

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITÉ MOHAMED BOUDIAF - M'SILA

FACULTÉ DES LETTRES ET DES LANGUES
DEP DÉPARTEMENT DES LETTRES ET
LANGUE FRANÇAISE
N° :



DOMAINE : LETTRES ET LANGUES
ÉTRANGERES
FILIERE : LANGUE FRANÇAISE
SPÉCIALITÉ: SCIENCES DU LANGAGE

**Mémoire présenté pour l'obtention
du diplôme de Master Académique
Par :
CHAOUKI Oumaima et TAMER Soumia**

Intitulé

**Le statut de la femme algérienne dans les caricatures
des journaux d'expression française : analyse
sémiotique**

Soutenu devant le jury composé de :

NOM	et	Prénom	Grade	Qualité	Établissement
KHARCHI		Lakhdar	Pr	Président	Université de Msila
ZEBIRI		Abderrazek	MCA	Rapporteur	Université de Msila
HAMOUMA		Lamri	MAA	Examineur	Université de Msila

Année universitaire : 2023/2024

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITÉ MOHAMED BOUDIAF - M'SILA

FACULTÉ DES LETTRES ET DES LANGUES
DEP DÉPARTEMENT DES LETTRES ET
LANGUE FRANÇAISE
N° :



DOMAINE : LETTRES ET LANGUES
ÉTRANGÈRES
FILIERE : LANGUE FRANÇAISE
SPÉCIALITÉ: SCIENCES DU LANGAGE

Mémoire présenté pour l'obtention
du diplôme de Master Académique

Par :

CHAOUKI Oumaima et TAMEUR Soumya

Intitulé

Le statut de la femme algérienne dans les caricatures des
journaux d'expression française : analyse sémiotique

Soutenu devant le jury composé de :

NOM	et	Prénom	Grade	Qualité	Établissement
KHARCHI		Lakhdar	Pr	Président	Université de Msila
ZEBIRI		Abderrazek	MCA	Rapporteur	Université de Msila
HAMOUMA		Lamri	MAA	Examineur	Université de Msila

Année universitaire : 2023/2024

Dédicaces

Nous dédions ce travail aux membres de nos familles
ainsi qu'à tous nos amis.

Remerciements

Nous remercions le bon Dieu de nous avoir donné la chance et le courage pour terminer le présent travail. Nous adressons nos sincères remerciements à notre directeur de recherche Dr Abderrazek ZEBIRI pour ses précieuses orientations. Nous remercions également les membres de jury pour le temps consacré à la lecture et à l'évaluation de ce travail.

SOMMAIRE

Dédicaces	
Remerciements	
Introduction générale.....	7
CHAPITRE I: ETUDE CONCEPTUELLE DES TERMES DE BASE DANS UN CADRE THÉORIQUE	
Introduction	10
1.1Sémiologie ou Sémiotique ; Synonymes ou antonymes	10
1.2La définition de la notion du " signe "	14
1.3 . les types de signes selon Peirce	15
1.4 . Le signe linguistique selon F. De Saussure.....	15
1.5 . le signe non linguistique.....	17
1.6 . La sémiotique de l'image	18
Conclusion	19
CHAPITRE II: ANALYSE SÉMIOLOGIQUE DE LA CARICATURE ET REPRÉSENTATION CARICATURALE DU STATUT DE LA FEMME ALGÉRIENNE	
Introduction	22
1. De l'image à la caricature.....	22
2. définition de dessin	24
3. La Caricature	25
4. Transition de l'Image à la Caricature.....	30
5. Représentation caricaturale du statut de la femme algérienne	30
Conclusion	31
CHAPITRE III: ANALYSE DESCRIPTIVE ET INTERPRÉTATIVE DES CARICATURES	
Introduction	33
1. Corpus et méthode d'analyse.....	33
2.Le cadre méthodologique	34
3. Présentation du corpus.....	30
conclusion.....	49
Conclusion générale	52
Bibliographie.....	54

