (1980 à 1990) : du lièvre à la tortue

Cette phase est caractérisée par le quitte du logo du laboratoire et atteint son apogée au début des années 1980. Deux facteurs contribuent à cet enthousiasme.

Par ailleurs, il a été développé pour les Texas Instruments TI-99/4A5 et Apple II, tous deux sortis en 1977. La base de langage est commune, les interfaces graphiques sont différentes compte tenu des spécificités des deux machines. Des versions pour une

²⁰<https://fr-academic.com/dic.nsf/frwiki/1068245> consulté le 02/02/2022

dizaine de langues ont été développées d'une façon simple puisque l'architecture a permis de redéfinir facilement les primitives du langage.

- Après 1990, de Logo au constructionnisme ; les métamorphoses de la tortue

Au début des années 1990, Logowriter était considéré comme un produit ancien et dépassé en Amérique du Nord. En Europe, l'enthousiasme initial a diminué après l'échec des projets informatiques visant à introduire les nouvelles technologies de l'information dans l'éducation. Son utilisation est anecdotique depuis le milieu des années 1980, à l'exception du Royaume-Uni qui l'utilise comme outil pédagogique.

Vers le milieu de la décennie, l'intérêt renaît alors que le logo défini au début des années 1980 disparaît et que le développement de nouveaux produits et le nouveau concept de constructionnisme sont favorisés. Ils incluent de nouvelles fonctionnalités, mais la conception derrière le langage informatique reste la même.

IV.2. Définition du logo

Un logo ou un logotype²¹ est une composition visuelle utilisée pour identifier une entreprise, une marque, une association, un produit, un service ou tout autre type d'organisation et se publier. Elle reconnaît le public et le marché auxquels elle s'adresse et la différencie des autres entreprises du même secteur. « *Logotype, symbole ou emblème qui représente une marque, une organisation, une entreprise commerciale ou toute autre entité.* »²²

Selon le Petit Larousse : « *Logo ou, rare logotype : représentation graphique d'une marque commerciale, du sigle d'un organisme.* »²³.

Donc, le logo est un modèle déposé et sa reproduction non autorisée sera sanctionnée comme contrefaçon.

À l'origine dans la typographie, les logotypes étaient des lettres écrites dans une police spéciale et disposées de manière spécifique mais facile à lire. Dans l'industrie automobile, le nom de la marque à l'arrière du véhicule a tendance à parler de monogrammes.

²¹ « L'emblème de nos Jeux », sur www.paris2024.org. Consulté le 02/01/2022.

²² <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/logo#0>. Consulté le 02/01/2022.

²³ Petit Larousse. Ed 2007, Paris, p 640.

Il est nécessaire de pas confondre entre logo et pictogramme, car ce dernier est un signe qui sert à indiquer l'action ou la chose qu'il représente afin de donner accès à quelque chose de plus, et le logo est plus souvent utilisé pour représenter une personne. Par ailleurs, le logo peut également prendre une forme invisible. Cela peut être un son, puis il s'agit de l'identité du son ou du logo du son, ou de la sensation de l'odeur.

IV.3. Objectifs du logo

Comme tout élément graphique, le logo possède certains objectifs dans le domaine du sens et de signification ; cependant, il se produit pour envoyer à un public un sens ou une signification particulière.

« Certaines sociétés ont une identité visuelle tellement forte et ancrée dans la culture de masse que le nom de la marque n'a pas besoin de figurer à côté du logo lors des campagnes publicitaires »²⁴

Au même titre, le logo n'est pas une démonstration et doit être facile à lire rapidement pour être efficace. Les campagnes publicitaires n'exigent pas que le nom de la marque apparaisse à côté du logo.

Donc, tout logo sert essentiellement à :

- Attirer et cibler des clients potentiels et des opportunités commerciales avec des discours engageants.
- Améliorer l'image de chaque entité économique et sociale. L'image de marque, la notoriété et la durabilité d'une organisation dépendent fortement de ses efforts de communication.
- Identifier les activités économiques, les services, les produits et les PLV associés.
- Garantir l'identité de chaque entreprise.
- Renforcer l'impact des messages, opinions et discours commerciaux
- Nourrir tous les clients autour d'une même image.
- Représentant interne des salariés de l'entreprise.

²⁴<http://www.plume-et-papier.com/logotype.php>. Consulté le 02/01/2022

- Donner une personnalité unique à l'ensemble de l'entreprise.
- Distinguer les produits, les services, les produits et même les entreprises²⁵.

IV.4. Types du logo ²⁶

Tous les logos sont composés d'une combinaison de texte et d'images, mais chaque catégorie de logo a sa propre signification. Par la suite, nous proposons les 7 principaux types de logos et tout ce que vous devez savoir à leur sujet :

IV.4.1. Monogrammes

Un monogramme est un logo composé uniquement de lettres et correspond généralement aux initiales de la marque qu'il représente. IBM, CNN, HP, HBO...

Néanmoins, toutes ces entreprises ont choisi de créer leur logo en utilisant les initiales de leur nom. Au lieu d'amener les consommateurs à retenir quelques mots et noms, ils ont choisi des monogrammes.

En somme, le logo monogramme est basé sur la typographie choisie pour certaines des lettres qui composent le logo, qui met l'accent sur la simplicité et utiliser seulement quelques lettres peut être un logo efficace et percutant, en particulier pour les entreprises aux noms longs.

IV.4.2. Mots-symboles (ou logotypes)

Comme le monogramme, le logotype est basé uniquement sur le nom de l'entreprise, du produit... à titre d'exemple Visas et Coca-Cola. Donc, si le nom d'une telle ou telle entreprise est court et unique, envisage de créer un logo comme celui-ci. Par exemple, la société Google a déjà un nom fort. Combiné à une typographie audacieuse, le logo de la marque est presque inoubliable.

IV.4.3. Symboles et pictogrammes

Particulièrement, les pictogrammes sont des images, dont le premier logo qui vient à l'esprit est susceptible de contenir une image, et compte tenu de la marque que le logo

²⁵<https://www.petite-entreprise.net/P-1695-85-G1-le-logo-a-quoi-sert-unlogo>. Consulté le 03/01/2022.

