

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE  
UNIVERSITÉ LARBI TEBESSI – TEBESSA



FACULTÉ DES LETTRES ET DES LANGUES  
DÉPARTEMENT DES LETTRES ET LANGUE FRANÇAISES

---

Mémoire élaboré en vue de l'obtention du Diplôme de MASTER  
Option : **Sciences du Langage**

**Vers une analyse sémiologique de la photographie de presse**  
**Journal « Le Buteur » du 1<sup>er</sup> au 31 juillet 2019**

**Encadrant**

Dr. KHELLAF Zohir

**Présenté par**

DJEDDAI Kaouther

SLIMANI Fatma

13 juin 2020



MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE  
UNIVERSITÉ LARBI TEBESSI – TEBESSA



FACULTÉ DES LETTRES ET DES LANGUES  
DÉPARTEMENT DES LETTRES ET LANGUE FRANÇAISES

---

Mémoire élaboré en vue de l'obtention du Diplôme de MASTER  
Option : **Sciences du Langage**

**Vers une analyse sémiologique de la photographie de presse**  
**Journal « Le Buteur » du 1<sup>er</sup> au 31 juillet 2019**

**Encadrant**

Dr. KHELLAF Zohir

**Présenté par**

DJEDDAI Kaouther

SLIMANI Fatma

13 juin 2020

# DEDICACE

*C'est avec profonde gratitude et sincère mots  
que je dédie ce modeste travail à :*

*À mes chers parents.*

*À mes chers frères, à mes chères sœurs.*

*À mes beaux frères.*

*À toutes les anges de ma famille.*

*À mes adorables oncles avec leur famille, à mes  
belles tantes avec leur famille.*

*À mes beaux cousins, à douces cousines*

*À toute la famille DJEDDAI.*

*À tous mes chères amies.*

*À tous ceux qui ont contribué de près ou de loin,  
d'une manière ou d'une autre à la réalisation de ce  
mémoire.*

# DEDICACE

*À la mémoire de ma grand-mère  
À ceux sans lesquels je n'aurais  
Jamais été ce que je suis...  
À mes frères et mes sœurs pour leur soutien  
À toute la famille SLIMANI  
À toute mes amis et collègues  
À tous ceux qui m'ont chaleureusement encouragé à finir  
ce mémoire de Master  
Je dédie ce travail*

# REMERCIEMENTS

*Nous témoignes que c'est par la grâce de Dieu le tout puissant et  
miséricordieux, d'aide incessante, qu'il nous a portés et d'orientation imminente qu'il  
nous a accordés pour achever ce travail, prière et salut sur notre prophète*

*MOHAMMED.*

*Nos remerciements à notre encadreur Dr. KHELLEAF Zohir de notre avoir  
accueillis dans son service.*

*Nos remerciements aux honorables membres du jury, Pour l'intérêt et le temps  
qu'ils ont consacrés à juger ce mémoire.*

*Nos sincères remerciements à tous les enseignants du département de  
Français sans exception, sans oublier les gens qui travaillent dans la Bibliothèque.*

*Nos plus vifs remerciements à : DJEDDAI Amel, Dr. MESSOUDI Bader  
Edinne, Mme BOUILATITENE Malika et Mr. ABAIDIA Lakhdar.*

*Leurs grands efforts pour nous aider à réaliser ce travail.*

*Nos remerciements s'adressent également à ceux qui ont contribué*

*De loin ou de près à la réalisation de ce travail*

*Notamment ceux qui n'ont pas cités ici.*

*DJEDDAI Kaouther, SLIMANI Fatma*

# Table des matières

---

# TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION GENERALE		11
<b>PARTIE THEORIQUE</b>		
<b>CHAPITRE I SEMIOLOGIE DE L'IMAGE</b>		
I.	La sémiologie	16
I. 1.	Origine de la sémiologie	16
I. 2.	Sémiologie Vs linguistique	16
I. 3.	Différence entre sémiologie et sémiotique	17
I. 3. 1.	Sémiologie de la communication	18
I. 3. 2.	Sémiologie de la signification	19
II.	L'image	19
II. 1.	Définition de l'image	19
II. 2.	Les différents types de l'image	20
II. 2. 1.	L'image mentale	20
II. 2. 2.	Image matérielle (la représentation)	20
II. 2. 3	L'image fixe Vs image animée	21
II. 3.	La sémiologie de l'image	21
II. 3. 1.	La notion de signe	22
II. 3. 1. 1.	Selon Ferdinand DE Saussure	22
II. 3. 1. 1. 1.	Signifiant	23
II. 3. 1. 1. 2.	Signifié	23
II. 3. 1. 1. 3.	Référent	23
II. 3. 1. 2.	Selon C. S. Peirce	24
II. 3. 1. 2. 1.	La classification de signe	24
II. 3. 1. 2. 1. 1.	Le symbole	25
II. 3. 1. 2. 1. 2.	L'icône	26
II. 3. 1. 2. 1. 3.	L'indice	26
II. 4.	Les deux niveaux de l'image	27
II. 4. 1.	Le niveau dénotatif	27
II. 4. 2.	Le niveau connotatif	28



## TABLE DES MATIERES

II. 5.	Les fonctions du texte	28
II. 5. 1.	La fonction d’ancrage	28
II. 5. 2.	La fonction de relais	29
<b>CHAPITRE II APPROCHE SEMIOLOGIQUE DE L’IMAGE FIXE</b>		
I.	La photographie de presse	30
I. 1.	Aperçu historique de la photographie	30
I. 2.	Les points de vue sur la photographie.	31
I. 2. 1.	L’opérateur	31
I. 2. 2.	Le Spectateur	31
I. 2. 3.	Le spectrum	31
I. 3.	Les éléments de la photographie	31
I. 3. 1.	Le stadium	31
I. 3. 2.	Le punctum	32
I. 3. 3.	La photographie “unaire”	32
I. 4.	Typologie de la photographie	32
I. 4. 1.	La photographie de nature	32
I. 4. 2.	La photographie d’expérience	32
I. 4. 3.	La photographie artistique	32
I. 4. 4.	La photographie d’architecture	32
I. 4. 5.	La photographie de rue	33
I. 4. 6.	La photographie de voyage	33
I. 4. 7.	La photographie professionnelle ou technique	33
I. 4. 8.	La photographie de presse	33
I. 5.	fonctions de la photographie de presse	34
II.	L’analyse de la photographie de presse	35
II. 1.	Origine L’analyse de l’image	35
II. 1. 1.	En médecine, le signe : le symptôme	35
II. 1. 2.	Dans la vie, le signe	35
II. 2.	Les étapes de l’analyse de la photographie de presse	35
II. 2. 1.	Le message iconique	36
II. 2. 2.	Le message linguistique	36

## TABLE DES MATIERES

II. 2. 3.	Le message plastique	36
II. 2. 3. 1.	Les signes plastiques non spécifiques	36
II. 2. 3. 1. 1.	La couleur	36
II. 2. 3. 1. 2.	La lumière et l'éclairage	38
II. 2. 3. 2.	Les signes plastiques spécifiques	39
II. 2. 3. 2. 1.	Le cadre	39
II. 2. 3. 2. 2.	Le cadrage	39
II. 2. 3. 3.	La pose du modèle	41
II. 2. 3. 4.	L'angle de prise de vue	42
II. 2. 3. 4. 1.	La frontale	42
II. 2. 3. 4. 2.	La plongée	42
II. 2. 3. 4. 3.	La contre plongée	42
<b>PARTIE PRATIQUE</b>		
<b>CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE</b>		
I.	Présentation du corpus	45
II.	Méthodologie de recherche	46
III.	Analyse des couvertures	47
III. 1.	Analyse de la première couverture	47
III. 1. 1.	Description générale	47
III. 1. 2.	Description des différents messages	48
III. 1. 2. 1.	Message plastique	48
III. 1. 2. 1. 1.	Le support	48
III. 1. 2. 1. 2.	Le cadre	48
III. 1. 2. 1. 3.	Le cadrage	48
III. 1. 2. 1. 4.	L'angle de prise de vue	48
III. 1. 2. 1. 5.	La couleur	49
III. 1. 2. 1. 6.	La lumière et l'éclairage	49
III. 1. 2. 2.	Message iconique	49

## TABLE DES MATIERES

III. 1. 2. 3.	Message linguistique	49
III. 1. 2. 4.	Synthèse de l'interprétation	50
III. 2.	Analyse de la deuxième couverture	51
III. 2. 1.	Description générale	51
III. 2. 2.	Description des différents messages	52
III. 2. 2. 1.	Message plastique	52
III. 2. 2. 1. 1.	Le support	52
III. 2. 2. 1. 2.	Le cadre	52
III. 2. 2. 1. 3.	Le cadrage	52
III. 2. 2. 1. 4.	L'angle de prise de vue	52
III. 2. 2. 1. 5.	La couleur	52
III. 2. 2. 1. 6.	La lumière et l'éclairage	53
III. 2. 2. 2.	Message iconique	53
III. 2. 2. 3.	Message linguistique	53
III. 2. 2. 4.	Synthèse de l'interprétation	53
III. 3.	Analyse de la troisième couverture	54
III. 3. 1.	Description générale	54
III. 3. 2.	Description des différents messages	55
III. 3. 2. 1.	Message plastique	55
III. 3. 2. 1. 1.	Le support	55
III. 3. 2. 1. 2.	Le cadre	55
III. 3. 2. 1. 3.	Le cadrage	55
III. 3. 2. 1. 4.	L'angle de prise de vue	55
III. 3. 2. 1. 5.	La couleur	55
III. 3. 2. 1. 6.	La lumière et l'éclairage	56
III. 3. 2. 2.	Message iconique	56
III. 3. 2. 3.	Message linguistique	57
III. 3. 2. 4.	Synthèse de l'interprétation	57
III. 4.	Analyse de la quatrième couverture	58
III. 4. 1.	Description générale	58
III. 4. 2.	Description des différents messages	59
III. 4. 2. 1.	Message plastique	59

## TABLE DES MATIERES

III. 4. 2. 1. 1.	Le support	59
III. 4. 2. 1. 2.	Le cadre	59
III. 4. 2. 1. 3.	Le cadrage	59
III. 4. 2. 1. 4.	L'angle de prise de vue	60
III. 4. 2. 1. 5.	La couleur	60
III. 4. 2. 1. 6.	La lumière et l'éclairage	60
III. 4. 2. 2.	Message iconique	60
III. 4. 2. 3.	Message linguistique	61
III. 4. 2. 4.	Synthèse de l'interprétation	61
III. 5.	Analyse de la cinquième couverture	62
III. 5. 1.	Description générale	62
III. 5. 2.	Description des différents messages	63
III. 5. 2. 1.	Message plastique	63
III. 5. 2. 1. 1.	Le support	63
III. 5. 2. 1. 2.	Le cadre	63
III. 5. 2. 1. 3.	Le cadrage	63
III. 5. 2. 1. 4.	L'angle de prise de vue	63
III. 5. 2. 1. 5.	La couleur	63
III. 5. 2. 1. 6.	La lumière et l'éclairage	64
III. 5. 2. 2.	Message iconique	64
III. 5. 2. 3.	Message linguistique	64
III. 5. 2. 4.	Synthèse de l'interprétation	65
III. 6.	Synthèse générale des interprétations	65
CONCLUSION GENERALE		67
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES		70
ANNEXES		

# Introduction

---

## INTRODUCTION

---

Le journal est toujours considéré comme l'un des moyens de communication les plus efficaces. Il aborde une multitude de sujets d'actualité dans divers domaines, ce qui attire de nombreux lecteurs provenant de divers horizons.

En outre, il transmet différents messages écrits et visuels à partir de signes graphiques ou photographiques. Autrement dit, l'écrit et le visuel constituent la photographie de presse, c'est-à-dire : un discours, il prend en charge un ensemble de particularités linguistiques et non linguistiques car c'est l'un des rares discours qui emploie un code verbal et un autre code non verbal. Cela incite les lecteurs à le déchiffrer et l'interpréter.

Nous distinguons une différence entre les images publiées dans les journaux et celles présentes dans les livres. En effet, les premières ont un impact, un sens plus fort que les secondes. D'ailleurs, c'est l'une des raisons pour lesquelles nous avons procédé à une étude sémiologique relative à leur rôle et leur impact. Outre notre intérêt porté sur la photographie de presse, l'actualité et le fait que cela ait été un sujet rarement voire peu étudié, nous ont ainsi incité à choisir ce thème.

Nous analysons des images fixes, notamment de couverture d'un grand journal sportif « Le Buteur » pour ainsi en saisissant leur signification, plutôt leur rôle et leur spécificité des codes, il s'agit en réalité de concevoir les notions de base de l'analyse sémiologique de celles-ci, de comprendre les rapports établis entre ces trois messages (plastique, iconique et linguistique) et de saisir l'utilité de la sémiologie dans l'interprétation des images.

Notre recherche s'inscrit dans le cadre d'une étude de la sémiologie comme étant une approche raisonnée de l'image, s'appuyant sur la communication médiatique. Notre thème intitulé : (Analyse sémiologique de la photographie de presse, journal « Le Buteur » du 1er au 31 juillet 2019), pour ce faire, il est essentiel de soulever deux intérêts :

- Quels sont les éléments d'analyse sur lesquels nous nous appuyons pour décrypter la photographie de presse ?
- Les photos publiées dans les couvertures d'un journal portent-elles un sens particulier ?

Pour essayer de répondre clairement aux questions posées dans la problématique et afin de mieux entreprendre notre travail nous proposons des hypothèses sur lesquelles nous allons baser et qui nous permettant de mieux cerner notre objet d'étude et de saisir l'objectif auquel nous voulons aboutir, nous proposons donc deux hypothèses à confirmer ou à infirmer à la fin du mémoire.

## INTRODUCTION

---

Nous pensons que la photo a besoin d'un texte pour accomplir le message que nous voulons transmettre, le texte et l'image sont rarement autonomes, indépendants l'un de l'autre, les approches du rapport texte/image sont définies par un critère simple, à savoir le choix du placement du texte sur le visuel.

L'analyse iconique et plastique de la couverture du journal nous permettrait de découvrir l'organisation des signes iconiques donc de dévoiler leur sens.

Dans le cadre de notre travail, et en vue de réaliser les objectifs que nous avons fixés, nous avons choisi comme un corpus un support de la presse écrite : journal « Le Buteur », cette étude ne prend pas toutes les photos dans ce journal, mais seulement la couverture car le contact avec les lecteurs commence en premier lieu avec celle-ci, la collecte de ces couvertures s'étend selon différents numéros publiés du 1er au 31 juillet 2019, celles-ci regorgent de sens et de signification que nous allons détecter via l'interprétation de leur analyse, et que nous allons les mettre dans l'annexe du mémoire.

Notre mémoire s'articule en deux parties distinctes mais nettement complémentaires, nous tenons à préciser avant de procéder à la présentation de ces derniers, que chacun deux commence par une introduction et se termine par une conclusion.

La première partie est consacrée à la partie théorique sera présentée dans les deux premiers chapitres. Le premier dont l'intitulé est : « Approche sémiologique de l'image », sera réservée aux concepts de base de notre recherche, la Sémiologie et l'Image. En premier lieu, nous tenterons de définir la sémiologie et ses fondements de base. En second lieu, nous parlerons de l'image d'une manière générale. Et finalement, nous essayerons de montrer que l'image est signe où nous inspirons des travaux de sémiologue célèbre.