**INTRODUCTION
GÉNÉRALE**

Les quotidiens algériens d'expression française représentent une source d'informations aussi significatives que d'autres médias en termes de communications de faits d'actualité dans des rubriques sous forme d'articles. Par ailleurs, d'autres supports plus riches en informations et qui invitent le lecteur non seulement à dénoter le message et saisir le sens premier des signes mais à connoter les signes qu'ils soit graphiques ou iconiques; nous en citons la caricature qui est réalisée par des journalistes à partir d'image et/ou de propos dans l'intention de susciter non seulement l'attention du lecteur mais de le faire réfléchir sur un sujet d'actualité tel la représentation caricaturale des stéréotypes de femmes algériennes, *"La caricature est un miroir déformant de la société, où les femmes sont souvent représentées à travers des stéréotypes et des archétypes qui révèlent les tensions et les contradictions des rôles de genre.* Judith Williamson, *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*" (1978).

La caricature, en tant qu'outil de communication visuelle et de représentation sociale, offre une ombre et un miroir uniques pour examiner et comprendre les dynamiques culturelles, politiques et sociales d'une société donnée. Dans le contexte spécifique de l'Algérie, pays aux multiples angles où se mêlent tradition et modernité, la caricature des journaux quotidiens d'expression française constitue un espace privilégié pour observer les perceptions, les représentations et les stéréotypes de femmes.

L'Algérie, riche de son histoire, de son relief et de sa diversité culturelle, a connu, depuis son indépendance une évolution significative du statut de la femme au sein de la société. Dans ce contexte en évolution constante, la caricature des journaux quotidiens offre une fenêtre sur les représentations sociales de la femme algérienne en termes de statut. En analysant ces caricatures, il est possible d'explorer les stéréotypes de femmes au foyer, de femmes émancipées, de femmes musulmanes, de femmes objet et de femmes politiques. Ce sont les types récurrents de femmes algériennes qui dominent la sphère sociale.

Notre présente recherche sociolinguistique vise à réaliser une étude sémiotique appliquée approfondie du statut de la femme algérienne tel qu'il est représenté dans la caricature des journaux quotidiens d'expression française en Algérie. Plus spécifiquement, nous chercherons à :

- Analyser les principaux thèmes et motifs transcrits dans des journaux quotidiens algériens d'expression française, associés à la représentation de la femme dans la caricature algérienne.
- Examiner les stratégies sémiotiques utilisées pour véhiculer des messages sur le statut et les rôles qu'exercent les femmes en Algérie.

- Décrire d'une manière dénotative et connotative les supports sélectionnés (caricatures) tout en dégagant le signifié et le signifiant.
- Dégager le mythe et le contexte relatif de chaque caricature.

Notre première optique à travers cette recherche est de: contribuer à une compréhension des représentations du statut de la femme algérienne dans les médias algériens en décrivant des méthodes d'analyse sémiotique de notre corpus de caricatures sélectionnées et à susciter une réflexion sur les rôles que peut jouer les femmes dans la société algérienne "*La caricature est une arme de la satire, mais aussi un miroir ironique de nos préjugés et de nos valeurs. Elle nous force à réfléchir sur nous-mêmes et sur la société dans laquelle nous vivons.*" Michael Kimmelman.

La caricature des femmes dans les journaux quotidiens d'expression française en Algérie est un domaine complexe et chargé de significations plus péjoratives que mélioratives. Elle reflète souvent les normes sociales, les stéréotypes de genre et les dynamiques de pouvoir prévalant dans la société. Face à cette réalité, il est pertinent de s'interroger :

Comment la sémiotique peut-elle nous aider à comprendre la représentation du statut de la femme algérienne à travers la caricature et quel est l'effet produit sur les différents plans sociaux ?

Dans le cadre de cette étude sur la caricature des femmes dans les journaux quotidiens d'expression française en Algérie, plusieurs hypothèses émergent pour guider notre analyse sémiotique. Ces hypothèses offrent des pistes de réflexion pour comprendre les représentations sociales et symboliques du statut de la femme. Nous examinerons de près ces hypothèses tout au long de notre étude, afin d'approfondir notre compréhension des mécanismes sous-jacents à la construction des images des femmes dans la caricature algérienne.