²⁶<https://99designs.fr/blog/conseils-design/types-de-logos/>. Consulté le 03/01/2022.

représente (pommes Apple, oiseaux Twitter, etc.), c'est probablement la première chose qui vous vient à l'esprit. Ces dernières se développent si bien sur le marché que le logo est symbolique et facilement reconnaissable. Après tout, la marque n'est surpassée que par sa propre image. Pour cette raison, ce type de logo n'est pas le plus facile à réaliser pour un nouveau venu.

IV.4.4. Logos abstraits

Quant aux logos abstraits, ce sont une partie des pictographiques. Cependant, à la place d'une image représentative d'une marque ou d'une entreprise comme pomme, oiseau, il est efficace de choisir une forme abstraite. D'ailleurs, les exemples les plus connus sont BP, Pepsi et Adidas.

Généralement, ce type de logos est très fréquent et efficace au même temps, car ils servent à présenter l'entreprise ou la marque tout en gardant sa valeur, son identité ...

Si le pictogramme est basé sur une image concrète et réelle qui est un symbole familier à tous, donc, il offre une certaine liberté de choisir l'image qui sert éventuellement à décrire la marque.

IV.4.5. Mascottes

Ce type de logo représente un logo illustré par des personnages. Souvent, les mascottes colorées, amusantes et caricaturales sont un excellent moyen de créer un porte-parole de l'entreprise à partir de zéro.

IV.4.6. Combinaison de plusieurs éléments

Comme indiqué dans le titre, la création d'un logo qui regroupe plusieurs éléments, la première étape vise à sélectionner sélectionnez un monogramme ou un logotype et l'associer avec un pictogramme, une forme abstraite ou une mascotte.

Les deux éléments sélectionnés peuvent être installés côte à côte ou l'un au-dessus de l'autre. Cette catégorie est montrée clairement dans plusieurs logo autour du monde, à titre d'exemple : les logos Doritos, Burger King ou Lacoste.

IV.4.7. Emblèmes

L'emblème représente le dernier type du logo, par emblème, nous entendons les insignes, autocollants, blasons, etc. Donc, ces logos ont généralement un aspect traditionnel et sont marqués d'une approbation spéciale. Par conséquent, il est idéal pour les écoles et les agences gouvernementales...

Pareillement, les industries automobiles sont adeptes des emblèmes. Dontils représentent la version classique, mais pour dire le moins, les entreprises peuvent moderniser leurs conceptions pour répondre aux tendances graphiques du 21e siècle (par exemple, Starbucks et Harley-Davidson).

IV.5. Fonctions²⁷

Tout logo a des fonctions, dont sa fonction principale est « représentiez et expressive », qui sert à avouer le référent qu'il représente et exprimer sa valeur.

En plus, une fonction « référentielle et informative » dans le sens où il permet d'informer les lecteurs sur l'identité du référent.

Enfin, dans le sens qu'il s'adresse à un public visé, il a encore une fonction « empathique », parce qu'il distingue la singularisation afin de différencier un tel groupe et éveiller son ajustement aux valeurs du référent.

En résumé, le concept logo est apparu pour la première fois en mathématiques en 1967 pour désigner des éléments graphiques qui représentent des concepts et/ou des séquences phonétiques. Au même sens, il se définit comme la composition d'une image permettant d'identifier instantanément et visuellement une entreprise, une marque, une association, une institution, un produit, un service, un événement, etc., et a des finalités différentes selon le contexte. Le logo peut être affiché de sept façons différentes pour le but d'assurer ses fonctions représentative, expressive, référentielle et informatique.

²⁷[https://www.guslab.com/graphisme/un-logo-cest-quoi-au-juste#:~:text=Sa%20fonction%20principale%20est%20%C2%AB%20repr%C3%A9sentative,parfois%20d'autres%20indications\).](https://www.guslab.com/graphisme/un-logo-cest-quoi-au-juste#:~:text=Sa%20fonction%20principale%20est%20%C2%AB%20repr%C3%A9sentative,parfois%20d'autres%20indications).) Consulté le 04/01/2022.

Deuxième chapitre :

*La sémiologie du logotype
universitaires, cas de Ouargla, El
oued, Tamanresset et Ghardaia*

Après avoir introduit le cadre théorique, nous passerons au cadre pratique, qui sera consacré à la présentation des considérations méthodologiques ; présentation du corpus, son choix et Puis l'approche d'analyse.

Enfin , nous allons passer à l'analyse du corpus selon l'approche sémiologique de l'image publicitaire de Roland Barthes, développé dans son article « rhétorique de l'image » en 1964. Tout en s'appuyant sur les travaux de Joly Martine en ce qui concerne le signe plastique. Enfin, l'interprétation des résultats obtenus de l'analyse du corpus.

I. Présentation du corpus

Avant d'entamer notre analyse et de dévoiler les objectifs que nous projetons atteindre, il s'avère pertinent de présenter le corpus utilisé pour l'étude.

Un échantillon de logos, que nous avons tirés des logos universitaires de sud algérien, constitue notre corpus d'étude. Nous avons donc choisi 04 logos pour faire notre analyse.

Tout d'abord, nous avons pris quatre logos de quatre universitaires, l'université de « Ouargla », l'université de « El Oued », l'université de « Ghardaïa » et l'université de « Tamanrasset ».

II. Critères du choix du corpus

Notre choix des logos de ces universités comme corpus de recherche s'explique, tout d'abord, par le fait de montrer la diversité de significations de chaque logo, ainsi que, la détermination des éléments de chacun d'eux.

III. L'approche d'analyse

Afin de mener notre étude, nous avons choisi essentiellement, l'approche sémiologique de l'image de Roland Barthes, ainsi que les travaux de Joly Martine concernant le message plastique.