Dans le deuxième chapitre : « Approche sémiologie de l'image fixe », nous allons mettre l'accent sur l'étude d'un certain type d'image visuelle fixe, à savoir « la photographie de presse ». En premier lieu, nous parlerons de la photographie de manière générale, nous présenterons un petit aperçu historique sur elle, nous exposons aussi ses points de vue et ses éléments. En effet, nous abordons sa typologie, parmi laquelle nous nous attacherons à étudier la photographie de presse, sans oublier les fonctions de celle-ci.

En second lieu, nous parlerons à l'origine de l'analyse de l'image, puis nous déduirons les étapes de l'analyse de la photographie de presse.

Le troisième chapitre, sera consacré à la partie pratique : « Analyse sémiologique de la photographie de presse », portera bien entendu sur l'analyse sémiologique des couvertures y compris leurs messages, et se terminera par une synthèse des interprétations de ces

## INTRODUCTION

---

messages, pour arriver à démontrer comment elles contribuent à la compréhension du message journalistique.

Pour mener à terme notre recherche, nous allons terminer avec une conclusion générale au niveau de laquelle nous allons répondre à notre problématique et confirmer ou affirmer nos hypothèses.

L'analyse d'un certain types d'images visuelles soit fixes soit animés, passe par la sémiologie, plutôt l'étude des signes. Pour cette raison nous avons suivi la méthode analytique et descriptive dans un point de vue sémiologique. En effet, nous suggérons d'utiliser la méthodologie de Joly MARTINE pour valider ou annuler nos hypothèses. Cette méthode est explicitée dans son célèbre ouvrage « Introduction à l'analyse de l'image », elle consiste à étudier la signification de l'image et considère que celle-ci passe par trois messages :

Un message linguistique : c'est le texte, comme un porteur de nombreuses informations. Ce message répond à l'attente du spectateur et oriente la lecture de l'image.

Un message iconique : consiste à représenter les motifs, les figures pour désigner une unité visuelle permettant de reconnaître un objet représenté.

Un message plastique : consiste à démontrer les éléments plastiques des signes (formes, couleurs...). Autrement dit, les caractéristiques matérielles de l'image.



# Partie théorique

---

# CHAPITRE I

## Sémiologie de l'image

---

Dans ce présent chapitre, nous allons procéder à définir les concepts clés sur lesquels va se baser notre étude. Cette dernière se centre sur l'image qui constitue une place importante dans notre travail.

En premier lieu, nous proposons donc de commencer par l'origine de la sémiologie qui est en relation avec la sémiotique dont nous dégagerons une distinction perceptible entre celle-ci.

En deuxième lieu, nous définirons le concept « image » et ces différents types. Ensuite, nous parlerons de la photographie, puis nous traiterons l'image comme un signe sémiologique (sens et signes).

Finalement, concluons par les deux niveaux de l'image et ses fonctions.

### **I. La sémiologie**

#### **1. L'origine de la sémiologie**

Le terme sémiologie peut se définir en premier approche en tant que théorie ou la science des signes. Du grec *sémion* « *signe* » et de *-logie* grec du grec *-logia* « *théorie* », de *logos* « *discours* ». Alors, ce terme est constitué à partir de l'Antiquité grecque par Émile Littré et pour lui, il se rapportait à la médecine qui vise à interpréter les signaux qui sont les symptômes d'une maladie.

Le terme sémiotique dérivé du grec (*Sémiotiké*) est utilisé pour la première fois par le philosophe John LOCKE (1632-1704) au sens de « *Connaissance des signes* ». <sup>1</sup> Veut dire que son domaine d'étude est d'identifier le rapport l'homme au monde. Selon Ferdinand DE SAUSSURE la sémiologie est « *la science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale* ». <sup>2</sup> C'est-à-dire : elle formerait une partie de la psychologie sociale, et par conséquent de la psychologie générale.

#### **2. Sémiologie Vs Linguistique**

La linguistique est l'étude scientifique des langues et des langages et également l'étude systématique de la langue qu'est un : « *système de signes expriment des idées* ». <sup>3</sup> Donc, la langue sert à communiquer.

---

<sup>1</sup> Jean CLAUDE DOMENJOZ, l'approche sémiologique, sans édition, 1998, p.2.

<sup>2</sup> Ferdinand DE SAUSSURE, cours de linguistique générale, Ed Payot (1914) 1995, p. 33.

<sup>3</sup> Ferdinand DE SAUSSURE, *ibid*, p. 15.

Ferdinand DE SAUSSURE a constaté qu'il existe d'autres moyens de communication telles que les images, les gestes...etc. Donc, il a défini la sémiologie comme « *une science générale des signes* ». <sup>4</sup> Il a décrit le signe linguistique avec ces deux faces inséparables le signifiant (son) et le signifié (concept). Comme étant une entité psychique. D'après la théorie saussurienne, la linguistique fait partie de la sémiologie. Car elle étudie les signes verbaux et non verbaux, et décrit les ensembles signifiants. Alors que Roland BARTHES renverse absolument cette théorie « *la linguistique n'est une partie même privilégiée, de la science générale des signes, c'est la sémiologie qui est une partie de la linguistique* ». <sup>5</sup> Pour lui la sémiologie qui fait partie de la linguistique, parce qu'on aura toujours besoin de la langue lors de n'importe quelle phénomène.

### 3. Différence entre sémiologie et sémiotique

Les deux termes (sémiologie et sémiotique) sont équivalents. Leurs objets est l'étude des signes et des systèmes de significations, mais qui n'ont pas la même origine. Car le terme sémiologie est développé en Europe (1857) par le linguiste Suisse Ferdinand DE SAUSSURE alors la sémiotique est inventé en Amérique (1967) par le philosophe Charles Sandres PEIRCE. Pour lui la sémiotique est l'autre nom de la logique : « *la doctrine formelle des signes* ». <sup>6</sup> C'est-à-dire : « *la science formelle des conditions de la vérité des représentations* ». <sup>7</sup> Il décrit formellement les mécanismes de production établit une classification des signes.

Les deux fondateurs de la sémiotique (PEIRCE et SAUSSURE) sont presque à la même époque mais indépendamment. Chacun a donné naissance à l'un des deux courants principaux en sémiotique.

---

<sup>4</sup> Ferdinand DE SAUSSURE, op cit, p. 22.

<sup>5</sup> Roland BARTHES, *Éléments de sémiologie*, Ed, Seuil, Paris, 1998, p. 81.

<sup>6</sup> Jean CLAUDE DOMENJOZ, op cit, p. 3.

<sup>7</sup> Miloud Sofiane BENALI, «Formation à distance des professeurs d'enseignement fondamental, cours 3<sup>ème</sup> année licence. École normale supérieure des lettres et sciences humaines- BOUZAREA, p.7.

## CHAPITRE I SEMIOLOGIE DE L'IMAGE

Pour bien distinguer entre ces deux courants nous nous appuyons sur une étude faite par l'enseignante Dr. Dalila ABADI.

<b>La sémiotique selon Charles Sandres PEIRCE</b>	<b>La sémiologie selon Ferdinand DE SAUSSURE</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- D'origine américaine.</li><li>- Prend en charge l'étude de tous les signes y compris les signes linguistiques.</li><li>- Privilégie l'étude des signes en situation.</li><li>- Sa paternité revient à Charles Sandres PEIRCE (1839-1914).</li><li>- Ses auteurs les plus connus sont : Thomas SEBEOK, Gérard DELEDALLE, David SAVAN, Eliseo VERON, Claudine TIERCRLIN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- D'origine européenne.</li><li>- Prend en charge l'étude des signes ayant un aspect particulier, non linguistique.</li><li>- Privilégie l'étude des signes organisés en systèmes.</li><li>- Sa paternité revient à Ferdinand DE SAUSSURE (1857-1913).</li><li>- Ses auteurs les plus connus sont : Roman JAKOBSON, Louis HJELMSLEV, Roland BARTHES, Eco UMBERTO, Julien GREIMAS (fondateurs de l'école de Paris).</li></ul>

La sémiologie Saussurienne se subdivise en deux types à savoir la sémiologie de la communication et la sémiologie de la signification.

### 3.1. La sémiologie de la communication

Eric BUYSSONS a défini la sémiologie de la communication telle que : «*la sémiologie 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* ».<sup>9</sup>

On peut noter que la sémiologie ne cesse pas seulement à analyser les textes, les images. Mais elle s'occupe quand même à l'étude des processus de communication, ce dernier est processus volontaire de transmission d'une formation au moyen d'un système explicite de convention.

<sup>8</sup> Dalila ABADI, « Sémiologie de l'image », cours 2<sup>ème</sup> année Master (Sciences Du Langage). Université Kasdi Merbah Ourgla, p.7.

<sup>9</sup> Eric BUYSSONS, «La communication et l'articulation linguistique », cité par G .MOUNIN. Introduction à la sémiologie, Edition de Minuit, 1970, p. 13.

On peut noter que la sémiologie ne cesse pas seulement à analyser les textes, les images. Mais elle s'occupe quand même à l'étude des processus de communication, ce dernier est processus volontaire de transmission d'une formation au moyen d'un système explicite de convention. En induit que la sémiologie de la communication étudie seulement les systèmes de signe conventionnels et précis, tel que : le code de la route, les langages machines ...etc.

### 3.2. La Sémiologie de la signification

L'initiateur de ce courant est Roland BARTHES. Elle étudie signe et indice. Sans faire distinction entre eux. Elle a pour objet d'étudier ce qui signifie quelque chose sans se préoccuper si cela est volontaire ou pas ; elle ne se délimite pas à des systèmes de communication intentionnels. Donc à l'interprétation des phénomènes de société, qui cherche si les choses n'ont pas un sens implicite des valeurs symboliques. On induit que la sémiologie de la signification étudie tout les systèmes de signes même ceux dont la première fonction n'est pas de communiquer comme les vêtements, la nourriture, les images...etc.

## II. l'image

### 1. Définition de l'image

Elle est défini selon le Dictionnaire historique de la langue française le Robert : « *une modification linguistique de la forme imagine, empruntée au latin « imaginéin » accusatif d'imago image ce qui ressemble, ce qui est de la représentation* ». <sup>10</sup>

Effectivement, le concept image vient du latin « imago » « imaginéin » C'est-à-dire : qui prend place de. PLATON définit l'image dans son livre (LA REPUBLIQUE) : « *J'entends par image, premièrement les ombres, ensuite les fantômes représentés dans les eaux et sur la surface des corps opaques, polis et brillants, et toutes les autres représentations du même genre* ». <sup>11</sup>

Cette citation nous précise que l'image est un reflet inversé d'un objet. C'est quelque chose qui ressemble à quelque chose différent. Elle ne détourne de la vérité, qui montre la représentation analogique d'un être, ou d'une chose sous ces réflexions dans l'eau. C'est un signe qui exprime des idées par un processus d'interprétation. Elle joue donc le rôle d'un moyen de communication.

---

<sup>10</sup> Le Robert, dictionnaire historique de la langue française, 1993, pp. 996/997.

<sup>11</sup> PLATON, la république, traduit par Émile CHAMBRY, in wikisource. Org (Consulté le 22/01/2020).

### **2. Les différents types d'image**

Nous avons deux grandes familles d'images, l'une concerne les images mentales et l'autre concerne l'image matérielle. Cette dernière, regroupe deux autres types fixe et mouvante.

#### **2. 1. Image mentale**

Par image mentale (ou image psychique) il faut entendre les représentations cérébrales mémorisées ou imaginées qui sont construites en dehors de toute stimulation visuelle directe. Si cette imagerie mentale n'est pas le résultat direct de la perception elle se fonde en revanche sur toute notre activité visuelle passée et se combine avec notre propre faculté d'imagination pour produire des images mentales nouvelles. Par image mentale il faut alors entendre tout aussi bien les représentations des objets, que celle des idées, des concepts... etc.<sup>12</sup>

En bref, c'est la représentation cérébrale mémorisée ou imaginée d'un objet physique, d'un concept, d'une idée...etc en l'absence de leur perception c'est-à-dire à travers nos expériences vécues qui font naître nombreuses représentations mentales.

#### **2. 2. Image matérielle (La représentation)**

Lorsqu'on parle en général d'images c'est la plupart du temps à cette dernière catégorie que l'on fait référence depuis le dessin rupestre de nos lointains ancêtres, jusqu'aux images numériques d'aujourd'hui en passant par la peinture, la photographie, le cinéma, la télévision...etc.<sup>13</sup>

C'est-à-dire : c'est la représentation cérébrale mémorisée ou imaginée, qui est construite par une stimulation visuelle directe.

---

<sup>12</sup> Abd Enour GAHMOUSSE, La communication visuelle, image et langage Analyse sémiotique de l'image animée sonore : cas d'un vidéo publicitaire de Coca Cola (la publicité : du Bonheur pour tous). Mémoire du Master (didactique et Science du Langage). Université Cheikh Labri Tébessi, TEBESSA. P. 23.

<sup>13</sup> Abd Enour GAHMOUSSE, *ibid*, pp. 24/25.

### 2. 3. L'image fixe Vs l'image animée

« Il n'y a de fixité comme trait pertinent que s'il y'a, ailleurs de l'animation ». <sup>14</sup>

L'image animée enregistre tous les moments de la vie, par contre l'image fixe, qui enregistre un instant de la vie ou il n'y a aucun mouvement dans la séquence. Ex : lorsqu'on prend l'une de nos photos, on constate un instant de la vie qui nous fait recourir au passé ou moment de la prise de la photo.

Comme si l'image animée ressemble, la vidéo et les spots publicitaires, l'image fixe ressemble le dessin, la peinture, les affiches et la photographie. Cette dernière, est le type qui nous intéresse dans notre étude car le corpus choisi est une photographie dans la presse.

Vient de la grecque photo qui signifie lumière, claret et graphie, de graphein, c'est-à-dire peindre, dessiner. Alors, photographie c'est le fait d'enregistrer des images formées par la lumière dans une chambre noire (l'appareil photographique).

### 3. La sémiologie de l'image

Roland BARTHES qui fait la faveur à mettre le point sur cette approche, dans son article intitulé « *Rhétorique de l'image* » publié 1964. Qui est concerné par une image publicitaire sur une marque de pâte appelée « PANZANI ». Ce choix de l'image publicitaire, il le justifie ainsi : « *Parce qu'en publicité, la signification de l'image est assurément intentionnelle (...); si l'image contient des signes, on est donc certain qu'en publicité, ces signes sont pleins, formés en vue de la meilleure lecture : l'image publicitaire est franche, ou du moins emphatique* ». <sup>15</sup>

Ainsi, l'approche sémiologique de l'image est spécifique parce qu'elle s'est intéressée à la signification de l'image à partir de la notion de signe. Roland BARTHES a posé la question suivante : Comment le sens vient-il à l'image ? Cette question correspond à la question suivante : Les messages visuels utilisent-ils un langage spécifique ? Si oui, quel est-il, de quelle unité se constitue-t-il, en quoi est-il différent du langage verbal ?

A partir de l'analyse d'une publicité de pâte « PANZANI » Roland BARTHES a dégagé deux niveaux de langage « dénoté et connoté » et les différents types de signes entrant dans la composition de l'image. Alors, il part des signifiants pour arriver aux signifiés. De ce fait, il dégage cinq signifiés

---

<sup>14</sup> Guy. GAUTIER, vingt leçons sur l'image et le sens, Médiathèque, Le Havre, 1982, p. 5.

<sup>15</sup> Roland BARTHES, « *Rhétorique de l'image* », communication, n°4, seuil, 1964. Cité par Abd Enour GAHMOUSSE, *ibid*, p. 27.