Le statut de la femme algérienne représenté sous forme de caricatures dans les journaux quotidiens algériens transmettrait une image satirique de la valeur de la femme dans une société en pleine évolution. Nous supposons que ces représentations caricaturales ne seraient pas seulement des produits artistiques, mais également des reflets de la sauvegarde des valeurs traditionnelles et paradoxalement l'émancipation de la femme, contribuant ainsi à renforcer ou à remettre en question les images stéréotypiques du statut de la femme en vigueur.

Les choix sémiotiques, tels que les codes visuels, conique ou graphiques, les symboles et les métaphores, joueraient un rôle crucial dans la représentation du stéréotype des femmes algériennes et dans la transmission des messages sociaux sur leur statut.

CHAPITRE I
ETUDE CONCEPTUELLE DES TERMES
DE BASE DANS UN CADRE
THÉORIQUE

Introduction

Dans l'étude des systèmes de signes, deux disciplines centrales se démarquent : la sémiologie et la sémiotique. Ces termes, souvent utilisés de manière interchangeable, requièrent une clarification pour appréhender leurs spécificités et interrelations. Ce chapitre s'efforce de démêler les nuances entre sémiologie et sémiotique en examinant leur étymologie et en distinguant leurs approches respectives. Nous aborderons d'abord les définitions fondamentales des concepts de sémiologie et de sémiotique, en mettant en lumière la distinction entre sémiologie significative et sémiologie communicative.

L'étude des signes, au cœur de ces disciplines, est cruciale pour comprendre la façon dont ils fonctionnent et se manifestent dans différents contextes. Nous proposerons une définition approfondie de la notion de "signe" et explorerons les typologies de signes selon Charles Sanders Peirce, distinguant l'indice, l'icône et le symbole. Par ailleurs, nous examinerons la conception du signe linguistique selon Ferdinand de Saussure, avec ses caractéristiques d'arbitraire, de conventionnalité et de linéarité.

L'analyse ne se limite pas aux signes linguistiques ; les signes non linguistiques, tels que les signes iconiques et plastiques, jouent également un rôle important dans la communication visuelle. En particulier, la sémiotique de l'image sera explorée pour comprendre comment les images peuvent être significatives et communicatives, en examinant la cohérence entre texte et image.

Ce chapitre vise donc à fournir une vue d'ensemble complète et structurée des concepts clés en sémiologie et sémiotique, ainsi que des typologies de signes, pour offrir une base solide pour l'analyse des systèmes de signes dans divers contextes de communication.

1.1 . Sémiologie ou Sémiotique : Synonymes ou antonymes ?

Selon COURTÉS : « la sémiotique générale permet, à l'aide des mêmes concepts et méthodes, de décrire, en principe, tout produit et tout système de signes : textes, images, productions multimédia, signaux routiers, modes, spectacles, vie quotidienne, architecture, etc. » (COURTÉS, 1991, p. 40)

Donc la sémiotique générale offre la possibilité de décrire, en théorie, tout type de produit ou système de signes, qu'il s'agisse de textes, d'images, de productions multimédia, de signaux routiers, de modes, de spectacles, de la vie quotidienne, d'architecture, etc., en utilisant les mêmes concepts et méthodes.

Selon l'ouvrage de « Des sémiotiques spécifiques ou particulières (du texte, du texte littéraire, de l'image, du multimédia, etc.) permettent de tenir compte des particularités de chaque système de signes ». (EVERAERT-DESMEDT, 1990, p. 33)

Notre chapitre se situe pour l'essentiel en sémiotique générale. Saussure et Peirce sont, à peu près à la même époque mais indépendamment, les deux fondateurs de la sémiotique. Chacun a donné naissance à l'un des deux courants principaux en sémiotique. Le tableau ci-dessous présente quelques-unes des caractéristiques de ces deux courants.