En commençant par la description du logo, nous passerons au message plastique, ensuite, le message iconique qui sera la description du niveau connoté du logo. Enfin, le message linguistique.

IV. Présentation des logos corpus

IV.1. Présentation de l'université de « Ouargla »¹

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

- Institut d'Agronomie saharienne
- Institut des sciences exactes
- Institut de Droit et sciences politiques
- Institut des Lettres et Langues
- Institut des Sciences Economiques et Sciences Sociales

L'Université KasdiMerbah-Ouargla se compose actuellement de 10 facultés ; chacune d'elles compte plusieurs départements conformément aux textes en vigueur, notamment le Décret exécutif n° 13-100 du 2 Joumada El Oula 1434 correspondant au 14 mars 2013 modifiant et complétant le Décret exécutif n° 01-210 du 2 Joumada El Oula 1422 correspondant au 23 juillet 2001 portant création de l'université de Ouargla.. Le nombre et la vocation des facultés composant l'Université KasdiMerbah Ouargla sont fixés comme suit :

- Faculté des Mathématiques et des Sciences de la Matière (FMSM)
- Faculté des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (FNTIC)
- Faculté des Sciences Appliquées (FSA)

¹<https://www.univ-ouargla.dz/index.php/fr/accueil/presentation-de-l-universite.html>.

- Faculté des Hydrocarbures, des Energies Renouvelables, des Sciences de la Terre et de l'Univers (FHERSTU)
- Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie (FSNV)
- Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion (FSECSG)
- Faculté de Droit et des Sciences Politiques (FDSP)
- Faculté des Lettres et des Langues (FLL)
- Faculté des Sciences Humaines et Sociales (FSHS)
- Faculté de Médecine (FM)

Et deux instituts à savoir:

- Institut des Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives (ISTAPS)
- Institut de Technologie (IT)

Le rectorat de l'Université KasdiMerbah Ouargla se situe sur la route de Ghardaïa. Trois grands campus composent l'architecture principale de l'Université. Depuis le 05 septembre 2005, l'Université porte désormais le nom de "Université KasdiMerbah Ouargla".

IV.2. Présentation de l'université de « El- oued »²

L'université d'El Oued a été créée par le décret exécutif n°12/243 du 14 Rajab 1 433 correspondant au 4 Juin 2012.

- **La première étape de 1995 à 1998**

Elle était l'annexe d'El Oued de l'Institut National du Commerce (INC) d'Alger.

Elle a été créée par l'arrêté inter ministériel du 03 Juin 1995. Les enseignements ont démarré pour la première fois durant l'année universitaire 1995-1996. Ce que l'on considère comme le noyau de l'université à la wilaya d'El Oued. Son siège était au lycée de Taksebt et ce durant deux années universitaires de 1995 à 1997.

²<https://www.univ-eloued.dz/fr/index.php/2012-09-18-14-31-01/presentation-de-l-universite>.

Et par la suite, son siège a été aménagé au centre Chouhada durant l'année 1998, on y dispense deux spécialités de la filière des sciences commerciales:

- **La deuxième étape de 1998 à 2001**

Elle devient l'annexe universitaire d'El Oued de l'université de Biskra.

En plus de l'annexe d'El Oued de l'institut national du commerce de Ben Aknoun à Alger, la wilaya d'El Oued a bénéficié de l'ouverture d'une spécialité de droit durant l'année universitaire 1998-1999 et d'un institut des lettres arabes durant l'année universitaire 1999-2000 qui vont dépendre de l'université de Biskra et forment ainsi l'annexe universitaire d'El Oued de l'université de Biskra.

- **La troisième étape de 2001 à 2012**

Elle devient le centre universitaire d'El Oued.

Le décret exécutif n° 01-277 du 30 Joumada Ethania 1422 correspondant au 18 septembre 2001 portant création d'un centre universitaire à El Oued. En application des dispositions de l'article 3 du décret exécutif n°91-479 du 14 décembre 1991, modifié et complété, susvisé, il est créé un centre universitaire à El Oued composé des instituts suivants :

- Un institut des sciences juridiques ;
- Un institut de littérature et langues ;et Un institut des sciences commerciales.

Le décret exécutif n° 06-280 du 21 Rajab 1427 correspondant au 16 août 2006 modifiant et complétant le décret exécutif n° 01-277 du 30 Joumada Ethania 1422 correspondant au 18 septembre 2001 portant création d'un centre universitaire à El Oued.

Le nombre et la vocation des instituts composant le centre universitaire d'El Oued sont fixés comme suit :

- Un institut de Droit et d'Administration,
- Un institut des Lettres et des Langues,
- Un institut des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion,

- Un institut des Sciences et de la Technologie, et Un Institut des Sciences Sociales et Humaines.

- **La quatrième étape à partir de 2012**

A partir de Juin 2012, elle devient enfin l'université d'El Oued.

L'université d'El Oued a été créée par le décret exécutif n°12/243 du 14 Rajab 1433 correspondant au 4 Juin 2012, l'université d'El Oued qui sera constituée de six facultés :

- Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie,
- Faculté des Sciences et de la Technologie,
- Faculté des Lettres et des Langues,
- Faculté des Sciences Sociales et Humaines,
- Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion, et Faculté de Droit et des Sciences Politiques.
- Administration des affaires durant l'année universitaire 1997-1998 et Commerce international durant l'année universitaire 1999-2000.

IV.3. Présentation de l'université de « Tamanrasset »³

Le premier noyau du Centre Universitaire de Tamanrasset a été créé en septembre 2004, et il a connu de nombreux changements rapides dans sa structure organisationnelle et pédagogique, passant d'une annexe en 2004 à un centre universitaire en 2006 à une université en 2020.

- **La première étape de 2004 à 2005**

Le samedi qui correspond au vingt-quatrième de février de l'année 2004, le président de la République, M. Abdelaziz Bouteflika, a jeté la pierre de fondation pour l'achèvement du projet du Centre universitaire de Tamanrasset.

Selon la résolution ministérielle n ° 120, datée du 20 septembre, 2004, un attachement à l'Université d'Algérie à Tamanrasset a été ouvert.