- Le retour du marché (le filet ouvert), comme interprétation liée à la connaissance des usages.
- L'italianité : dont les signifiants seraient les couleurs et les légumes, redondant avec la sonorité du nom propre PANZANI.
- Le service culinaire total, produit par la déclinaison des produits frais au « concentré ».
- La nature morte (ou Still living) dont le signifiant serait la composition.
- La publicité, produit par la place de l'annonce dans la revue, l'insistance des étiquettes.<sup>16</sup>

❖ **En résumé**, Roland BARTHES identifié trois messages : un message linguistique (codé, non codé), un message iconique symbolique et un message littéral. C'est ainsi que deux niveaux ou sous-systèmes sémiologiques qui sont le niveau dénotatif et connotatif.

### 3.1. La notion de signe

#### 3. 1. 1. Selon Ferdinand DE SAUSSURE

*« Le signe linguistique unit non une chose et un nom, mais un concept et une image acoustique (...) le signe linguistique est donc une entité physique à deux faces (...) nous propos de conserver le mot signe pour désigner le total, et de remplacer concept et image acoustique respectivement par signifié et signifiant ».*<sup>17</sup>

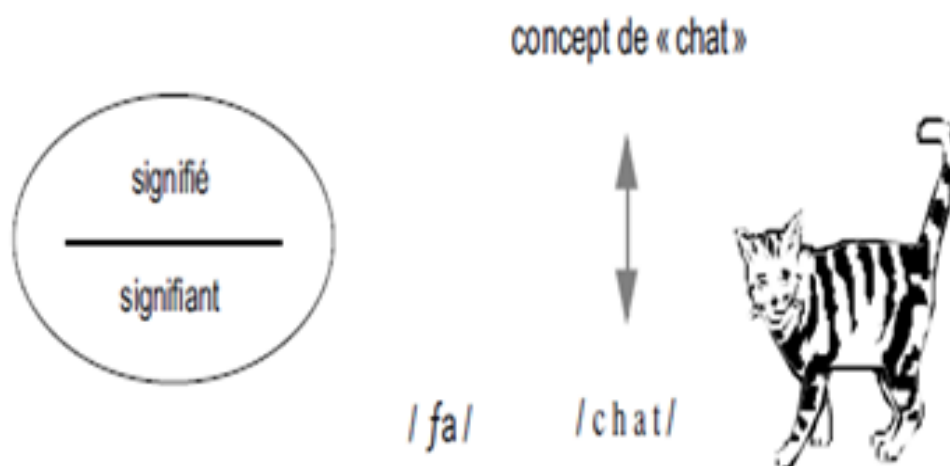
Le signe linguistique défini par Ferdinand DE SAUSSURE dans son Cours de Linguistique Général, 1916. En tant qu'unité physique se compose à deux facettes indissociables. Donc, c'est le résultat de l'association d'un signifiant (groupe de son) et d'un signifié (le sens). Il est difficile de concevoir l'un sans l'autre.

Autrement dit : le signe n'est pas l'association d'un mot et d'une chose. Donc, ce n'est pas une réalité matérielle ; mais une production mentale, c'est-à-dire : la transmission du sens à travers la phonation (concept) et l'audition (image acoustique). A partir cette opération Ferdinand DE SAUSSURE assure que le signe linguistique unit un signifié et un signifiant. Alors, le signe c'est une représentation mentale.

---

<sup>16</sup> Joly MARTINE, Introduction à l'analyse de l'image, 2002. p. 210.

<sup>17</sup> Ferdinand DE SAUSSURE, op cit, pp.85/86.



**Signe** : signifiant- signifié.<sup>18</sup>

❖ Selon Ferdinand DE SAUSSURE, le signe comporte deux éléments constitutifs sont :

### 3.1.1.1. Signifiant

La partie perceptible du signe ; (sons, mots écrits, gestes, images ...) qui évoquent la chose dont on parle. En bref, c'est la face matérielle et perçue du signe.

### 3.1.1.2. Signifié

C'est les attributs sémantiques associés au signifiant, ou bien la partie immatérielle du signe. En bref, c'est la représentation mentale. A ces deux distinctions signifiant / signifié, Ferdinand DE SAUSSURE ajoute un troisième élément constitutif :

### 3. 1. 1. 3. Référent

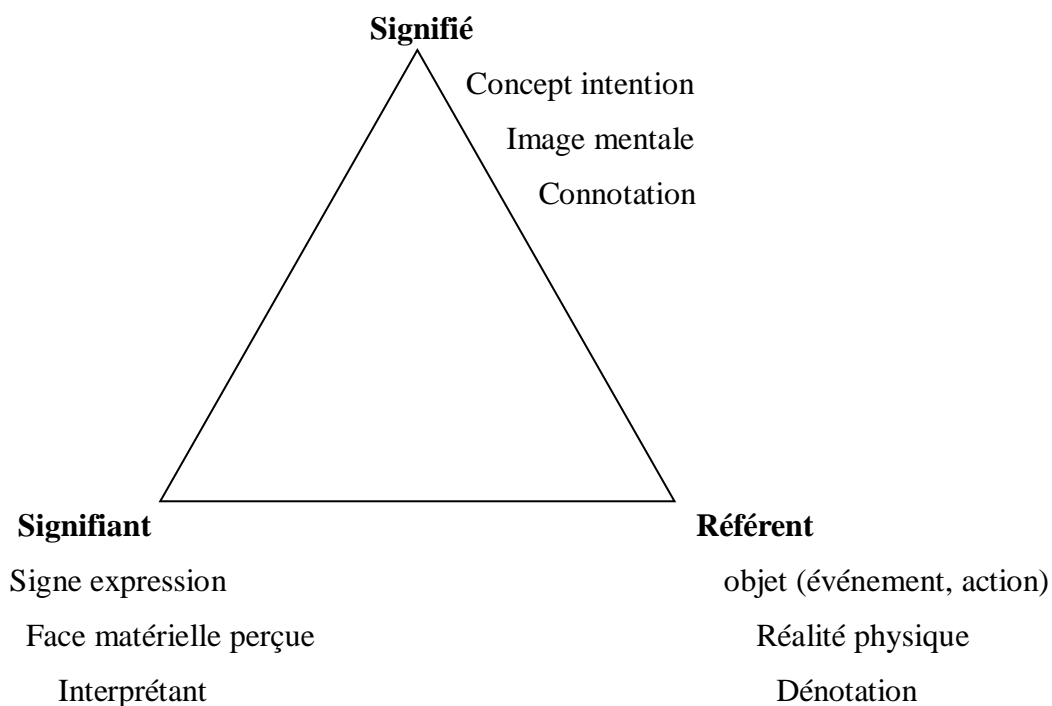
C'est l'objet physique, matériel dont les locuteurs parlent. C'est-à-dire : la chose concrète ou abstraite à laquelle renvoie le signe.

### ❖ REMARQUE

Sur l'arbitraire du signe : il n'y a pas de relation « naturelle » entre la face matérielle du signe (signifiant) et la réalité physique qui lui est associée (signifié). D'ailleurs, d'une langue à l'autre, l'animale que nous appelons « chien » peut-être désigné par différents signes : Dog, Hund, Cane et Perro...etc.

<sup>18</sup> Jean CLAUDE DOMENJOZ, op cit, p. 10.

En résumé les trois éléments précédents dans ce diagramme :



**Diagramme** référent / Signifiant/ Signifié.<sup>19</sup>

### 3. 1. 2. Selon Charles Sandres PEIRCE

« (...) quelque chose qui tient lieu pour quelqu'un de quelque chose sous quelque rapport ou à quelque titre ».<sup>20</sup>

Le signe c'est quelque chose qui est mis à la place de quelque chose d'autre. Plus précisément, le signe est toujours présent qui désigne quelque chose absente sous quelque rapport, que ce soit concrète ou abstraite. Ex : la bague c'est un signe qui indique l'existence d'une chose absente celle des mariages, fiançailles mais à condition, si la fille qui porte la bague dans sa main gauche, dans l'annulaire. D'ailleurs, si elle la porte dans sa main droite dans l'annulaire sa ne signifié rien que du prestige

<sup>19</sup> Marc VAYER, Faites-moi signes, support de cours techno com. B.T.S. CV1 2008. P.04.

<sup>20</sup> Jean CLAUDE DOMENJOZ, op cit, p. 10.



### 3.1.2.1.2. L'icône

« Correspond à la classe de signes dont le signifiant entre en relation d'analogie avec ce qu'il représente, c'est-à-dire, avec son référent : un dessin figuratif, une image de synthèse représentant un arbre ou une maison sont des icônes dans la mesure où ils "ressemblent" à un arbre ou à une maison ». <sup>23</sup>

De ce fait, il y'a un rapport de similarité entre le signifiant et le référent. C'est-à-dire, n'importe quelle chose qu'il ressemble à une autre chose qui devient signe de cette chose. Ex : Le dessin, apposé sur la porte des toilettes dans un hôtel, indique les touristes que cette toilette pour les femmes ou bien pour les hommes.

### 3.1.2.1.3. L'indice

« Indice est un signe qui entretient un lien physique avec l'objet qu'il indique ; c'est le cas lorsqu'un doigt est pointé sur un objet. Lorsqu'une girouette indique la direction du vent, ou une fumée la présence du feu ». <sup>24</sup>

L'indice est la relation physique qui peut entretenir le signe naturel. C'est une expression directe de la chose manifestée, qui fonctionne par causalité avec la chose représentée. Ex : Une marque à rouge à lèvres sur le rebord d'un verre qui nous indique qu'une femme a bu dans ce verre.

**Îcône**



**Indice**



**Symbole**



**Exemple : Icône, Indice, symbole** <sup>25</sup>

<sup>23</sup> Joly MARTINE, Introduction à la sémiologie de l'image, Nathan, 1993, p. 27.

<sup>24</sup> Joly MARTINE, ibid, p. 75.

<sup>25</sup> D. BOUNIS, polytech'Lille-LAAI, Sémiologie de l'image. P.18.

Catégorie de signes	Relation à priori entre signifiant et objet	Type peircien correspondant
Le signifiant est sur le même plan de réalité que son objet.	Identité totale ou partielle.	Indice.
Le signifiant ressemble à son objet.	Ressemblance.	Icone.
Le signifiant n'a pas de rapport autre que conventionnel avec son objet.	Aucune.	Symbole.

*Tableau n° 2 : Classification peircienne des signes.* <sup>26</sup>

#### 4. Les deux niveaux de l'image

« (...) le premier niveau appelé « dénotation » est simplement ce qui est, ce qui apparaît à l'image, ce que l'on peut décrire objectivement. Le deuxième niveau appelée « connotation », plus subtil, est constituée de ce qui est derrière. De ce que veut sous-entendre l'image. La dénotation est le dit et la connotation et le non dit et elle joue sur croyances généraux, les myrtes(...)». <sup>27</sup>

A partir cette citation et la distinction faite par Roland BARTHES dans son célèbre article « Rhétorique de l'image » qui concerne l'analyse de l'image publicitaire (PANZANI), il y'a deux niveaux de l'image. Celle dénote (sens propre) et celle connoté (sens figuré).

##### 4.1. Le niveau dénotatif

Le terme dénotation qui vient du Latin (denotatio, -onis, indication).

« La dénotation est l'élément stable non subjectif et analysable hors du discours, de la signification d'une unité lexical ». <sup>28</sup>

Cette définition nous affirme que l'image est radicalement objective, elle représente ce que nous voyons, elle n'ayant rien de caché dans le sens (explicite et non pas implicite).

<sup>26</sup> Charles Sandres PIERCE, op cit, p. 50.

<sup>27</sup> <http://cinéma.forum-easy.com/ftopic2067-dénotation-connotation-image.html> (Consulté le 12/02/2020).

<sup>28</sup> Dictionnaire, Larousse, de Linguistique et des sciences du langage, 2007. p. 139.

### 4.2. Le niveau connotatif

Le terme connotatif qui vient du latin (scolastique connotatio, -onis, avec l'influence de l'anglais connotation).

« *La connotation est alors ce que la signification à de particulier à un individu ou à un groupe donné à l'intérieur de la communauté* ». <sup>29</sup>

A propos cette définition : il faut avoir une multiple de références culturelles pour enrichir notre capacité de déchiffrer une image. Autrement dit, l'interaction de l'individu avec le milieu sociale, il le possède des cultures qui lui aide à évoluer ces interprétations.

### 5. Fonction du texte

« *L'image travers les textes et les change ; traverses par elle, les textes se transforment* ». <sup>30</sup>

Cette citation nous identifié qu'il existe une relation étroite entre l'image et le texte chacun besoin de l'autre, ils se complètent. Ça ce que nous amène à dégager deux fonctions du texte. Celle d'ancrage et celle de relais.

#### 5.1. Fonction d'ancrage

« (...) *Le message linguistique guide non plus l'identification, mais l'interprétation, il constitue une sorte d'étau qui empêche les sens connotés de proliférer soit vers régions trop individuelles (c'est -à- dire qu'illimite le pouvoir projectif de l'image).*

*Soit vers des valeurs dysphoriques ; (...). Le texte dirige le lecteur entre les signifiés de l'image, lui en fait éviter certains et en recevoir d'autres* ». <sup>31</sup>

Chaque image contient un message linguistique soit comme titre, légende, article de presse. Sa fonction est orientée le lecteur et arrêter sa chaine flottante du sens.

---

<sup>29</sup> Dictionnaire, op cit, p. 115.

<sup>30</sup> Joly MARTINE, 1993, op cit, p. 115.

<sup>31</sup> Roland BARTHES, « Rhétorique de l'image », op cit, pp. 43/44.

### 5.2. Fonction de relais

« (...) Plus rare (du moins eu ce qui concerne l'image fixe) ; en la trouve souvent surtout dans les dessins humoristique et les BD. Ici, la parole (le plus souvent un morceau de dialogue) et l'image sont dans rapport de complémentaire ». <sup>32</sup>

Ici, le texte qui sert à compléter le sens de l'image, alors ce qu'on l'appelle relation de complémentarité entre eux. Qui consiste à dire ce qu'est difficile à montrer par l'image.

En récapitulant, le premier chapitre :

La sémiologie s'intéresse à l'image, cette dernière est polysémique, qui considère comme un outil de communication, elle véhicule une signification à partir ses différent signes, ses interprétations dépendent du lecteur, en bref, elle constituer un message Visual.

Les informations dans ce chapitre ne sont pas complètes car les champs de recherche sémiologie de l'image est encore vaste.

---

<sup>32</sup> Roland BARTHES, op cit, p. 45.



# CHAPITRE II

## Approche sémiologique de l'image fixe

---

Dans ce second chapitre nous allons donner un bref aperçu historique de la photographie sur laquelle va se baser notre étude.

Premièrement, nous allons voir les trois points de vue de la photographie et ses différents éléments. Puis, nous allons voir également ses différents types, parmi lesquels nous mettons l'accent sur la photographie de presse, qui occupe une grande place dans notre travail de recherche.

Deuxièmement, nous choisissons de commencer par l'origine de l'analyse de l'image, et nous terminons par les étapes de l'analyse de la photographie de presse. Ces derniers renvoient à la méthode de Joly MARTINE.

### **I. La photographie de presse**

#### **1. Aperçu historique la photographie**

- En 1826, le scientifique Nicéphore NIEPCE réalise la première photographie connue au monde « une vue depuis la fenêtre de sa chambre », il baptise son invention « héliographie » qui signifie en grec « écriture par le soleil ». Le mot photographie, « écriture par la lumière », Apparait plus tard à partir des années 1830.