	SÉMIOTIQUE D'INSPIRATION PEIRCIENNE	SÉMIOTIQUE D'INSPIRATION SAUSSURIENNE
Fondateur	Charles Sanders Peirce (1839-1914)	Ferdinand de Saussure (1847-1913)
Discipline-mère	philosophie (logique formelle)	linguistique
Structure du signe	representamen, interprétant, objet triadisme	signifiant, signifié triadisme dyadisme

Tableau 01 : Les deux grands courants sémiotiques . (EVERAERT-DESMEDT, 1990, p. 90)

1.1.1.Étymologie des concepts : sémiologie et sémiotique

Selon EVERAERT : « Du point de vue étymologique, les deux étiquettes lexicales « sémiologie et sémiotique » dérivent du grec « sémeion » qui signifie « signe ». Cette convergence étymologique aide, du point de vue méthodologique, à définir les deux sciences comme étant des théories ou des méthodologies dont l'objectif principal est l'étude des signes. Du point de vue historique, l'emploi du terme sémiologie a précédé celui de sémiotique. Nous pouvons remonter le terme sémiologie jusqu'à l'antiquité grecque, en référence à une discipline médicale qui vise à interpréter les symptômes par lesquels se manifestent les différentes maladies (la sémiologie ou la symptomatologie) » (EVERAERT-DESMEDT, 1990, p. 44)

Donc les termes "sémiologie" et "sémiotique" proviennent tous deux du grec "sémeion", signifiant "signe". Cette origine commune permet, d'un point de vue méthodologique, de définir ces deux disciplines comme des théories ou des méthodes ayant pour principal objectif l'étude des signes. Historiquement, le terme "sémiologie" a été utilisé avant celui de "sémiotique". On peut retracer l'usage de "sémiologie" jusqu'à l'Antiquité grecque, où il désignait une discipline médicale consacrée à l'interprétation des symptômes révélant diverses maladies (la sémiologie ou symptomatologie).

Le terme sémiotique, il semble être utilisé, pour la première fois, par le philosophe John Locke (1632-1704) sous le nom de « sémiotiké » au sens de « connaissances des signes «je crois qu'on peut diviser la science en trois espèces. [...] La troisième peut être appelé sémiotique ou la connaissance des signes [...] ».

Alors j.Lokes pense que la science peut être divisée en trois catégories. [...] La troisième peut être appelée sémiotique ou science des signes. Les deux concepts de sémiologie et de sémiotique furent, par la suite, réutilisés par des chercheurs de traditions scientifiques différentes : l'un classé dans la tradition européenne dont le précurseur est Ferdinand de Saussure, l'autre dans la tradition anglo-saxonne dont le diffuseur est Charles Sanders Peirce. Ainsi, la tradition européenne ou les sémiologues de la tradition saussurienne privilégient le terme de « sémiologie » au détriment de « sémiotique ».

Selon FOUQUIER : « la sémiologie saussurienne s'est attachée plus particulièrement à mettre en évidence l'étiologie verbale des effets de sens, tandis que la tradition américaine, dans le sillage de Peirce, soulignait la dimension logico-cognitive des signes. » (FOUQUIER, 1984 , p. 127)

1.1.2 . La sémiologie

Pour Saussure la sémiologie est « la science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociales »

(De Saussure, 2002, p. 224)

A partir de cette définition , la linguistique serait une partie de la science générale qui étudie tous les systèmes de signes .

La sémiologie a vu le jour à partir des travaux du logicien américain C. S. Pierce et du linguiste suisse F. de Saussure , aux début du 20e . Pour le premier , elle est baptisée " sémiotique " en anglais , reprise en français sous le terme de " sémiotique " . Pour le deuxième , il la baptisa sémiologie . En effet , cette discipline puise son origine étymologique du terme gree << semion >>> qui désigne une discipline médicale qui s'intéresse à l'étude des symptômes des différentes maladies . Depuis son apparition , la sémiologie n'a pas cessé de susciter l'intérêt de nombreux linguistes .