³<https://www.univ-tam.dz/>.

- **La deuxième étape: la création du centre universitaire de Tamanrasset**

Le 16 août 2005, le centre universitaire de Tamanrasset a été créé, selon le décret exécutif n° 05/301, avec deux instituts:

- L'institut des sciences humaines.
- L'institut des droits.

- **Troisième étape : Université de Tamanrasset**

Le Centre Universitaire de Tamanrasset a été reclassé en université conformément au décret exécutif n°20-336 du 22 novembre 2020

L'Université de Tamanrasset se compose des facultés suivantes :

- Faculté de droit et de science politique
- Faculté des sciences économiques et de gestion
- Faculté des sciences humaines et sociales
- Faculté des sciences technologiques

IV.4. Présentation de l'université de « Ghardaïa »⁴

En 2004, l'Attaché de l'Université d'Alger a été créé à Ghardaïa. Correspond à la décision ministérielle conjointe du 08 Rajab 1425 AH du 24 janvier 2004. Par la suite, le secteur de l'enseignement supérieur dans l'État de Ghardaïa a connu un développement rapide, car selon le décret exécutif n° 05-302 du 16 août 2005. Le Centre a été créé à l'Université de Ghardaïa, avec l'Institut Attaché National de Commerce de Metlili est au centre. Tout cela fait monter le centre à Classement des universités nationales selon le décret exécutif n° 12/248 du 14 Rajab 1433 AH Correspondant au 4 juin 2012 AD, il est situé sur 30 hectares et En plus des 6000 places d'enseignement que j'ai reçues, il y a 4000 places d'enseignement 2000 une place et 4000 places en cours avec diverses structures éduquer.

⁴<https://www.univ-ghardaia.dz/fr/#>.

V. L'analyse sémiologique des logos

V.1. Logo de l'université de « Ouargla »



- Description générale

Ce logo date représente un logo universitaire qui se compose de plusieurs significations, ce logo forme d'un cercle constitue un arrière plan, sur un fond blanc, on trouve un livre ouvert en couleur verte et noire, une spirale rouge allongée en haut à la bas du livre avec deux points en rouge.

- Description des messages : plastique et linguistique

- Le message plastique

Ce message permet de mettre en forme et de produire du sens. Il rassemble l'ensemble des caractéristiques matérielles.

✓ Le support

Le logo est présenté sur un cercle. En effet, un livre ouvert occupe le milieu de ce logo.

✓ **Le cadre**

Ce logo a une forme d'un cercle. Le livre présentés sur la surface occupe tout le support, où elle attire l'attention à la couleur dominante et le livre au milieu pour justifier le choix de chaque signifié. Aussi que, les écrits à ses frontières.

✓ **Le cadrage**

Les éléments de ce logo sont présentés horizontalement dans un plan moyen, cependant, ce cadrage met l'accent sur le livre, la spirale et les deux qui sont à la fin et le début de la spirale.

✓ **Angle de prise de vue**

Le logo est représenté en vue frontale, le concepteur a choisi de mettre de degrés foncés et clairs pour mettre une impression sur les éléments nécessaires.

✓ **La composition et la mise en page**

Au premier coup d'œil, ce qui est attiré est le livre qui est situé au milieu du logo. En plus, les degrés des couleurs, le nom de l'université. Les compositions de ce logo sont séquentielles, c'est-à-dire qu'ils nous conduisent à relier les éléments un par un.

✓ **Les formes**

Nous distinguons seulement la forme circulaire de la surface, qui se fait afin de montrer les éléments du logo.

✓ **Les couleurs et l'éclairage**

Ce logo est caractérisé par la dominance de la couleur verte, on trouve aussi la couleur rouge, noire et blanche.

La couleur de l'arrière-plan, la blanche qui symbolise la science, l'intelligence et la modestie.

La couleur verte qui renvoie à la terre, la nature, le clame et la renaissance.

La couleur de la spirale; rouge, qui renvoie à la force et la passion, Il nous fait penser également au l'énergie

La couleur noire du nom de l'université suggère la discipline, le pouvoir, mais aussi le sérieux et la puissance.

- **Le message linguistique**

De ce logo se dégage deux messages linguistiques : le premier est situé en haut du logo, « *جامعة قاصدي مرباح –ورقلة-* », ce message est écrit en arabe, avec des grandes lettres dont la couleur est noire. Tandis que, le deuxième message est écrit en français, avec des grandes lettres en noire dont les lettres sont en majuscule, « **UNIVERSITE KASDI MERBAH –OUARGLA** ». Dont le but principal est d'identifier le nom de l'université.

Le texte joue une relation d'ancrage avec les éléments du logo, car il fixe la chaîne flottante des signifiés, ainsi que guider l'interprétation du logo.

- **Lecture interprétative**

Tous les éléments présentés dans ce logo, nous apprennent qu'il est riche de connotation, ce qui nous oblige de les dégager une par une. L'idée d'utiliser les couleurs verte, blanche et rouge est de représenter l'identité algérienne dans l'université à partir des couleurs du drapeau algérien. Par la suite, le livre ouvert renvoie à l'aspect du savoir, dans lequel ce milieu est représenté un endroit d'éducation. Pour un dernier message, la spirale avec les deux points qui désigne le développement et l'évolution des connaissances et l'acquisition de nouvelles compétences chez les étudiants au sein de cette université dès le début du cursus universitaire.

V.2. Les logos de l'université de « El- oued »



- Description générale

Ce logo date qui représente un logo universitaire qui compose de plusieurs significations, ce logo forme d'un carré constitue un arrière plan, sur un fond blanc, on trouve un immeuble qui domine le haut de la surface, en bas on trouve un livre ouvert en jaune dans lequel il y a des demi-cercles de la même couleur, à coté de ces demi-cercles à gauche, on trouve trois plumes de trois couleurs, blanche, verte et rouge. En bas du logo, se trouve le nom de l'université en deux langues, l'arabe et le français.