- Pour réaliser une photographie il faudra trouver un moyen de fixer l'image sur un support avec des réactifs chimiques, c'est-à-dire la camera Obscura.

- En 1837, Louis DAGUERRE invente le « Daguerreotype » qui donne des images plus nettes et plus précises.

- En 1841, Willam HENRI invente le « Calotype », c'est-à-dire une belle image.

- En 1848, Les impressionnistes inventent les cadrages photographiques.

- En 1969, Louis DUCOS, utilise la première méthode pour accède à la couleur « Trichromique », c'est-à-dire reproduction photographique des couleurs.

- En 1903, Louis LUMIERE, invente « L'Autochrome » le premier procédé industriel pour réaliser des photos en couleur.

- En 1946, Alfred STIEGLITZ invente la première école de photographie artistique « le pictorialisme ».

- En 1950, Les Surréalistes disent que la photographie devient un élément de la peinture par les biais de collages.

- En 1954, Robert CAPA invente la photographie de guerre.

- En 1968, La photographie Humaniste.

- En 1984, La photographie de Nature.

- En 2010, la Révolution Numérique liée au développement technologique « Internet ».

### **2. Les points de vue sur la photographie**

Roland BARTHES dans son ouvrage, « la Chambre Claire » a fait une célèbre distinction en trois points de vue vis-à-vis d'une photographie.

#### **2. 1. L'opérateur**

Celui qui prend la photographie c'est-à-dire le photographe.

#### **2. 2. Le spectateur**

Celui qui regarde la photographie par l'opérateur.

#### **2. 3. Le spectrum**

Celui dont l'image est prise. C'est la cible, le référent de la photographie. Roland BARTHES choisit le mot « Spectrum » pour montrer le rapport qu'entretient la photographie avec le spectacle.

### **3. Les éléments de la photographie**

#### **3. 1. Le studium**

C'est « *l'application à une chose, le goût pour quelqu'un, une sorte d'investissement général, empressé certes, mais sans acuité particulière* ». <sup>33</sup>

Parmi les photographies dont l'auteur parle, il existe celles face auxquelles Barthes éprouve « un affect moyen » il nomme cet intérêt culturel, politique ou social vise à identifier les intentions du photographe. C'est aussi la reconnaissance de sa culture. Cette dernière est un contrat entre les créateurs et les consommateurs. Studium est quelque chose de conventionnelle, une sorte d'intérêt général qui permet de retrouver l'opérateur. La photographie est ainsi fonctionnelle et socialement utile : elle informe, représente, surprend, signifie, donne envie.

---

<sup>33</sup> Roland BARTHES, la chambre Claire, note de lecture, Henri PEYRE, février 2003. P. 3.

### 3. 2. Le punctum

C'est un mot Latin qui signifie la pique. Le petit trou, la petite tache, la petite coupure. C'est le hasard qui point dans une photographie et qui ne perçu par aucune analyse, ce qu'on n'amène pas à nommer, donc c'est un détail qui provoque chez le spectateur une forte émotion. Qui attire une attention particulière du photographe sans relève son intention. Donc le punctum constitue donc une sorte de hors-champ subtil.

### 3. 3. La photographie « unaire »

*« La photographie est unaire lorsqu'elle transforme emphatiquement la « réalité » sans la dédoubler, la faire vaciller (...) La photo peut « crier », non blesser (...) toujours naïve, sans intention et sans calcul ».*<sup>34</sup>

Roland BARTHES appelle ce type de photographie par une photographie unaire lorsqu'elle peut ne pas avoir de punctum. Parce qu'elle ne cause aucun trouble. Alors, c'est une photographie naïve, sans intention et sans calcul qui peut « crier », mais non « blesser ».

## 4. Typologie de la photographie

La photographie a plusieurs types lesquels ?

### 4.1. La photographie de nature

Le photographe capte tous qu'est naturel : tel que les paysages, les flores, les animaux, les étoiles et les fonds marins.

### 4.2. La photographie d'expérience

Le photographe capte des photos des moments de la vie pour les garder comme souvenirs telles que photos d'un mariage, fête d'anniversaire...etc.

### 4.3. La photographie artistique

C'est le nu, les photographies de charme, le portrait artistique, et la photographie en studio.

### 4.4. La photographie d'architecture

Le photographe capte des monuments dans le temps à différents stades : construction, destruction ... Ex : Mémorial du Martyr.

---

<sup>34</sup> Roland BARTHES, « la chambre claire », op cit, p. 4.

### **4.5. Photographie de rue**

Le photographe capte les spectacles de rue à titre d'exemple la danse folklorique.

### **4.6. La photographie de voyage**

Le photographe capte des photos permettant de transmettre son expérience du monde.

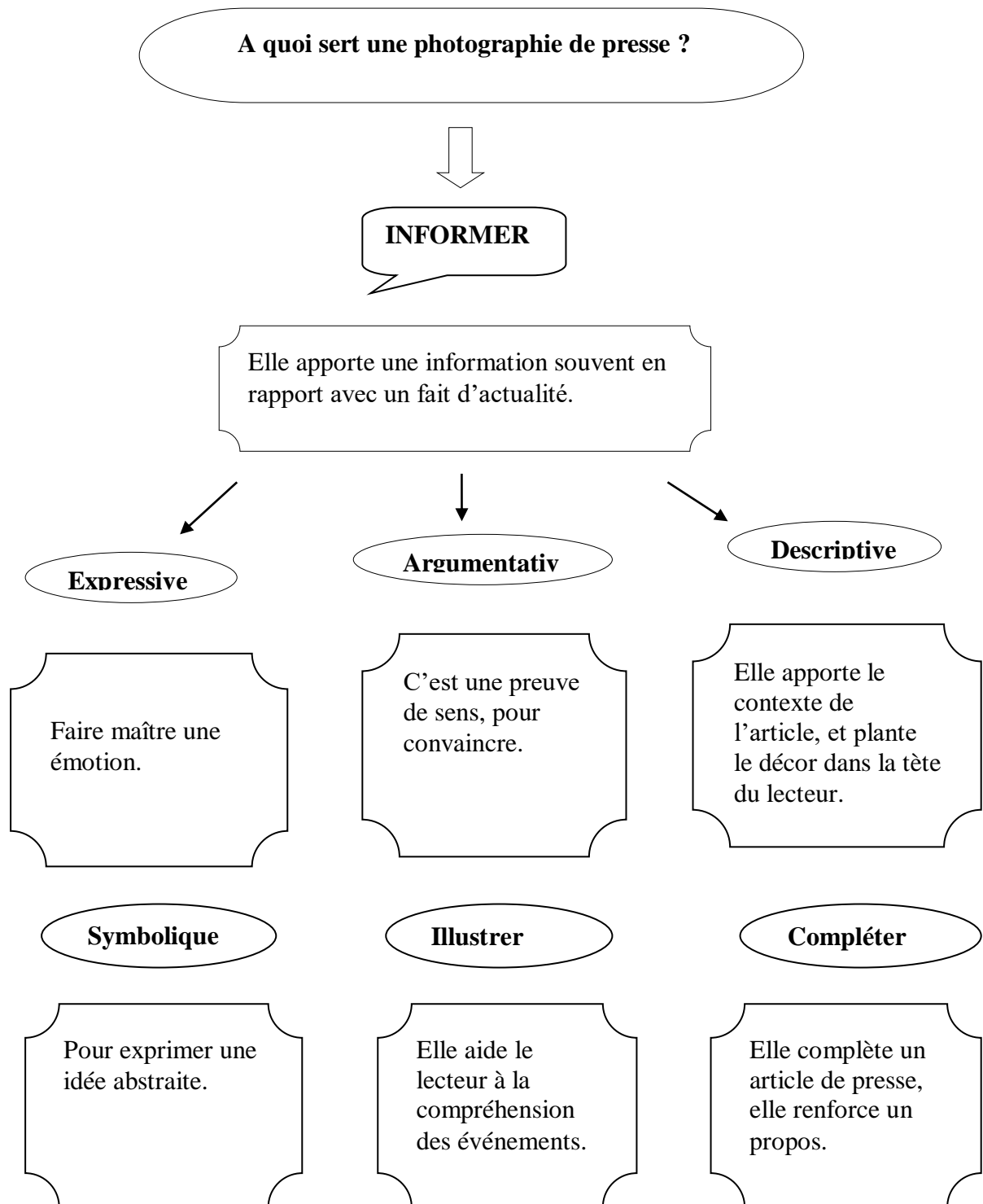
### **4.7. La photographie professionnelle ou technique**

Le photographe capte des photos ont pour but d'illustrer comme l'image dans les livres, brochures commerciales...etc.

### **4.8. La photographie de presse**

C'est la rencontre entre la photographie et la presse écrite, dont le but d'informer, de raconter des événements d'actualité. C'est-à-dire : un message visuel plus un message écrit (linguistique), celui-ci sert à renforcer ou bien compléter le sens du message visuel. Le photographe capte des moments unique tel que : la guerre, l'événement politique (le Hirak Algérienne 2019), le sport (La Coupe d'Afrique 2019) et ça ce que nous intéresse dans notre travail de recherche.

5. Les fonctions de la photographie de presse



### II. L'analyse de la photographie de presse

#### 5. Origine de l'analyse de l'image

L'origine de l'analyse de l'image est la sémiologie au 20<sup>ème</sup> siècle, à partir de deux linguistes : Ferdinand DE SAUSSURE celui qui invente la sémiologie et Charles Sandres PEIRCE celui qui développe la sémiotique. Tandis que la sémiologie existe déjà en médecine.

##### 1.1. En médecine, le signe : le symptôme

« Voir →comprendre → soigner ». <sup>35</sup>

Par exemple : Coronavirus (covid19) a plusieurs symptômes (mal de tête, toux, gorge irritée, fièvre, un sentiment général de malaise...) qui nous amènes à faire un diagnostic.

##### 1.2. Dans la vie, le signe

« Voir →comprendre →agir ». <sup>36</sup>

Dans cette période exactement, lorsqu'on voit une personne qui porte une bavette dans la rue et il tousse, on comprend qu'il porte le nouveau virus (covid19). Donc on est obligé d'éviter tout contact avec lui.

On considère que l'analyse de l'image est la réduction inévitable de la pensée qui se distingue de la réception spontanée des produits visuels (images) ou audiovisuels (vidéos), qui consiste à extraire les informations.

#### 2. Les étapes de l'analyse de la photographie de presse

La sémiologie étudie l'image entant qu'un support de communication visuelle. En d'autre terme l'image est une représentation des différents types de signe. Joly MARTINE distingue que ce support visuel est constitué par trois messages : un message plastique, un message iconique et message linguistique. Donc l'analyse de chacun d'entre eux, nous permet de dégager le sens implicite général de l'annonce.

---

<sup>35</sup> KA/NG. Introduction à l'analyse de l'image, CFPT (Genève), mai 2014, p. 2.

<sup>36</sup> Ibidem.

### **2. 1. Le message iconique**

« Des formes sur des fonds que nous avons appris à reconnaître en fonction de nos attentes ». <sup>37</sup>

C'est un message figuratif comme un type de représentation qui concerne tout ce qui est représenté dans l'image (les objets et les personnages) qui nous permettant de les reconnaitre.

### **2. 2. Le message linguistique**

Selon Roland BARTHES les messages linguistiques : « renvoient à des signifiés dont chacun est global (...), pénétré de valeurs euphoriques ; on y verra donc, succédant au message linguistique, un second message de nature iconique ». <sup>38</sup>

Le message linguistique c'est la légende accompagnée de l'image à pour but de donner une idée générale de ce qu'elle apporte cette image.

### **2.3. Le message plastique**

Joly MARTINE, distingue une classification, des signes en deux parties : des signes plastiques non spécifiques et des signes plastiques spécifiques

#### **2.3.1. Les signes plastiques non spécifiques**

Dans cette catégorie de signes, Joly MARTINE met la couleur, la lumière et l'éclairage. Ce sont les signes qui renvoient directement à l'expérience perceptive et ne sont pas spécifiques aux messages visuels.

##### **2.3.1.1. La couleur**

On distingue souvent entre le vocabulaire des couleurs, leur symbolisme et leurs effets psychologiques. Du point de vue de leur vocabulaire, on déduit qu'il y'a deux types de couleurs l'un chaude, appelée également couleurs « Solaires » réfère au rouge, l'orange, le jaune et l'autre froides dites aussi couleurs célestes c'est lorsqu'elles ont une relation avec la froideur et la fraîcheur tel que le violet ; le bleu et le vert. Sur le plan symbolique ; les couleurs ont des significations différentes d'une société à l'autre, la sémiologie s'intéresse aux couleurs car celle-ci exigent une perception plus active de la part des lecteurs.

---








<sup>37</sup> Joly MARTINE, l'image et son interprétation. Paris: Nathan, coll. Nathan cinema, 2002. P. 07.

<sup>38</sup> Roland BARTHES, « Rhétorique de l'image », op cit, p. 2.







## CHAPITRE II APPROCHE SEMIOLOGIQUE DE L'IMAGE FIXE

Nous avons ci-dessous un tableau de quelque couleur et leurs significations qui nous aident à déchiffrer le secret de l'image selon leurs situations contextuels et culturelles.

La couleur	Sa signification
Rose 	La couleur rose est une couleur qui symbolise des valeurs plutôt positives comme l'innocence, la douceur, le romantisme, le sucré. Cette couleur peut également représenter le calme, la paix, la sérénité, la tranquillité et la confiance.
Rouge 	Le rouge est une couleur qui a du tempérament. Elle peut symboliser plusieurs valeurs contradictoires en même temps comme l'amour et la haine, la vie et la mort. Elle représente également la passion, la tentation, le feu, le sang, l'interdit, l'émotion, la colère, l'agressivité, la force, le pouvoir, la puissance, le luxe, l'énergie, la persévérance, le combat et la détermination.
Vert 	Le vert est une couleur qui fait penser à la nature, c'est pourquoi il représente le naturel, l'équilibre, la permission et la fraîcheur mais il peut également symboliser le bonheur, l'harmonie, la réussite, l'énergie, l'optimisme, la jeunesse, le calme, la sérénité.
Violet 	Le violet est une couleur qui symbolise la subtilité, le mystère, le romantisme, l'idéalisme, la protection et mélancolie. Il symbolise aussi la fraîcheur, la pureté, la paix et luxe.
Gris 	La couleur grise représente plutôt des valeurs négatives puisque c'est une couleur terne. Elle symbolise la tristesse, la dépression, le désarroi, la solitude et la monotonie.
Jaune 	Le jaune est une couleur gaie et vivante qui représente la joie, l'énergie, la tonicité et le dynamisme. Elle peut symboliser également la douceur et l'intelligence. Du fait que c'est la couleur de l'or, elle fait aussi référence à la richesse et à l'opulence.
Marron 	La couleur marron est une couleur qui nous fait penser à la nature puisque c'est la couleur de la terre, des troncs des arbres et même de la fourrure de certains animaux. Elle fait donc référence au monde animal et végétal. C'est pourquoi le marron symbolise des valeurs comme le naturel, le rustique, la solidité, la stabilité, la chaleur, le conformais.

## CHAPITRE II APPROCHE SEMIOLOGIQUE DE L'IMAGE FIXE

Noir 	Le noir est une couleur terne qui symbolise des valeurs plutôt négatives. Le noir nous fait penser à la peur, à l'angoisse, à l'inconnu, à la perte, au vide et à la mort.
l'orange 	La couleur orange est une couleur très vive qui symbolise des valeurs comme l'audace, l'intelligence, la loyauté, la confiance et la méfiance en même temps bien que ce soit des valeurs contradictoires. Elle représente également la chaleur et le rayonnement.
Bleu 	La couleur bleue nous rappelle tout d'abord la nature et l'infini puisqu'elle nous fait penser directement à la mer et au ciel. Le bleu est une couleur qui symbolise la paix, le calme, la sérénité, la fraîcheur mais aussi la sensibilité.
Blanc 	Le blanc représente principalement des valeurs positives comme la pureté, l'équilibre ou l'innocence. Il nous fait penser également au calme, à la paix et à la sérénité. Il procure de la lumière et donne une sensation de fraîcheur.

**Tableau :** couleurs et leurs significations.<sup>39</sup>

### 2.3.1.2. La lumière et l'éclairage

La photographie étant par définition « l'écriture par la lumière », celle-ci est indispensable autant à la formation de l'image qu'à sa perception par le spectateur. L'éclairage a une forte influence sur la perception que nous avons des choses ; des lieux et des êtres. L'éclairage est caractérisé par son intensité, son angularité (sa direction) et sa dominante colorée (ou qualité).

L'éclairage peut résulter d'une ou plusieurs sources lumineuses, il est naturel, artificiel (flash, lampes, projecteurs) ou composite. Un éclairage composite permet par exemple d'opposer des tons froids foncés (l'éclairage à la lueur des étoiles) et des tons chauds clairs (éclairage violent d'un réverbère). On distingue également l'éclairage diurne (de jour) de l'éclairage du soir (feu, bougie, lampes) ou nocturne (le nuit : étoile, lune, lampadaires).<sup>40</sup>

<sup>39</sup> Luc SAINT- HILAIRE, L'importance des couleurs dans la publicité, université Laval, Laval, 2011.

<sup>40</sup> Danielle. Chantegrel. Fr < question sur les arts et les designs (Consulté le 05/03/2020).

<sup>41</sup> Joly MARTINE, « introduction à l'analyse de l'image », op cit, p. 114.

### 2.3.2. Les signes plastiques spécifiques

Joly MARTINE retient sous cette appellation trois types de signes plastiques spécifiques : le cadre, le cadrage et la pose du modèle.

#### 2.3.2.1. Le cadre

« On choisit son esthétique ; avec l'absence du cadre, l'image donne l'impression de se poursuivre : apparition du hors champs (on imagine ce qui manque, ce qui se passe...)». <sup>41</sup>

Toute image a des limites physiques du bord de l'image. Cette limite qui sert à délimiter, en l'isolant d'un tout, un espace lors de la prise de vue.

#### 2.3.2.2. Le cadrage

Joly MARTINE l'appelle : « l'échelle des plans en photographie ». <sup>42</sup>

Alors, qui correspond à l'échelle des plans, c'est la distance entre le sujet photographie et le spectateur. En bref, c'est la taille de l'image. Plus précisément il y'a six plans. <sup>43</sup>

○ **Plan d'ensemble ou plan large :** ce plan focalise l'attention sur une partie seulement du contexte, en isolant une action précise. C'est le cas, par exemple, de présenter un personnage dans son environnement. Sa fonction est de situer.

○ **C'est-à-dire :** C'est un plan global qui cadre le décor et les personnages dans leur environnement.



Plan d'ensemble

<sup>43</sup> M.BOUACHE NASREDINE, l'apport de l'image à la pédagogie du F.L.E dans le troisième palier : Cas de première année du cycle moyen, mémoire de Magistère, univ de Constantine, 2006/2007, pp 33. 34.

## CHAPITRE II APPROCHE SEMIOLOGIQUE DE L'IMAGE FIXE

○ **Plan moyen :** l'importance dans ce plan est accordée à un personnage pour le mettre en valeur.

○ **C'est-à-dire :** Cadrage du personnage entier.



Plan moyen

○ **Plan américain :** ce plan prend le personnage juste au-dessus des genoux. Sa fonction est de focaliser l'attention sur le personnage, ses gestes, etc... Pour le mettre en valeur.



Plan américain

○ **C'est-à-dire :** Le personnage est encadré à mi-cuisse.

○ **Plan rapproché :** il existe en deux dimensions : il est large lorsqu'il cadre le personnage à la ceinture. Il est rapproché, serré ou poitrine, quand il cadre le personnage à la poitrine. Dans les deux cas, sa fonction est d'attirer l'attention sur le personnage en l'appréhendant de façon intime, et en montrant sa situation morale,

psychologique, ses intentions, son caractère.

○ **C'est-à-dire :** encadrer les personnages à la taille. Il y'a deux genres, large quand il cadre le personnage, à la ceinture, mais lorsqu'il le cadre à la poitrine, il est rapproché serré. Il permet de lire les réactions psychologiques.



Plan rapproché taille



Plan rapproché poitrine

- **Gros plan** : cadrant la tête du personnage, il vise à pénétrer l'intimité de ce dernier en convoquant ses sentiments, sa sensibilité.

- o **C'est-à-dire** : que ce plan attire l'attention du public sur le visage qui permet de lire la vie intérieure du personnage, ses émotions, et ses expressions.



Gros plan

- o **Très gros plan** : il focalise l'attention sur un détail significatif et a pour fonction de renforcer l'effet dramatique.

- o **C'est-à-dire** : Isoler une partie importante d'un sujet comme l'œil ou bien le doigt, pour attirer notre attention.



Très gros plan

### 2.3.3. La pose du modèle

Selon Joly Martine : « soit le modèle se présente de face, soit il se présente de profil. La pose de face, le regard se tourne vers le spectateur, est la pose la plus implicative pour le spectateur. En effet, celui-ci fixe alors le regard du modèle dans une sorte de tropisme projectif. Si dans une image, il y a des personnages on cherche les visages, si il y a regard, on cherche le regard ».<sup>44</sup>

Le concept de pose de modèle lié à la présence de personnages dans l'image. Quand l'image présente des personnages ceux-ci adoptent absolument une posture quelconque : de face ou de profil. Cette posture induit diverses significations.

<sup>44</sup> <http://www.crdp.ac-grenoble.fr/medias/telech/echplan.rtf> (Consulté le 18/03/2020).

### **2. 3. 4. L'angle de prise de vue**

L'angle de prise de vue est la position de l'appareil de prise de vue par rapport au sujet photographié, elle varie selon deux axes horizontal et vertical.

#### **2. 3. 4. 1. La frontale**

Lorsque le spectateur est au même niveau que le sujet photographié, donc elle est sur l'axe horizontal.

#### **2. 3. 4. 2. La plongée**

Lorsque le spectateur place l'appareil au-dessus du sujet photographié. Alors, indique que le regard domine le personnage e ou le décor. Donc, la plongée est totalement verticale.

#### **2. 3. 4. 3. La contre plongée**

Lorsque le spectateur place l'appareil en dessous du sujet photographié. Alors, le sujet prendra plus d'importance grandit les personnages. Donc la contre plongée est totalement vertical.

En récapitulant le deuxième chapitre nous apportons les points suivants :

- o La photographie est une imitation de la réalité puis comme une représentation culturelle.
- o L'objectif principal de la photographie de presse est d'informer.
- o Selon la méthode de Joly MARTINE la photographie de presse comporte plusieurs signes : Plastiques, iconiques et linguistiques dont les messages sont également, le message plastique, message iconique message linguistique.

# Partie pratique

---

# CHAPITRE III

## Analyse sémiologique de la photographie de presse

---



## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

Les deux chapitres précédents sont consacrés à la partie théorique, dans laquelle nous avons abordé quelques notions théoriques concernant la sémiologie de l'image plutôt l'image fixe « la photographie de presse ».

Alors que, ce chapitre sera consacré à la partie pratique dans laquelle nous décrirons et analyserons une image fixe plus précisément, la photographie de presse « couverture d'un grand journal sportif algérien ».

Pour réaliser ce dernier chapitre, nous passerons par les points suivants : Tout d'abord, nous établirons une présentation générale de notre corpus. Ensuite, nous identifierons la méthode suivie. Enfin, analyserons les images.

### I. Présentation du corpus

Dans le dictionnaire Larousse, le terme « *corpus* » est défini comme étant : « *un recueil de documents relatifs à une discipline, réunis en vue de leurs conservation* ». <sup>45</sup>

Solen Roland BARTHES, il s'agirait d'« *une collection finie de matériaux déterminée à l'analyste, selon un arbitraire inévitable, sur laquelle il va travailler* ». <sup>46</sup>

Au vue de ces deux définitions nous déduire que notre corpus est un ensemble de documents composé ici de 5 photos extraits d'une couverture d'un grand journal sportif algérien, afin de l'analyser au mieux, nous appliquerons la méthode de Joly MARTINE.

Voici, un éventail d'images fixes qui sont extraites de diverses couvertures de journal (*la couverture n'étant autre chose que la première page de présentation du journal, une sorte de « vitrine » aux titres et photos accrocheurs dévoilant un peu ce que contient le journal*).

En l'occurrence, il s'agit dans notre cas du journal « Le Buteur », leader sur le marché algérien des médias presse spécialisés dans le football. Rappelons la presse étant « *l'ensemble des procédés formels de diffusion régulière de l'information et de la pensée par l'écrit* ». <sup>47</sup> Autrement dit, l'image fixe est un support visuel visant à compléter généralement un support écrit. Cela nous incite ainsi à en comprendre le rôle.

Ainsi, nous choisirons 5 photos, nombre de photos que nous jugeons représentatif, afin d'en dégager une analyse significative quant au rôle de la photographie de presse dans le domaine de la communication.

---

<sup>45</sup> [www.larousse.fr/dictionnaires/français/corpus/1941](http://www.larousse.fr/dictionnaires/français/corpus/1941) (Consulté le 01/04/2020).

<sup>46</sup> Roland BARTHES, op cit, p. 82.

<sup>47</sup> [www.lebuteur.com](http://www.lebuteur.com) (Consulté le 03/04/ 2020).

## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

Nous avons veillé à bien choisir ces photos qui balaient le parcours de l'équipe nationale durant la Coupe d'Afrique 2019. Chaque photo incarne un évènement important. La première photo représente notre qualification au Quart de Finale. La seconde est la Qualification à la Demi-finale. La troisième désigne notre qualification en Finale. Les deux dernières immortalisent la victoire des Verts à la CAN et leur retour en Algérie. S'y dégagent la joie et la fierté du peuple algérien à l'égard des Verts.

### **II. La méthodologie de recherche**

Nous analyserons cinq photos dans une démarche sémiologique, nous avons indiqué dans le précédent chapitre que nous suivrons la méthode de Joly MARTINE, parce que nous voyons que celle-ci est la plus convenable d'analyser ce genre des images (la photographie de presse). Précisément, pour pouvoir dégager leurs significations et leurs pouvoirs informatifs, ainsi les multiples interprétations que nous pouvons effectuer. Alors, nous commencerons par une description générale de chaque photo. Puis, décrivons les divers messages présents. En premier lieu, il existe le message plastique qui nous permet de dégager tous les éléments spécifiques et non spécifiques ceux qui renvoient à la construction et au décor de la photo tels que les couleurs, l'éclairage, le cadre, le cadrage etc. En second lieu, nous distinguons le message iconique qui nous permet de chercher les sens dénotés/connotés qui contient chaque photo. Enfin, le message linguistique qui nous permet d'interpréter les sens cachés derrière les textes reliés à la photo. Nous terminerons par une synthèse des interprétations.

### III. Analyse des couvertures

#### 1. Analyse de la première couverture



wwwlebuteur.com (prise le 12 juillet 2019)

#### 1. 1. Description Générale

Nous avons devant nous une couverture d'un journal sportif «Le Buteur». Elle est parue le 12 Juillet 2019 dans le numéro (4500). En haut de la couverture, nous pouvons apercevoir le nom du journal «Le Buteur» inscrit sur une bande rouge. Ce nom est accompagné d'informations suivantes : la date de parution, le site web, le prix et le numéro de tirage.

Ensuite, en bas de la couverture, nous lisons en gros lettres : «INCROYABLE ALGERIE». Et juste en dessous de celui-ci, l'annonce de BELMADI : «ON FAIT A NOUVEAU PARTES DES GRANDS D'AFRIQUE». En haut à droite de la couverture, il y'a deux drapeaux (Algérie et Cote d'Ivoire). Toujours en haut de la couverture mais à gauche de celle-ci, sont présents trois cercles placés successivement l'un en dessous de l'autre. Ces cercles représentent des images faciales des joueurs de football. Puis, au centre de la couverture, nous constatons qu'il y'a une photographie scindée en deux parties. En effet, les Verts y sont placés à droite de celle-ci tandis qu'à gauche y est dédiée une série de déclarations de certains joueurs. Encore, au bas nous sont présentées diverses capsules. La

## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

première capsule à un fond jaune ce qui permet de mettre en relief une annonce relative au JSK. La seconde sur fond blanc est scindée en deux parties. Le coté droite de cette capsule blanche affiche une annonce de BENYAHIA accompagnée de sa photo. Sur le coté gauche de celle-ci, nous voyons une photo de BELHOCINI accompagnée de quelques annonces sur le MCA.

Enfin, tout en bas de la couverture, nous voyons une photo publicitaire présentée par CONDOR pour encourager les Verts.

### **1. 2. Description des différents messages**

#### **1. 2. 1. Le message plastique**

##### **1. 2. 1. 1. Le support**

Il s'agit d'une couverture du journal « Le Buteur » destinée au peuple algérien.

##### **1. 2. 1. 2. Le cadre**

Il est absent dans cette photo car elle occupe tout le support. Ce qui nous permet d'aller au-delà de celles-ci pour construire ce qui ne figure pas dans la photo.

##### **1. 2. 1. 3. Le cadrage**

Il est vertical plus haut et large à droite, il souligne généralement le plan large « plan d'ensemble », car il met en avant une scène bien précise, celle de quelques joueurs en plein match dans un stade. Quant au Gros plan représentant les visages des joueurs BELMADI, BOUNEDJAH et ATTAL, il est utilisé afin de mettre en valeur leurs émotions ressenties lors de match. Ils craignent d'être éliminés au Quarts de Finale, notamment BOUNEDJAH qui suite au raté du penalty, a perdu une occasion en or. ATTAL a quitté le stade après avoir été blessé à l'épaule droite. Ces larmes étaient le symbole fort d'une victoire potentiellement manquée.

##### **1. 2. 1. 4. L'angle de prise de vue**

Une contre plongée, de toute évidence, le photographe place la caméra en dessous du sujet photographié (les joueurs). A l'arrière plan, on voit un effet filoutage représentant les tribunes de supporters.

##### **1. 2. 1. 5. La couleur**

Tout d'abord, la couleur prédominante dans la couverture est le Vert, il y'a un rappel fort à la fois dans les tenues des joueurs du terrain. Il s'avère être intéressant et essentiel, de rappeler que le Vert symbolise le bonheur, l'énergie positive, la paix.

## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

En outre, une couleur y est présente : jaune, l'incarnation de la puissance, de la joie et de l'humeur festive. Par ailleurs, nous visualisons d'autres couleurs dites secondaires telles que le blanc, le noir et le rouge symbolisant le courage, la force et la victoire.