- Description des messages : plastique et linguistique

- Le message plastique

✓ Le cadre

Ce logo a une forme d'un carré. Sur une surface qui contient un haut immeuble, un livre ouvert, des demi-cercles où elle attire l'attention aux couleurs dominantes.

✓ Le cadrage

Les éléments de ce logo sont présentés horizontalement dans un plan moyen, cependant, ce cadrage met l'accent l'ordre de ces éléments selon son importance et son appartenance

✓ Angle de prise de vue

Le logo est représenté en vue frontale, il est présenté clairement et apparaît sous tous ses détails pour mettre chaque élément dans sa valeur.

✓ La composition et la mise en page

Le premier coup d'œil, ce qui est attiré est l'immeuble qui se situe en haut du logo. En plus, les différentes couleurs utilisées dans la création de ce logo.

✓ Les formes

Dans ce logo, nous distinguons deux formes :

La forme carrée de la surface, qui se fait afin de montrer les éléments du logo.

La forme ronde de demi-cercles.

✓ Les couleurs et l'éclairage

Ce logo est caractérisé par la dominance de la couleur verte, blanche, rouge et noire

La couleur de l'arrière-plan, la blanche qui symbolise la paix, sagesse et simplicité.

La couleur verte qui renvoie à la terre, et plus précisément, l'herbe.

La couleur rouge, qui renvoie au sang.

La couleur noire du nom de l'université suggère le savoir.

Les couleurs blanche, verte et rouge nous ont conduit à les interpréter comme les couleurs de drapeau de l'Algérie.

- Le message linguistique

Ce logo est contient deux messages linguistiques, le premier message « جامعة الشهيد - حمّة لخضر- الوادي- **Université Echahid Hamma Lakhdar –El-Oued-**»

Les deux messages représentent le nom de l'université, écrit en arabe et en français, en grandes lettres avec la couleur noire en bas du logo. Le choix de l'écriture est en gras dont les lettres initiales sont en majuscules afin de les mettre plus en valeur.

Le texte a un rapport d'ancrage avec l'image représenté dans le logo, car il éclaire l'interprétation des signes du logo.

- **Lecture interprétative**

Le choix des éléments composant de ce logo est créer une certaine harmonie afin de guider vers une signification.

En s'appuyant sur l'analyse approfondie des éléments du logo, nous pouvons observer que ; ce logo est présenté sous un modèle matériel, dans un premier temps, un immeuble qui se situe en haut du logo, il renvoie à la présentation de pavillon administratif de l'université. Les demi-cercles en jaune, signifiés la ville de mille et une coupoles « EL-Oued »

En plus, le livre ouvert en bas du logo qui renvoie au contexte d'enseignement supérieur. Alors que les plumes ayant pour objectif d'enseigner, de guider l'enseignement dans le contexte universitaire. Elles peuvent aussi renvoient à l'aspect de la mémorisation.

V.3. Les logos de l'université de « Tamanrasset »



- Description générale

Ce logo représente le logo de l'université de Tamanrasset, sa composition est complexe et au même temps signifiante. Il reflète des messages iconiques qui méritent d'être interprétés. Les éléments composants de ce logo se trouvent au centre sur un fond blanc, entouré par un ruban rouge et un autre vert. En haut, se trouve le nom de l'université écrit en arabe en couleur noire, au milieu, on trouve un rond noir dans lequel, il y a une image d'une montagne en deux couleurs blanche et marron, en bas de ce rond se situent deux épées opposées, juste après, se trouve la lettre « تا » qui est écrite en langue arabe. Tout en bas, se trouve le nom de l'université en noir, mais cette fois-ci, il est écrit en anglais.

- Description des messages : plastique et linguistique

- Le message plastique

Concernant le signe plastique, nous allons analyser le côté esthétique, à savoir les points ci-dessous :

✓ **Le cadre**

Ce logo est présenté dans un cadre rond, sur un fond blanc entouré de rubans rouges et verts.

✓ **Le cadrage**

Les éléments du logo sont horizontaux, elle introduit un espace remarquable, pour mettre l'accent sur la clé au centre du logo.

✓ **Angle de prise de vue**

Nous avons un seul angle de vue, de face pour présenter clairement les éléments au centre du logo.

✓ **La composition et la mise en page**

Le premier coup d'œil, ce qui est attiré est la clé qui se situe au centre du logo, En plus, la couleur noire qui domine le logo.

✓ **Les formes**

Ce logo repose sur une seule forme ronde de la surface.

✓ **Les couleurs et l'éclairage**

Dans ce logo, nous remarquons la dominance de la couleur noire, et le blanche, nous trouvons aussi le rouge et le vert.

Le blanc est utilisé dans le fond. Il désigne essentiellement la science, aussi que l'intelligence, la nouveauté, la modestie, et la vérité.

Le noir est également utilisé à la présentation de la clé et la rédaction des textes linguistiques. Cependant, la couleur noire veut indiquer par la couleur noire le sérieux et la puissance.

Le vert et le rouge sont utilisés pour encadrer les éléments du logo. Le vert qui renvoie à la nature, la terre, la confiance, la fertilité, la renaissance, la sérénité et la végétation. Alors que, le rouge symbole l'énergie et vitalité, au même temps il peut signifier le sang.

La combinaison du blanc, vert et rouge peut interpréter comme le drapeau de l'Algérie pour désigner que cette université est algérienne.

- Le message linguistique

Ce logo contient deux messages linguistiques. Nous pouvons apercevoir en haut du logo, le premier message linguistique. Le nom de l'université écrit en arabe en couleur blanche, la taille de l'écriture est grande en gras. « **جامعة تامانغست** ».

On trouve le deuxième message en bas du logo écrit en noir en langue anglaise, dont le caractère est en gras. Les lettres du nom sont écrites en majuscule afin de les mettre plus en valeur, « **UNIVERSITY OF TAMANGHASSET** ».

- Lecture interprétative

Le choix des éléments composant de ce logo est de créer une certaine harmonie afin de guider vers une signification.