Ces couleurs véhiculent sans nul doute des ondes positives à l'équipe nationale algérienne lors de la CAN. Cela semble être un bon présage quant à l'avenir des Fennecs lors de cette compétition : ils gagneront le match et qualifieront à la demi-finale.

### **1. 2. 1. 6. La lumière et l'éclairage**

L'éclairage dans cette photo est nocturne, car elle est prise de nuit, la luminosité est appelée ici « naturelle et artificielle ». L'aspect naturel est dû à la présence de la lune et des étoiles ce qui permet d'obtenir un spectre lumineux à la fois fort et doux. En revanche, l'aspect artificiel est dû au flash des appareils photo, de projecteurs et ou de lampadaires.

### **1. 2. 2. Le message iconique**

Tout en haut de la couverture à droite, sont placés les deux drapeaux respectifs des équipes jouant le match de la Quart de Finale, à savoir la Côte d'Ivoire et l'Algérie.

Au centre de la couverture, on aperçoit une photographie sacralisant la victoire de l'Algérie suite à MBOLHI qui a attrapé la balle. D'ailleurs, le photographe a su capter le moment où les joueurs se sont empressés d'aller vers lui pour l'embrasser. Cette photo fige le moment où a eu lieu le dernier penalty et surtout cette prise de conscience de la qualification de l'Algérie à la CAN. Les Fennecs ont eu bon ! La joie est de parade !

Enfin, en bas de la couverture, est installée une publicité de CONDOR qui a pour but d'encourager les Verts.

### **1. 2. 3. Le message linguistique**

Cette couverture renferme bon nombre de signes linguistiques :

Tout d'abord, commençons par les caractères utilisés dans cette couverture :

- Le nom du journal est écrit en blanc sur un fond rouge, symbole de force. Le nom « Le Buteur » a déjà une forte connotation : oui à la victoire non à la défaite. Nul sans le rappeler que la présence d'un ballon de football entre l'article défini « le » et le nom commun « buteur » souligne le domaine d'intérêt de ce journal.

- Les deux expressions : « N°1 de la presse sportive » et « quotidien national » informe non seulement les lecteurs sur sa position dans le classement national des journaux sportifs mais aussi indique qu'il est au cœur de l'actualité sportive sur tout le territoire nationale.

## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

- La date : Le 12 Juillet 2019 représente la Quart de finale de la CAN, jouée entre l'équipe de la Cote d'Ivoire et celle des Verts.

- Le site : [www.lebuteur.com](http://www.lebuteur.com) : montre qu'il est dans l'air du temps et ainsi existe également sur le Web.

Ensuite, le logo « INCROYABLE ALGERIE » qui est écrit en grand caractères jaune. Cela connote la puissance, la victoire et la fête. Ces gros titres font suite à la victoire méritée et honorable des Fenecs face aux Éléphants, solide équipe dont la majorité de ses joueurs jouent dans divers grands championnats européens. Le match a été très difficile mais les Verts ont su se montrer à la hauteur et ont fini par arracher la victoire à leurs adversaires à l'issue d'une succession de tirs au but. Quant à l'annonce de BELMADI « ON FAIT A NOUVEAU PARTES DES GRANDS D'AFRIQUE », elle est écrite en lettres majuscules et en blanc. Cela évoque la paix, la pureté. Cela attire l'attention de part le reflet de la lumière. Une telle annonce exprime un soulagement d'une part et d'autre part, un élan d'espoir. Victorieux de la CAN, les Verts ont prouvé qu'ils ont les compétences pour figurer parmi les plus grandes équipes d'Afrique.

Enfin, ces messages désignent une fonction de relais et établissent ainsi une complémentarité visible entre le verbal et le visuel. Ces phrases vont rendre compréhensible ce qui est dans le non dit. Dans ce cas précise, le message décrypté est que les Fenecs ont gagné le match et ont qualifié à la demi-finale.

### **1. 2. 4. Synthèse des interprétations**

Suit à l'analyse de cette couverture, nous pouvons conclure que celle-ci n'a de sens que s'il existe une complémentarité entre les messages (plastique, iconique et linguistique).

Alors, cette couverture a été publiée au lendemain de gain du quart de finale, elle exprime le bonheur et la joie des Fenecs lors du match, tout ceci est résumé dans le logo plus la photographie.

Donc, la fonction principale de cette couverture est expressive qui nous exprime sans nul doute le bonheur infini ressenti en cette occasion.



## 2. Analyse de la deuxième couverture



wwwlebuteur.com (prise le 15 juillet 2019)

### 2. 1. Description générale

Notre analyse porte désormais sur une couverture du même journal, mais publiée le 15 juillet 2019 sous le numéro de publication (4503).

En haut de la couverture, un titre accrocheur, sur fond blanc, attire notre attention. Puis, juste en dessous de celui-ci, nous lisons « PHENOMENAL ! » Écrit sur un fond blanc. A droite, deux drapeaux sont affichés : Algérie – Nigeria. Sous ces drapeaux, nous apercevons une bande rouge sur laquelle sont inscrites des informations telles que : la date de parution le site web, le prix et le numéro de publication. A gauche, il y a une photo de l'entraîneur accompagné de certains joueurs. Il nous semble intéressant de noter que le tiers supérieur de la couverture est occupé par le « héros » national qui n'est autre que MAHREZ. Sous sa photo, nous voyons d'autres photos encadrées, mettant à l'honneur les « soldats » de BELMADI. Quant au reste de la couverture, il est rempli par une série de déclarations des Fennecs.

## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

Au bas de la couverture, nous retrouvons une photo publicitaire rectangulaire présentée par CONDOR.

### **2. 2. Description des différents messages**

#### **2. 2. 1. Le message plastique**

##### **2. 2. 1. 1. Le support**

Il s'agit d'une couverture d'un grand journal sportif, qui s'adresse à un large public.

##### **2. 2. 1. 2. Le cadre**

Il y'a l'absence du hors cadre dans cette couverture permettant aux lecteurs une libre imagination.

##### **2. 2. 1. 3. Le cadrage**

Dans l'ensemble, il s'agit d'un plan moyen/ complet et vertical. MAHREZ, est visible de la tête aux pieds. Ce qui nous incite à penser que le journal veut le mettre en avant. Par ailleurs, le plan d'ensemble est constitué de deux photos. En haut, il y a celle de BELMADI avec les Verts exprime leur gratitude envers Dieu, et il y a celle des Fenecs fêtent par leur victoire située au bas de la couverture.

##### **2. 2. 1. 4. L'angle de prise de vue**

C'est contre plongée. En effet, la caméra est placée en-dessous du joueur. Nous pouvons affirmer que la photo est nette dans sa globalité, à l'exception de quelques flous placés à l'endroit des déclarations de certains joueurs.

##### **2. 2. 1. 5. La couleur**

Le noir prédomine sur cette couverture. En général, ce choix est pris pour mettre en valeur et faire ressortir les photos et les écrits. Ceci a pour but d'attirer l'attention des lecteurs. Par ailleurs, nous pouvons relever la présence de blanc et jaune qui sont utilisés pour écrire les déclarations des joueurs. Cela connote la puissance, le courage ...

Le rouge et le vert symbolisent le bonheur, la force et la victoire. Ces couleurs reflètent la grande victoire arrachée par les Verts. Ils ont éliminé le Nigeria et accédé à la troisième finale de la CAN.

Il est important de souligner que le journal utilise encore les mêmes couleurs sur cette couverture. On pourrait croire qu'il s'agit d'un code : d'une part, cela représente le drapeau algérien et d'autre part, cela renvoie au logo de la CAN 2019.



### **2. 2. 1. 6. L'éclairage et la lumière**

La photo a été prise de nuit, l'éclairage est donc naturel artificiel : naturel à la lueur des étoiles/lune et artificiel à la lueur d'un flash, d'un projecteur et lampadaire. La lumière est dirigée vers le centre où il y a justement le capitaine de l'équipe afin de le mettre en valeur.

### **2. 2. 2. Le message iconique**

En haut de la couverture, à droite, deux drapeaux : l'Algérie et le Nigeria, qui disputent le match de la demi-finale de la CAN.

Cette couverture présente à première vue MAHREZ est mis à l'honneur, en tant qu'il est le capitaine de l'équipe, d'ailleurs, le héros de ce match. Il a marqué un but qui a permis à l'Algérie d'accéder à la finale. Recontextualisons cette photo, elle a été prise juste après la dernière balle, il se met à courir rapidement en direction des supporters pour célébrer la victoire. S'agit-il pour lui une manière de les remercier pour tout leur soutien ?

En effet, plus haut à gauche, nous apercevons une photo expressive. Elle reflète toute la gratitude des joueurs et de leur entraîneur envers Dieu : ils se prosternant.

En bas, sur la coté gauche, nous voyons trois photos présentant les Homme de BELMADI. Si nous nous fions aux expressions de ces visages, ils rayonnent de joie et de fierté. Fierté qu'ils revendiquent au port du drapeau national.

### **2. 2. 3. Le message linguistique**

Le logo « PHENOMENAL » Est le message linguistique venant compléter la photo. Il est situé en haut de la couverture, écrit en lettres capitales noir sur un fond blanc, attirant ainsi l'œil du lecteur.

Ce message est porteur d'une annonce « miraculeuse », les Guerriers du désert arrachent la victoire aux nigériens durant le temps additionnel, grâce à MAHREZ le score passe à (2-1). Il offre ainsi aux Verts l'accès à la troisième finale continental.

Ce message linguistique a deux fonctions : Encrage et Relais puisqu'il se considère comme un guide du message visuel pour répondre à l'attente du spectateur.

### **2. 2. 4. Synthèse des interprétations**

Ces trois messages véhiculent le même sens mais de diverses manières. La fonction principale de cette photo est expressive : elle inspire la joie des joueurs après l'accès à la finale. D'ailleurs, elle vient renforcer les messages linguistiques. On appelle cette fonction « complétive ».

### 3. Analyse de la troisième couverture



wwwlebuteur.com (prise le 19 juillet 2019)

#### 3. 1. Description générale

Nous proposons d'analyser une couverture d'un grand journal (Le quotidien national sportif), intitulé Le Buteur, la photo prise le 19 juillet 2019. Est publiée dans le journal sous le numéro de publication (4507). En haut de la couverture, apparaît en grand sur un fond rouge le nom du journal «Le Buteur ». Nous notons quelques annotations à sa périphérie telles que la date de parution, le site web, le prix et le numéro de tirage. Juste en bas, nous lisons le logo « L'ALGÉRIE VOUS ENVOIE SA FORCES ! ».

Tout en haut de la couverture, à gauche nous voyons deux drapeaux : le drapeau algérien et celui du Sénégal, à droite le symbole de la fédération algérienne de football. Au milieu de la couverture, nous pouvons voir l'équipe algérienne qui occupe un grand espace et au centre de ces joueurs est positionnée la grande coupe à remporter. Sous cette photo, à gauche comme à droite, nous voyons des annonces faites par les équipes, ainsi que le portrait visage de deux joueurs sénégalais. Puis, au bas de cette couverture, y est placée une publicité présentée par CONDOR.

### **3. 2. Description des différents messages 3. 2. 1. Message plastique :**

#### **3. 2. 1. 1. Le support**

Il s'agit d'une couverture du journal Le Buteur qu'est destinée à un public bien précis notre équipe national.

#### **3. 2. 1. 2. Le cadre**

Il est absent dans cette photo. Tous ses éléments occupent le support, ce qui nous laisse deviner ce qui ne figure pas dans la photo.

#### **3. 2. 1. 3. Le cadrage**

Il est disposé à la verticale et est constitué de deux plans. Nous avons le plan rapproché : les joueurs sont pris de la tête jusqu'à la taille. Nous les voyons lever les mains au ciel, geste de joie dans ce contexte. Par exemple : l'entraîneur BELMADI lève ses mains poings fermés en signe de force. Son visage est tourné vers le ciel tel une prière solennelle adressée à Dieu. Il est épris d'une force et d'une confiance inébranlable quand à l'efficacité de l'équipe et de ses stratégies de jeu. Il a exprimé un petit message destiné au peuple algérien qui est le suivant : « vous n'inquiétez pas, on va remporter cette CAN ».

Le second plan est un Gros plan. Il est ici dédié à ALIOU CISSE et DIATTA. Nous constatons que seules leurs têtes apparaissent. L'entraîneur heureux y affiche un visage souriant. Il espère rafler la victoire.

#### **3. 2. 1. 4. L'angle de prise de vue**

Ici, la prise de vue est frontale, car le photographe se positionne au même niveau que les sujets photographiés : les joueurs et la coupe. Devant nous, une photo qui est dans sa globalité nette à l'exception de quelques flous en arrière-plan. Il n'y a pas de profondeur.

#### **3. 2. 1. 5. La couleur**

Le noir est la couleur prédominante sur cette couverture puisqu'il constitue l'arrière-plan. Cette couleur n'a pas été choisie de manière anodine, elle reflète la crainte du peuple face à un échec potentiel de l'équipe nationale lors de la CAN. Par ailleurs, le jaune prend une place non négligeable. Il symbolise la puissance, joie et l'énergie positive.

Évidemment, nous pouvons relever des couleurs secondaires telles que le vert, signe d'espérance et de confiance. Le rouge et le blanc, utilisés pour écrire les déclarations des joueurs exprimant leur courage, leur détermination à gagner ce match. Ces couleurs nous rappellent les couleurs du logo du CAN 2019.

### 3. 2. 1. 6. La lumière et l'éclairage

La lumière est dirigée vers le centre de la photo mettant ainsi en avant non seulement la coupe mais aussi certains joueurs participant à la coupe d'Afrique.

### 3. 2. 2. Le message iconique

En haut de la couverture à gauche, sont affichés deux drapeaux. Ils représentent les nations des équipes qui vont disputer la finale : Algérie et Sénégal. A droite, apparait le symbole de la FAF (Fédération Algérienne de Football). Nous décelons la moitié d'une deuxième étoile, ce qui exprime que la victoire est très probable pour les Verts ils n'y sont pas loin ! Qu'on va décrocher la deuxième coupe d'Afrique. Toute l'Algérie soutient son équipe nationale. Tout le peuple retient son souffle : 29 ans se sont écoulés depuis la dernière victoire des Verts.

Puis, au centre de la couverture, il y a une grande coupe qui véhicule divers symboles. En effet, de couleur dorée, peut-être fabriquée en or, elle symbolise la gloire. Au sommet de celle-ci, nous y apercevons un globe terrestre transparent où l'on distingue très clairement le continent africain. L'Afrique représentant la CAN, est non seulement encerclée par des ballons de football mais laisse refléter aussi les images de pyramides. Ces dernières recontextualise la coupe nationale d'Afrique qui s'est déroulée en Égypte.

Par ailleurs, certains joueurs de l'équipe nationale algérienne sont placés tout autour de la coupe (BELMADI, MANDI, GUEDIOURA, MBOLHI et MAHREZ). Cela signifie que l'Algérie place toute sa confiance et sa détermination en la victoire des Verts lors de ce match décisif. Il est important de souligner que il n'est pas anodin d'avoir sélectionné des images de ces joueurs où ils exprimaient de la joie, avaient une gestuelle dégageant de la force et de la fierté (ex : les poings levés, les cris de victoire, les sourires de soulagement, etc.).

Enfin, au bas de la couverture, s'affiche une publicité de CONDOR qui a certainement pour but d'encourager les Fenecs.

### 3. 2. 3. Le message linguistique

Cette couverture contient une série de messages linguistiques.