En appuyant sur l'analyse approfondie des éléments du logo, nous pouvons observer que ; ce logo est présenté sous un modèle matériel, dans un premier temps, une clé qui se situe en haut du logo dont à la fin on trouve un cercle dans lequel il y a une montagne de Hoggar, il renvoie à la présentation de clé du Hoggar qui symbole la richesse et du pouvoir matriarcal chez les Touareg. Au-delà de sa dimension historique et sa valeur, il témoigne de la richesse patrimoniale de cette région millénaire.

L'image dans le cercle représente « Le Hoggar » qui est la terre ancestrale du groupe Touareg KelAhaggar qui est le premier habitant de la ville de Tamanrasset.

Les deux épées (le Takouba) désignent une arme caractéristique pour le touareg de la ville de Tamanrasset.

En plus, la lettre « **تا** » renvoie à la première lettre de la ville de Tamanrasset, écrit en arabe « **تامانغست** ».

V.4. Les logos de l'université de « Ghardaïa »



- Description générale

Cette image représente le logo identitaire de l'université de Ghardaïa, est réalisée d'une forme circulaire délimitée par un croissant rouge.

Au milieu du logo, sur un fond bleu clair, en haut, on trouve une étoile rouge à cinq coins, immeuble marron avec des rayons qui brillent en blanc et un grand livre ouvert en couleur blanche dans lequel il y a la carte géographique de l'Algérie en vert dont le milieu on trouve une tâche brillante en blanc.

À l'intérieur de l'image en bas, on trouve le nom de l'université écrit en anglais en couleur blanche. Alors qu'en haut s'écrit le nom de l'université en arabe en couleur rouge abordé par la couleur blanche.

- Description des messages : plastique et linguistique

- Le message plastique

✓ Le cadre

Le logo a un cadre circulaire, la forme du logo est choisie pour éclairer l'espace géographique du monde saharien, et au même temps les éléments complémentaires à cette créativité

✓ **Le cadrage**

Les modèles présentés dans ce logo sont présentés horizontalement dans un plan moyen, les signes sont apparus selon son importance et leur signification.

✓ **Angle de prise de vue**

Le logo est présenté en vue de face, clairement présenté et présent dans tous ses détails pour placer chaque élément à sa valeur.

✓ **La composition et la mise en page**

Une image est une structure séquentielle qui guide l'œil du destinataire vers les significations qui s'étend sur toute l'image. D'abord le monument, la carte géographique, le livre ouvert, puis des étoiles et des mots pour découvrir le sens.

✓ **Les formes**

Le logo ne nous donne pas assez de formes : on ne remarque que la forme ronde du logo.

✓ **Les couleurs et l'éclairage**

Ce logo est caractérisé par la dominance de la couleur rouge, qui est présenté dans le croissant, l'étoile et le fond des écrits en haut en arabe. L'emploi de la couleur rouge symbolise la puissance, la force, l'énergie, la passion et évidemment d'amour. Dans l'étoile, le rouge renvoie au sang. Il est utilisé pour écrire le texte derrière l'image pour un attrait supplémentaire.

Le bleu de l'arrière plan évoque le ciel, l'eau, la fraîcheur, la loyauté, l'intelligence et la sécurité. Dans les tons plus clairs, il est associé à des idées de merveilleux, de liberté, de rêve et de jeunesse.

La couleur blanche du livre ouvert symbole suggère la pureté, l'innocence, sagesse et simplicité.

Le vert présenté dans la carte géographique renvoie à la nature, l'optimisme, l'espérance et la croissance, le calme, la relaxation et la renaissance. Le marron de

l'immeuble « monument historique » réfère la culture, l'histoire, le retour aux choses simples rappelant à la terre.

La couleur blanche de la lumière du soleil qui vient de deux côtés de l'immeuble désigne le début; elle donne une sensation naturelle et une impression d'une nouvelle journée ensoleillée.

La couleur blanche, rouge et verte nous conduit à les interpréter comme les couleurs de drapeau de l'Algérie.

- Le message linguistique

Ce logo représente deux signes linguistiques. Le premier est en haut du logo, « جامعة غرداية », il écrit en arabe sur un fond bleu, en rouge, son choix d'écriture est en gras. Le deuxième est en bas du logo, « *University Of Ghardaïa* », il est écrit en anglais sur un fond rouge, en blanc dont les lettres initiales sont écrites en majuscule. Son choix d'écriture est en gras et italique.

Le texte a une relation d'ancrage avec l'image représenté dans le logo, car il guide l'interprétation des signes.

- Lecture interprétative

Les éléments constitutifs de ce logo ont été choisis pour créer une certaine harmonie pour guider la signification du logo.

Grâce à une analyse approfondie des éléments du logo, nous pouvons observer qu'il est initialement présenté dans un modèle matériel.

Premièrement, un immeuble qui se situe en haut du logo renvoie à un monument historique dans la ville de Ghardaïa, plus précisément, le monument de sept villages: ksour de Mzab. Il est un lieu de révélation et de sentiments profonds qui reflète un processus de savoir et de découverte au milieu de l'hostilité du désert.

Nous voyons un énorme livre blanc ouvert qui renvoie au contexte d'enseignement supérieur dont le milieu il y a une carte de l'Algérie, ce qui signifie que cette université est pour tous les étudiants algériens.

L'étoile et le croissant sont des symboles centraux de toutes les religions, ils sont des symboles musulmans. L'étoile représente plus spécifiquement les cinq piliers de l'islam. Alors que le croissant désigne une marque de début et de fin du Ramadan.

Finalement, la tâche blanche brillante au milieu de la carte géographique désigne l'espace géographique de la commune de Ghardaïa, qui se situe au centre de l'Algérie dans le Nord du Sahara algérien.

D'après l'analyse sémiologique des logos des universités du sud, nous concluons que chacun d'eux sert à transmettre des messages à travers trois signes plastique, iconique et linguistique.

Par ailleurs, les trois signes entretiennent une relation de complémentarité pour donner un sens au signe, à la fois en dénotation et en connotation.