Tout d'abord, le logo du journal « L'ALGÉRIE VOUS ENVOIE SA FORCES ! », en grands caractères en blanc connote d'une manière générale la chance et le courage. Ce logo accrocheur est une véritable preuve de fierté et d'encouragement à l'égard des Fenecs.

Ainsi, le verbe gagner est à l'impératif « GAGNEZ ! » écrit en grands caractères jaune représente la puissance, l'énergie, l'intelligence et le dynamisme, cela nous démontre

## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

que les Verts n'ont pas d'autre choix que de vaincre l'équipe adverse. Les deux expressions sont suivies par (!) pour attirer leurs intentions.

Au bas de la couverture, les annonces des joueurs sont exprimées au future « nous gagnerons, méritons, piégera ... ». Cela connote que chaque équipe souhaite gagner, espère remporter la coupe, ainsi prouve la détermination, la rage de vaincre du coté des Fenecs.

Comme l'a très bien expliqué MARTINE Joly, ces messages ont une fonction d'ancrage. Grâce à ces messages, nous comprenons que la couverture a été prise avant le déroulement du match : les joueurs ont une lourde responsabilité à assumer celle de gagner. Par conséquent, il y a une orientation du message linguistique vers le message visuel. Il limite la polysémie de la couverture.

### **3. 2. 4. Synthèse des interprétations**

A l'issue de l'analyse des trois messages, nous concluons que cette couverture a été publiée avant la finale pour encourager l'équipe national et par delà, attirer les ondes positives : la victoire.

Elle apporte un plus au message linguistique par exemple le verbe « GAGNEZ » est écrit à l'impératif. C'est -à- dire qu'ils n'ont pas encore gagné le match. En outre, les déclarations des joueurs ainsi que leur positionnement face à la coupe nous laissent à croire que les Verts gagneront la deuxième CAN. En fin, les couleurs noir, jaune et blanc symbolisent la puissance, la force, le courage et la victoire.

Gardons en tête, la fonction principale de cette couverture en soi est symbolique puisqu'elle exprime une idée abstraite.



#### 4. Analyse de la quatrième couverture



wwwlebuteur.com (prise le 20 juillet 2019)

##### 4. 1. Description générale

La couverture que nous tenterons d'analyser a été publiée dans le numéro (4508). Elle est parue le samedi 20 Juillet 2019. Qu'est totalement remplie et reproduite en couleur. Dans le tiers supérieur de celle-ci se trouve une grande photographie centrée représentant un modèle humain, qui est les joueurs algériens, ils voient la caméra avec des visages souriants, certains d'entre eux sont allongés sur le sol. Vers le bord supérieur du côté gauche de celle-ci nous voyons une autre photo d'un joueur qui porte la coupe, aussi au bord inférieur nous observons une photo attirante d'un joueur avec une blessure au visage. Le haut de l'arrière plan est d'une couleur noire et bleu nuit.

Outre les signes iconiques il existe des signes linguistiques, le logo se trouve en haut de la moitié supérieure de la couverture « ROIS D'AFRIQUE » s'écrit en gras et coloré en jaune dans un arrière plan noir, aussi il existe d'autres déclarations des joueurs sont écrites en italique en couleur blanche et jaune sont encadrés en noir et en vert.

## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

En haut de la couverture à droite il y a une marge rouge occupée par les caractères du journal (le nom, la date de parution, le site internet, le prix et le numéro). Encore, il y a deux drapeaux celui de l'Algérie et du Sénégal. A gauche se trouve une petite photo publicitaire.

Tout en bas de la couverture, nous voyons une image publicitaire rectangulaire présentée par CONDOR, exprime la joie de l'équipe nationale.

### **4. 2. Description des différents messages**

#### **4. 2. 1. Le message plastique**

##### **4. 2. 1. 1. Le support**

Cette couverture est un support matériel « papier ». C'est alors une image opaque qui peut être tirée sur papier journal, semi-glacé. Cette surface support constitue un objet que l'on peut généralement toucher, tenir dans la main comme la plupart des images imprimées destinées à un large public.

##### **4. 2. 1. 2. Le cadre**

C'est une photo qui représente un cadre. Elle est bien limitée, ses limites ne se confondent pas avec le bord et le format de la page de couverture car cette photo était creuse dans son tiers supérieur, laissant sur le pourtour une bordure. La fonction du cadre-outré celle de limite que d'attirer le regard et mettre en relief l'image.

##### **4. 2. 1. 3. Le cadrage**

C'est un cadrage horizontal plus haut et large à droite, il signale deux plans : le plan d'ensemble ou large cadre le décor et les joueurs dans le stade, donc il précise leurs situations. Le plan rapproché taille représentant les deux joueurs : « MAHREZ et BENLAMRI » sont encadrés à leurs ceintures, ce qui nous permet de lire leurs situations morales et psychologiques, MAHREZ par exemple, il embrasse la coupe d'un geste de remerciement, signe de joie et de fierté d'être le capitaine d'équipe et d'être le premier à touché et emporté la coupe. Alors que, des blessures apparaissent sur le visage de BENLAMRI et le sang émanant de celles-ci coule sur sa tenue d'où une fusion entre la couleur sanguine, le blanc et le vert représentent celles du drapeau algérien, ce qui incarne la fidélité et le dévouement incontournable des joueurs et qui assure par conséquent qu'ils sont dignes de cette victoire.

### 4. 2. 1. 4. L'angle de prise de vue

La prise de vue ici est Frontale, puisque le photographe se situe au même niveau que les sujets photographiés, ce qui permet de concentrer la vision sur les visages des joueurs. Elle est présentée de façon claire et nette, il n'y pas de flous.

### 4. 2. 1. 5. La couleur

Cette couverture est formée d'une diversité de couleurs :

La couleur le prédominant dans celle-ci, c'est le blanc, nous le voyons sur les tenues des joueurs et leurs déclarations symbolisent la pureté, l'équilibre et la paix. Plus le vert et le rouge paraissent sur la terrestre du stade, les tenues de quelques joueurs et certains messages linguistiques, symbolisent la force, le bonheur et la victoire. Ces trois couleurs nous rappelant les couleurs du drapeau algérien.

Nous voyons aussi d'autres couleurs telle que : Jaune symbole de joie et fête, le noir et le bleu-nuit symbolisent l'angoisse des joueurs et leurs peurs de perdre d'autres victimes pendant les fêtes de la victoire. Alors, toutes ces couleurs indiquent que l'Algérie a remporté la deuxième CAN.

### 4. 2. 1. 6. La lumière et l'éclairage

Le fond donne une lumière sombre indiquant l'obscurité de la nuit. Donc l'éclairage est nocturne, car la photo est prise en nuit, alors la source de la lumière est naturelle artificielle, elle est naturelle à la lueur des étoiles et la lune et artificielle à la lueur d'un flash, d'un projecteur et lampadaires. Le modèle éclairé de face est représenté à un effet dramatique car la source de lumière se détache de l'arrière plan. Cette lumière est marquée au niveau de l'expression de l'état d'âme des joueurs qui semblent heureux.

### 4. 2. 2. Le message iconique

Nous observons qu'il s'agit d'un espace ouvert, l'arrière plan est d'une couleur noire (sombre) même le bleu-nuit ou il y a une image floue. Le bas est d'une couleur verte très légère désigne ainsi visuellement le stade égyptien où s'est déroulé le match final entre l'Algérie et le Sénégal.

La photographie est reproduite en couleur représente un portrait des hommes qui sont les joueurs de l'équipe nationale. Leurs vêtements étaient des uniformes sportifs dont les couleurs : vert, blanc et rouge évoquant le drapeau national. Leur position décrit qu'ils sont en train de prendre une photo, ils regardent la caméra avec des sourires et des yeux exprimant une pleine joie. La majorité d'entre eux saluent en levant leurs mains avec des différentes



## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

mimiques sur leurs visages, quelqu'un parmi eux gisant sur le sol et pointe avec sa médaille d'or, tout cela exprime leurs joies, leurs bonheurs et leurs fêtes après la grande victoire, après le gain de la finale, après la remporter de la coupe.

Nous voyons encore deux publicités installées au bas de la couverture, en mettant l'accent sur la première où il y a un slogan sportif algérien (1. 2. 3. Viva L'Algérie) plus le mot merci en arabe qui exprime la joie et le remerciement des fans et leurs respects aux Fenecs. La seconde où CONDOR félicite les Verts pour la deuxième étoile.

### **4. 2. 3. Le message linguistique**

La partie verbal que délivre cette photographie et constituée d'un texte très court et bref présente le logo « ROIS D'AFRIQUE » s'écrit en grands caractères sur un fond noir et coloré en jaune symbolise la joie, le bonheur et la fête. Donc le sens dégagé est que l'Algérie a battu les grandes équipes d'Afrique tout au long de la compétition. Les Verts ont réussi à décrocher la coupe d'Afrique, ils ont dédié à l'Algérie une deuxième étoile. Ils deviennent donc les champions d'Afrique après le gain de la finale.

Ce message vient pour préciser et orienter notre lecture de la photo. Il sert à limiter sa polysémie, donc il joue la fonction d'ancrage.

### **4. 2. 4. Synthèse des interprétations**

L'image dont nous entamons l'analyse est une couverture d'un journal qui a été diffusée le lendemain de la finale, elle représente une forte charge symbolique qui exprime le bonheur des Fenecs après leur gain de la finale.

L'interprétation du sens de celle-ci se faite au niveau des trois messages (iconique, linguistique et plastique) qui sont en relation de complémentarité.

## 5. Analyse de la cinquième couverture



wwwlebuteur.com (prise le 21 juillet 2019)

### 5. 1. La description générale

La couverture dont nous prescrivons une interprétation sémiologique a été prise le 21 juillet 2019 du journal «Le Buteur » sous le numéro (4509). Elle est complètement pleine et tirée en couleur.

En haut de la couverture nous voyons une bande rouge occupée par (le nom du journal : « Le Buteur», le numéro de tirage, le prix, la date de parution et le site web). A gauche et à droite, nous voyons des cercles présentant des joueurs. Également, au dessous de celle-ci nous voyons sur un fond noir le logo du journal : « UN SEUL HÉROS : LE PEUPLE ! » plus une déclaration de BELMADI : « LA COUPE EST REVENU A LA MAISON ». Revenons aux signes iconiques qui occupent le tiers inférieur de la couverture, où il y a une photographie présente le peuple algérien sur la rue, accueille les joueurs de l'équipe nationale, qui sont montés dans un grand bus ouvert.

## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

Tout en bas de la couverture, nous voyons quelques déclarations des joueurs, juste au centre de ceux-ci une photo présente un grand ancien joueur algérien lève le drapeau national.

### **5. 2. Description des différents messages**

#### **5. 2. 1. Le message plastique**

##### **5. 2. 1. 1 Le support**

C'est une couverture d'un grand journal sportive algérien, destinée à un large public.

##### **5. 2. 1. 2. Le cadre**

La photographie n'est pas circonscrite par un cadre, puisqu'elle occupe tout le support, le processus de faire se confondre les limites de la photo avec le bord du support à des implications particulières pour l'imagination du spectateur.

##### **5. 2. 1. 3. Le cadrage**

Un format rectangulaire large à l'horizontal, généralement le plan utilisé est ensemble/large : qui cadre le décor et les personnages dans leur environnement. C'est-à-dire : il cadre le peuple et les joueurs dans la rue. Alors, il précise leur situation. D'ailleurs, le gros plan présenté par BELAILI, il embrasse la coupe, il est entrain de prendre une photo sert à garder ces souvenirs avec ses supporteurs. Tandis que, le plan rapproché : où il y'a quelques joueurs encadrés à la taille, il est présent en ces deux genres large c'est celui présenté par MAHREZ et MBOLHI qui portent la coupe, avec des visages souriants, signes qu'ils sont contents de leur victoire. En effet, le plan rapproché serré : signalé par ZIDANE il lève le drapeau algérien sur sa tête, il paraissait heureux. Alors, toutes ces plans indiquent la joie des joueurs de cette occasion et leur fierté.

##### **5. 2. 1. 4. L'angle de prise de vue**

Un vue descendante (du haut en bas), la caméra est au dessus du modèle. Celui de la plongée qui permet de donner au spectateur l'impression de dominer les personnages ou le décor. Il n'y a pas de flous, elles très claire et nette.

##### **5. 2. 1. 5. La couleur**

Les couleurs émergeant dans cette photo sont :

Le noir c'est la couleur du fond, pour faire une association égale entre le titre et l'image. Le blanc et jaune sont utilisés pour écrire des textes qui accompagnent la photo, plus le vert et le rouge qui occupent un grand espace dans celle-ci dont nous avons parlé de leur signification précédemment. D'ailleurs, la couleur dorée marquée par les deux étoiles signifie la gloire, encore indique que l'Algérie remporte deux fois la coupe d'Afrique.

### 5. 2. 1. 6. La lumière et l'éclairage

La photo est éclairée par une source lumineuse naturelle, c'est-à-dire la lumière du soleil. On distingue donc l'éclairage diurne (pendant le jour) éclairé directement la surface et les objets photographiés. Comme il permet de guider le regard des spectateurs vers les zones les plus éclairés aux zones moins éclairées.

### 5. 2. 2. Le message iconique

Cette photographie est d'un regard horizontal, elle représente à première vue le peuple algérien qui descend dans la rue (femmes, enfants et hommes) avec les couleurs du drapeau algérien pour exprimer sa fierté, sa joie et de recevoir les champions d'Afrique, ils agitant leurs mains vers eux pour les félicitent, d'autres captent des photos avec eux.

D'ailleurs, nous voyons les membres de l'équipe, ses uniformes sportives en couleur vert et blanc qui sont montés en haut du grand bus ouvert et font divers mouvements à saluer les gens. Le bus est décoré par des images des Fennecs (comme un hommage à eux) dans sa longueur horizontale avec des codes linguistiques en Arabe et en Berbère « Amazigh », indiquant l'abandonnement de la langue française et l'union national.

Au bas de la couverture, juste au centre nous voyons une photo d'un joueur algérien très célèbre (ZIDANE) qui lève le drapeau national pour exprimer son patriotisme et son affiliation avec l'Algérie. Au haut de la couverture, à gauche même à droite, nous apercevons deux photos en cercles présentant les joueurs BELAILI, MBOLHI et MAHREZ portent la coupe dorée, partagent leur bonheur avec le peuple.

L'arrière-plan est d'une couleur naturelle « le blanc », ce qui indique la lumière brillante du jour, au bas est d'une couleur noire qui désigne aussi une image floue.

### 5. 2. 3. Le message linguistique

Cette couverture comporte plusieurs codes linguistiques :

Tous d'abord, nous lisons en lettres capitales le logo : « UN SEUL HEROS : LE PEUPLE ». Il est mentionné avec une typographie neutre, en tant qu'il est organisé sur deux lignes : UN SEUL HEROS écrit en blanc symbole de paix, pureté ... Connote la suite du logo « LE PEUPLE » celui-ci s'étend sur toute la couverture attire l'attention du lecteur et attise sa curiosité, à ce point s'écrit en jaune : symbole de puissance, bonheur, joie, victoire et fête. Ce type de typographie est choisi pour faire apparaître l'opinion de l'auteur croise celle du lecteur. D'ailleurs, le logo véhicule nombreuses connotations, parmi lesquelles : Les Guerriers du désert offrent cette victoire à la peuple, précisément à ceux qui ont pris l'avion vers

## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

l'Égypte pour les soutenir, les joueurs à leur tour dédient ce trophée, après le match ils ont déclarés : « On a fait ça pour le peuple », « On a gagné pour nos supporters ». Ainsi, l'énoncé de l'entraîneur BELMADI : « LA COUPE EST REVENUE A LA MAISON » écrit en gros lettres blanc, ça veut dire qu'après avoir raté les coupes précédentes la coupe enfin revient aux Algériens.