Il convient également de noter que l'analyse sémiologique des composantes visuelles et linguistiques du logo, nécessite le retour à l'histoire, la culture afin de dégager la signification des éléments composants du logo.

Conclusion
générale

Notre travail intitulé « La sémiologie des logos universitaires. Cas des universités de sud », met la lumière sur l'analyse sémiologique des logos universitaire de sud algérien.

L'objectif de notre travail est de dégager les significations des logos universitaires à partir l'analyse de trois messages ou niveaux différents, tout d'abord le signe plastique, iconique et linguistique tout en montrant la relation entre l'image présentée et le texte accompagné.

En s'appuyant sur les composantes visuelles de ces logos, nous avons pu définir les différentes significations afin de traduire l'identité universitaire présentée dans son logo.

Ce présent travail est s'inscrit dans le cadre de l'analyse sémiologique au domaine des sciences du langage. Cependant, nous avons voulu répondre principalement aux questions suivantes : Quels sont les messages qui sont transmis par les logos des universités de sud ?

Pour répondre à cette série de questions, nous avons supposé que : les créateurs des logos universitaires utiliseront des couleurs originales et des images avec des textes attrayants qui reflètent la région et ses caractéristiques sociolinguistiques, culturelles et même sociales pour transmettre des informations précises. En outre, On ce qui concerne les codes de transmission des messages, nous avons supposé que les logos véhiculent des messages à travers deux codes; la langue et l'icône.

D'après l'analyse sémiologique des logos universitaires, nous pouvons constater que l'interprétation des significations de chaque logo, nous obligeons de faire référence à l'histoire et plus précisément les caractéristiques sociolinguistiques, culturelles et même sociales de la commune ou la ville de l'université. Ce qui nous permet confirme la première hypothèse.

Quant à la deuxième hypothèse, nous pouvons la confirme, en condition d'ajouter d'autres éléments nécessaires. En effet, la transmission des messages se fait à travers la langue, l'icône et l'esthétique.

Pour conclure, l'analyse sémiologique représente un champ de recherche très vaste qui permet de découvrir tout un monde merveilleux grâce à la langue et l'esthétique et les icônes.

Bibliographiques

✓ Ouvrages

1-Eric BUYSENS. « La communication et l'articulation linguistique »,

2-Ferdinand DE SAUSSURE, 1916, « cours de la linguistique générale», Payot, 2016.

3-François RASTIER, 1990, « sémiotique, In revue encyclopédie philosophique universelle », Ed.PUF, Paris.

4-François RASTIER, 1997. « Défigements sémiotiques en contexte », Ed. Martins-Baltar, Paris.

5-George MOUNIN, 1970, « Introduction à la sémiologie », Ed. Minuit, Paris.

6-John Locke, « Essai philosophique concernant l'entendement humain, cité par Jean Claude Domenjoz dans l'approche sémiologique », septembre 1998, P.2.

7-Jean-Michel Adam & Marc Bonhomme, 2012, « L'argumentation publicitaire », Ed ARMAND COLIN.

8-Joly MARTINE, 2005, « L'image et les signe », Ed. Nathan, Université France.

Joly MARTINE, 1998, « Introduction à l'analyse de l'image ». Ed. Nathan, Université, France.

9-Leo Huib HOEK, 1973, « Pour une sémiotique du titre », Ed. Urbino, Rome.

10-Roland. BARTEHES, 1964, « éléments de sémiologie », Ed. Seuil, Paris.

✓ Dictionnaires

Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage, 2008, p 425.

Dictionnaire Hachette. Ed 2008, Paris, p 934.

Dictionnaire, Larousse, de linguistique et des sciences du langage. P 139.

Le Petit Larousse Illustré, 2007, France, p 985.

Petit Larousse. Ed 2007, Paris, p 640.

✓ Articles et documents

« Au-delà de l'image ». Une archéologie du visuel au Moyen-Age, Ve-XVIe siècle, Paris, Seuil, 2008, p. 13.

INTRODUCTION À LA SÉMIOTIQUE. Disponible sur <http://www.signosemio.com/introduction-semiotique.pdf>. Consulté le 01/01/2022.

« L'emblème de nos Jeux », Disponible sur www.paris2024.org. Consulté le 02/01/2022.

Mohamed Salah Chehad, « cours de sémiologie générale, ED Midad University press, Constantine, 2007, p 77

Peter Wunderli & FERDINAND DE SAUSSURE: « LA SÉMIOLOGIE ET LES SÉMIOLOGIES ». Disponible sur: <http://www.signosemio.com/saussure/s%C3%A9miologie.pdf>. Consulté le 29/12/2021.

Pour la discussion autour de la sémiologie et son développement cf. aussi DE MAURO 1972 N73, HARRIS 1987:18ss.

Roland. BARTEHES, 1964, « Rhétorique de l'image », communication n4.

✓ Mémoires

GHERRAZ Firdaws, TEBBAKH Khadidja. « Analyse sémiologique des logos des chaînes télévisées algériennes». Université Mohamed Seddik Ben Yahia, Jijel. 2018/2019.

Madjeda MAKHLOUF, Nawel BOUTALEB. « Analyse sémiologique des logos des universités algériennes ». Université Mohammed Seddik Ben Yahia – jijel -. 2019/2020.

Souheyla BOULIFA. « UNE ANALYSE SEMIOTIQUE DES LOGOS des établissements universitaires algériens ». Université Kasdi Merbah Ouargla.2019/2020.

✓ Sitographies

<http://www.surlimage.info/ecrits/semiologie>. Consulté le 30/12/2021.

<https://dictionnaire.lerobert.com/guide/qu-est-ce-qu-une-abreviation>. Consulté le 30/12/2021.

<https://grammaire.reverso.net/la-troncation/>. Consulté le 30/12/2021.

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Abr%C3%A9viation>. Consulté le 30/12/2021.

<https://grammaire.reverso.net/la-siglaison/>. Consulté le 30/12/2021.