Ces messages linguistiques vont compléter ce qui n'est pas dit dans la photo. Autrement dit, il joue la fonction de relais. Comme nous remarquons aussi la fonction d'ancrage où le texte explique ce qui est dit dans la photo.

### 5. 2. 4. Synthèse des interprétations

Après toutes ces interprétations des différents signes qui se trouvent dans cette photo nous constatons :

Tout d'abord, la photo et le texte doivent avoir le même état visuel que l'œil du spectateur capturant la photo. En effet, le message linguistique qui relie à la photo freine ces polysémies.

D'ailleurs, cette typographie du titre principal est soignée, elle fait la fréquence à la photo. Enfin, cette dernière illustre ce qui est écrit sur la couverture, elle renforce ces propos.

### 6. Synthèse générale des interprétations

À l'issue de l'analyse faite nous concluons que :

Les couvertures représentent le parcours de l'équipe nationale durant la coupe d'Afrique 2019, la première exprime le bonheur et la joie des joueurs lors du match du quart de finale, la deuxième inspire leur joie après l'accès à la finale, la troisième pour les encourager avant de passer ce match, la quatrième et la cinquième représentent le bonheur du joueurs avec leur peuple après le gagne.

Les couleurs utilisées dans les couvertures sont les mêmes, on pourrait croire qu'il s'agit d'un code : d'un part, représente le drapeau algérien et d'autre part, renvoie au logo de la CAN.

Nous remarquons la redondance des messages à partir de la répétition des signes/symboles et les codes linguistiques.

Ces couvertures ne prennent forme que par l'interaction des messages (linguistique, iconique et plastique) qui partagent une seule et même idée « remporter la CAN ».

## CHAPITRE III ANALYSE SEMIOLOGIQUE DE LA PHOTOGRAPHIE DE PRESSE

---

Ce troisième chapitre est consacré à la partie pratique, présentation et analyse des photos du corpus, nos analyses étant représentées dans une description de différents messages présents dans chaque photo. Pour le message iconique, nous avons analysé les choses que nous voyons et d'en explorer les diverses significations. Puis, le message plastique : c'est-à-dire la dimension esthétique pure, les choses de mise en forme (cadre, prise de vue, couleurs, lumières ...) et d'en interpréter la signification. Aussi, le message linguistique nous avons étudié les mots, leurs formes, disposition, police, couleurs, taille et leurs sens. Enfin, nous avons terminé par l'interprétation de ces messages.

# Conclusion

---



## CONCLUSION GENERALE

---

Pour conclure notre travail, nous avons essayé de comprendre comment se constituent les signes dans la photographie de presse. Autrement dit, répondre aux interrogations diverses composant notre problématique :

- Quels sont les éléments d'analyse sur lesquels nous nous appuyons pour décrypter la photographie de presse ?
- Les photos publiées dans les couvertures d'un journal portent-elles un sens particulier ?

Pour répondre à ces questions, nous avons suivi une lecture sémiologique de notre corpus constitué par cinq photos de couverture d'un grand journal sportif algérien. Pour montrer d'un part : Le rôle de la photographie et sa signification dans la presse écrite, d'autre part : L'utilité de la sémiologie dans l'interprétation de celle-ci. D'ailleurs, voir l'effet exercé par l'image fixe dans la communication journalistique. Pour ce faire, nous avons opté pour la sémiologie appliquée à l'image de MARTINE Joly.

❖ À l'issue de cette lecture sémiologique, nous avons pu relever les points suivants :

- Nous avons constaté que chaque couverture contient les mêmes périphériques du journal : « le nom, la date de parution, le site web, le prix et le numéro de tirage » situent toujours en haut sur une bande rouge ; aussi la thématique prend la même forme et presque la même position, en gros lettres blanc et jaune, pour identifier le journal et attirer grand nombre de lecteur.
- Ce qui concerne les éléments plastiques : « le support, le cadre, le cadrage, la prise de vue, la couleur et l'éclairage », se changent d'une couverture à une autre, Pour la rendre plus expressive. Sauf le support et les couleurs sont stables dans toutes les couvertures. Ils portent presque les mêmes valeurs.
- Nous avons déduit que la photographie a plusieurs significations et nombreuses interprétations, elle est polysémique, chaque personne peut l'interpréter et la comprendre de sa propre manière. Donc la sélection de celle-ci ce n'est par hasard, car le photographe choisit une photographie plus signifiante et représentative.
- Nous avons également constaté que chaque couverture porte un message spécifique. Les messages plastiques et iconiques jouent un rôle dans ce cas, Le message plastique s'articule sur les éléments plastiques de la photo son support, son cadrage, sa prise de vue ... Le sens de celle-ci se change si on change l'un de ses éléments. Quant au message iconique se constitue par les différents signes présents dans la photo, chacune renvoie à un contexte, un discours particulier.



## CONCLUSION GENERALE

---

- À travers les cinq couvertures analysées, nous avons constaté que la photographie occupe la première place sur la couverture car l'œil perçoit la photo avant le texte, alors il existe une relation étroite entre eux, ils sont complémentaires. Autrement dit, le message linguistique donne un sens et une interprétation propre à la photo, il oriente sa lecture et arrête sa chaîne flottante, en effet, qui consiste à dire ce qu'est difficile à montrer par la photo.

- Nous avons déduit que chaque couverture et la photographie en particulier, porte deux messages, le premier c'est le message plastique se compose de l'ensemble des éléments visuels qui ont un rapport référentiel avec l'objet. Quant au second, c'est celui qui est iconique s'appuie sur la dénotation, et le décodage de sens porté par les éléments visuels constituant le message plastique.

- Nous avons également déduit que l'interprétation du sens de chaque couverture se fait au niveau des trois messages : plastique, iconique et linguistique, qui sont en relation de complémentarité.

À la fin de cette recherche, nous constatons que notre intérêt personnel pour le sujet se confirme après l'analyse faite, nous avons découvert le rôle et la signification de la photographie dans la presse écrite, celle-ci joue un rôle très important dans le discours journalistique, lui rend un moyen d'expression et de communication plus efficace. Sans oublier le texte qui est à son tour un critère essentiel dans ces supports. Pour cela, nous dirons que nos hypothèses sont confirmées.

Enfin, nous constatons que notre travail n'est qu'un essai, une initiation à la recherche sur l'image. Car les champs de recherche sémiologique de celle-ci notamment la photo de presse est encore très vaste. Nous espérons que nous avons apporté quelques éclaircissements sur elle, comme nous espérons que ce travail donnera de nouvelles pistes de réflexions, et incite les futurs étudiants à une recherche plus vaste.

# Références bibliographiques

---

## REFERANCES BIBLIOGRAPHIQUES

---

### Corpus :

- [www.lebuteur.com](http://www.lebuteur.com) (Consulté le 03/04/2020).

### Ouvrages

- Charles Sandres PEIRCE, *Écrit sur le signe*, éd, Seuil, Paris, 1978.
- D. BOUNIS, polytech'Lille-LAAI, *Sémiologie de l'image*.
- Eco UMABERTO, *Le signe*, La Bor, Bruxelles, 1988.
- Eric BUYSSON, « La communication et l'articulation linguistique », Cité par G. MOUNIN. *Introduction à la sémiologie*, éd de minuit, 1970.
- Ferdinand DE SAUSSURE, *Cours de linguistique générale*, éd Payot (1914) 1995.
- Guy GAUTIER, *Vingt leçons sur l'image et le sens*, Médiathèque, le Havre, 1982.
- Jean CLAUDE DOMENJOZ, *L'approche sémiologique*, sans éd, 1998.
- KA/NG, *Introduction à l'analyse de l'image*, CFPT (Genève), mai 2014.
- Luc SAINT-HILAIRE, *L'importance des couleurs dans la publicité*, Université Laval, Laval 2011.
- Marc VAYER, *Faites-moi signes*, support de cours techno com. B.T.S. CVI 2008.
- Roland BARTHES, *L'aventure sémiologique*, éd Seuil, Paris, 1985.
- Roland BARTHES, *Éléments de sémiologie*, éd, Seuil, Paris, 1998.
- Roland BARTHES, *La chambre claire*, note de lecture, Henri PEYRE, Février 2003.

### Articles

- Joly MARTINE, *Introduction à la sémiologie de l'image*, Nathan, 1993.
- Joly MARTINE, *l'image et son interprétation* : Nathan. Coll. Nathan cinéma, 2002.
- Joly MARTINE, *Introduction à l'analyse de l'image*, 2002.
- Roland BARTHES, *Rhétorique de l'image*, *Communication*, N°4, Seuil, 1964.
- Roland BARTHES, *Rhétorique de l'image*, cité par Abd Enour GAHMOUSSE, la communication visuelle, image et langage. *Analyse sémiotique de l'image animé source : cas d'un vidéo publicitaire de Coca Cola (la publicité : du bonheur pour tous)*. Mémoire du Master (didactique et sciences du langage). Université Larbi Tébessi TEBRSSA.

## REFERANCES BIBLIOGRAPHIQUES

### Travaux Universitaires

- Dalila ABADI, « sémiologie de l'image », Cours 2<sup>ème</sup> année Master (Sciences Du Langage). Université Kasdi Merbah Ourgla.
- Miloud Sofiane BENALI, « Formation à distance des professeurs d'enseignement fondamental, cours 3<sup>ème</sup> année licence. École normale supérieurs des lettres et sciences humaines-BOUZAREA.
- Abd Enour GAHMOUSSE, la communication visuelle, image et langage. Analyse sémiotique de l'image animé source : cas d'un vidéo publicitaire de Coca Cola (la publicité : du bonheur pour tous). Mémoire du Master (didactique et science du langage). Université Cheikh Larbi Tébéssi, TEBESSA.
- M. BOUACHE NASREDINE, L'apport de l'image à la pédagogie du FLE dans le troisième palier : cas de première année du cycle moyen, Mémoire de Magistère, Univ de Constantine, 2006/2007.

### Dictionnaires

- *Dictionnaire, Larousse, de linguistique et des sciences du langage, 2007.*
- *Le Robert, dictionnaire historique de la langue française, 1993.*

### Sitographies

- Danielle. Chanterelle. Fr <question sur les arts et les signes (Consulté le 05/03/2020).
- <http://cinémaforum-easy.com/flopic2007-dénotation-connotation-image.html> (Consulté le 12/02/2020).
- <http://www.crdp.ac-grenoble.fr/medias/telech/echplan.rtf> (Consulté le 18/03/2020).
- PLATON, La république, traduit par Émile CHAMBRY, in wiki source. Org (Consulté le 22/01/2020).
- [www.larousse.fr/dictionnaires/Français/corpus/1941](http://www.larousse.fr/dictionnaires/Français/corpus/1941) (Consulté le 01/04/2020)
- [www.lebuteur.com](http://www.lebuteur.com) (Consulté le 03/04/2020).

# Annexes

---

Couverture n° 1 :



www.lebuteur.com (prise le 12 juillet 2019)



Couverture n° 2 :

De nos essais spéciaux en Egypte

29 ans après, les Verts disputeront une finale de Coupe d'Afrique

Algerie 2  
Nigeria 1

# PHÉNOMÉNAL !

www.lebuteur.com LUNDI 15 JUILLET 2019

## Le Buteur

QUOTIDIEN NATIONAL  
SPONSOR N° 1 DES PRES DE LA CA

1<sup>er</sup> **premier sportive**

**BENSEBAINI**  
«On est là pour soulever le trophée»

**FEGHOULI**  
«Le peuple veut la coupe, on se battra pour lui»

**BELAILI**  
«Objectif : remporter cette CAN»

**BELMADI** «UNE FINALE NE SE JOUE PAS, ÇA SE GAGNE !»

**MAGIC MAHREZ**  
«MAINTENANT, ON DOIT DÉCROCHER CETTE 2<sup>e</sup> ÉTOILE»

**GERNOT ROHR**  
«Un génie a fait la différence»

**BRAHIMI** «C'est le meilleur joueur africain»



**Condor**  
www.condor.dz

الدزائر في قلبنا  
و الخضراء في دماءنا

www.lebuteur.com (prise le 15 juillet 2019)



Couverture n° 3 :



www.lebuteur.com (prise le 19 juillet 2019)



Couverture n° 4 :



www.lebuteur.com (prise le 20 juillet 2019)



Couverture n° 5 :



www.lebuteur.com (prise le 21 juillet 2019)

## Résumé :

Les analyses sémiologiques de l'image fixes sont multiples, selon différentes approches. Dans ce travail de recherche nous avons essayé de dégager une analyse significative de la photographie de presse. Notamment, des couvertures d'un grand journal sportif algérien « Le Buteur ». En effet, nous avons essayé de mettre en évidence l'apport de la photographie dans la presse écrite, autant qu'un moyen d'expression et de communication, puisqu'elle est plus signifiante et représentatif du réel. En nous référant à la sémiologie appliquée à l'image de Martine Joly. Nous avons visé à faire l'interprétation des différents messages (plastique, iconique et linguistique) présents dans ces couvertures, qui font d'elles un langage et un pouvoir puissant et efficaces dans la communication journalistique. Nous avons conclu que la photographie c'est un en soi un texte expressif avec des connotations spécifiques qui reflètent la réalité car elle réduite nombreuses significations et implications.

**Les mots clés :** analyses sémiologiques, photographie de presse, couverture, , message (pastique, iconique et linguistique).

### ملخص:

تعتبر التحاليل السيميولوجية للصورة الثابتة متعددة وفقا لمناهج مختلفة، حاولنا عن طريق هذه المذكرة توضيح تحليل بليغ ومعبر للتصوير الصحفي، وعلى وجه الخصوص أغلفة جريدة رياضية جزائرية كبيرة "الهداف". كما حاولنا إبراز مساهمة الصورة الفوتوغرافية في الصحافة المكتوبة كوسيلة للتعبير والتواصل، كونها معبرة وأكثر تمثيلا للواقع. حيث اعتمدنا على سيميولوجيا الصورة لمارتن جولي كمرجع. كان هدفنا هو تفسير الرسائل المختلفة (بلاستيكية، إيقونية و لغوية) المتواجدة في هذه الأغلفة، والتي تجعل منها حوار ذو قدرة كبيرة وفعالة في التواصل الصحفي. استنتجنا أن الصورة الفوتوغرافية في حد ذاتها نص تعبيرى ذو دلالات معينة، تعكس الواقع فهي تختزل الكثير من المعاني والمضامين.

**الكلمات المفتاحية:** التحاليل السيميولوجية، التصوير الصحفي، صورة الغلاف، الرسائل (البلاستيكية، إيقونية واللغوية).

## Abstract:

The semiotic analysis of photography pictures is variant according to different methods. In this memoir we tried to explain a significant analysis of press photography, exactly the binding of an Algerian sport newspaper (El Hadaff) The Goaler, we tried to clarify the input of photography in the written press as an expression and communication instrument when we relied on photo semiotic of MARTIN Joly as a reference. Our goal was explaining the different messages (plastic, icon and linguistic) which are on those bindings and that makes them as an effective dialogue in journalism communication. We deduce that it is an expressive version with special significance that reflects reality; it contains too much meanings and expressions.

**Keywords:** semiotic analysis, press photography, binding, messages (plastic, icon and linguistic).