<http://www.surlimage.info/ecrits/semiologie.html#sem>. Consulté le 01/01/2022.

<http://www.inf.ed.ac.uk/about/AIhistory.html>. Consulté le 02/01/2022.

<https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/logo#0>. Consulté le 02/01/2022.

<http://www.plume-et-papier.com/logotype.php>. Consulté le 02/01/2022.

<https://elearn.univ-ouargla.dz/2013->. Consulté le 02/01/2022.

<https://www.petite-entreprise.net/P-1695-85-G1-le-logo-a-quoi-sert-unlogo>. Consulté le 03/01/2022.

<https://99designs.fr/blog/conseils-design/types-de-logos/>. Consulté le 03/01/2022.

<https://www.guslab.com/graphisme/un-logo-cest-quoi-au-juste#>

Consulté le 04/01/2022

<https://www.univ-ouargla.dz/index.php/fr/accueil/presentation-de-l-universite.html>.

<https://www.univ-eloued.dz/fr/index.php/2012-09-18-14-31-01/presentation-de-l-universite>.

<https://www.univ-tam.dz/>.

<https://www.univ-ghardaia.dz/fr/#>.

<https://fr-academic.com/dic.nsf/frwiki/1068245?fbclid>

Consulté le 04/01/2022

TABLE DES MATIERES

Introduction		07
 Premier Chapitre 		
I. Autour de la sémiologie		11
I.1. L'étymologie de la sémiologie		11
I.2. La terminologie de la sémiologie		12
I.3. La sémiologie vs la sémiotique		13
II. Les types de la sémiologie		15
II.1. La sémiologie de la communication		15
II.2. La sémiologie de la signification		16
III. Le signe dans la sémiologie		17
IV. Le logotype		19
IV.1. Aperçu historique		19
IV.2. Définition du logo		21
IV.3. Objectifs du logo		22
IV.4. Types du logo		23
IV.4.1. Monogrammes		23
IV.4.2. Mots-symboles (ou logotypes)		23
IV.4.3. Symboles et pictogrammes		23
IV.4.4. Logos abstraits		24
IV.4.5. Mascottes		24
IV.4.6. Combinaison de plusieurs éléments		24
IV.4.7. Emblèmes		24
IV.5. Fonctions		25
 Deuxième chapitre 		
I. Présentation du corpus		27
II. Critères du choix du corpus		27
III. L'approche d'analyse		27
IV. Présentation des logos corpus		28
IV.1. Présentation de l'université de « Ouargla »		28
IV.2. Présentation de l'université de « El- oued »		29
IV.3. Présentation de l'université de « Tamanrasset »		31
IV.4. Présentation de l'université de « Ghardaïa »		32
V. L'analyse sémiologique des logos		33
V.1. Logo de l'université de « Ouargla »		33
V.2. Les logos de l'université de « El- oued »		36
V.3. Les logos de l'université de « Tamanrasset »		39
V.4. Les logos de l'université de « Ghardaïa »		42

Conclusion	46
Bibliographiques	49
Table des matières	54
Annexes		
Résumé		

Annexes





جامعة الشهيد حمّـة لـخـضر - الوادي
Université Echahid Hamma Lakhdar - El-Oued





Résumé

Cette recherche porte sur « La sémiologie des logos universitaires. Cas des universités de sud ». Elle se divise en deux chapitres : le premier chapitre théorique où nous avons consacré à la présentation théorique de concepts clés autour desquels s'articule notre sujet à savoir les données théorique autour de l'approche sémiologique des logos. Le deuxième chapitre pratique focalise la présentation du cadre méthodologique et l'analyse des logos des universités du sud algérien.

En effet, nous avons opté le modèle d'analyse sémiologique de l'image publicitaire de Roland Barthes, présentée dans son article « la rhétorique de l'image » et le modèle d'analyse de Joly Martine afin de décrypter le sens connotatif et dénotatif de ces logos. Cependant, l'analyse sémiologique des logos universitaire, nous permet, essentiellement, de définir trois messages à savoir le message plastique, le message iconique et enfin le message linguistique.

Mots clés : sémiologie, analyse sémiologique, logo.

ملخص

يركز هذا البحث على "دراسة شعارات الجامعة. حالة الجامعات في الجنوب". وهو مقسم إلى فصلين: الفصل النظري الأول حيث خصصناه للعرض النظري للمفاهيم الأساسية التي يدور موضوعنا حولها ، وهي البيانات النظرية حول النهج السيميولوجي للشعارات. أما الفصل العملي الثاني فيركز على عرض الإطار المنهجي وتحليل شعارات الجامعات في جنوب الجزائر.

في الواقع ، اخترنا نموذج التحليل السيميولوجي للصورة الإعلانية لرولان بارت ، المقدم في مقالته "بلاغة الصورة" ونموذج تحليل جولي مارتين من أجل فك المعنى الضمني والدلالة لهذه الشعارات. ومع ذلك ، يسمح لنا التحليل السيميولوجي لشعارات الجامعة بشكل أساسي بتحديد ثلاث رسائل ، وهي الرسالة البلاستيكية والرسالة الأيقونية وأخيرًا الرسالة اللغوية.

الكلمات المفتاحية: السيميولوجيا ، التحليل السيميولوجي ، الشعار.

Summary

This research focuses on « the semiology of university logos. Case of Southern Universities ». It is currency in two chapters: the first theoretical chapter where we devoted to the theoretical presentation of key concepts around which our subject is articulated, namely the theoretical data around the semiological approach of logos. The second practical chapter focuses the presentation of the methodological framework and the analysis of the logos of the universities of South Algeria.

Indeed, we opted the model of semiological analysis of the advertising image of Roland Barthes, presented in his article "The rhetoric of the image" and the model of analysis of Joly Martine in order to decrypt the connotative and detained meaning of these logos. However, the semiological analysis of university logos, essentially allows us to define three messages, namely the plastic message, the iconic message and finally the linguistic message.

Key words : semiology, semiological analysis, logo.