1.1.3 . La sémiotique

Selon KLINKENBERG J. M : « la sémiotique, comme nous l'entendons, est une manière de pratiquer les sciences de l'homme, un ensemble de concepts et de références qui depuis l'aube du XX^e siècle marque les études de littéraires, linguistiques, anthropologiques,

philosophiques et esthétiques, et qui tend à traiter ces disciplines comme des parties d'un tout offrant, malgré leurs différences, une certaine cohérence à la fois méthodologique et ontologique.» (KLINKENBERG, 1996, p. 23)

Ontologiquement parlant, il s'agit d'étudier le sens et ses manifestations dans la communication, c'est-à-dire à travers les multiples registres de signes qui existent dans les cultures. La réalité du sens est liée à celle de l'esprit humain, au langage et aux autres moyens de communication qui connectent les esprits et font que les êtres humains partagent des idées et des émotions, des interprétations de la vie et des projets d'action dans la vie. L'ontologie du sens coïncide avec celle du monde vécu (Lebenswelt, life world, « monde de la vie », que la phénoménologie a dégagée du monde purement physique. Le sens est un phénomène vécu et intersubjectif, un contenu mental potentiellement ou réellement partagé.

Méthodologiquement parlant, selon EVERAERT: « il s'agit de prendre en compte que l'objet d'étude constitue une unité faite de formes signifiantes et des contenus qu'elles signifient, sur le fond de la disposition sémantique générale de l'esprit (mind) et des conditions spécifiques imposées par un savoir et un contexte partagés. La modélisation de ces unités signifiantes et sémantiques est au centre des activités analytiques de la sémiotique » (EVERAERT-DESMEDT, 1990, p. 44)

1.1.4 . La sémiologie significative et la sémiologie communicative

Selon BUYSENS. E : « La sémiologie de la Communication étudie uniquement le monde des signes, par exemple l'étude des systèmes de vêtements de deuil ou de la canne blanche de l'aveugle (système à un seul signe ou signe isolé). Représentants éminents : Georges Mounin, Éric Buysens, Louis Prieto. La sémiologie de la Communication a étudié : le code de la route, les signaux ferroviaires maritimes et aériens, le morse, les sonneries militaires, les insignes, les langages machine, la notation musicale, le langage de la chimie, des ordinateurs, les langues parlées, sifflées, le tam-tam... Ces objets d'études sont des systèmes de signes conventionnels et précis ». (BUYSENS, 1970, p. 13)

La sémiologie de la Signification n'a pas d'a priori, elle étudie signes et indices, sans se préoccuper de la distinction. Roland Barthes est l'initiateur de ce courant. Elle s'intéresse à tout objet en tant que signifiant en puissance ; d'où ses objets d'études ne se limitent pas à des systèmes de communication intentionnels. Elle peut donc interpréter des phénomènes de société et la valeur symbolique de certains faits sociaux. Le sports, par exemple, en tant que combat moral, ou encore les publicités commerciales. La sémiologie de la signification se rapporte donc à l'univers de l'interprétation et du sens, et non du code et de la communication.

1.2 . La définition de la notion du " signe "

La définition du signe pose un certain nombre de problèmes au vu des diverses approches sémiotiques. La définition la plus générale, qui par conséquent sera susceptible de satisfaire le plus grand nombre d'approches théoriques, est que le signe est quelque chose qui est mis à la place de quelque chose d'autre.

A partir de RASTIER : « Ce terme introduit par F. de Saussure pour désigner l'unité (généralement appelée mot) qui se combine à d'autres et forment ensemble la langue. Saussure précise que le signe linguistique est une entité psychique à deux faces indissociables :

- **Le signifiant** : C'est le symbole graphique ou l'image acoustique, c'est-à-dire la suite de phonèmes qui constituent l'aspect matériel du signe.

- **Le signifié** : C'est le concept ou l'idée que représente le signe.

Le signifiant et le signifié sont des réalités psychiques inséparables qui peuvent être fixées dans des images conventionnelles à l'aide de l'écriture. » (RASTIER, 2005, p. 11)

1.2.1 . Qu'est - ce qu'un signe?

Selon le dictionnaire de la linguistique et des sciences le signe est défini comme un élément A, de nature différente, n substitué d'un élément B. Le signe peut tout d'abord être synonyme d'indice ; l'indice (ou signe) est un phénomène, généralement naturel, immédiatement perceptible, qui nous informe d'un autre phénomène non immédiatement perceptible.

« Le signe, au sens le plus général, désigne, tout comme le symbole, l'indice ou le signale, un élément A, de nature diverse n substitut d'un élément B. Signe peut d'abord être un équivalent d'indice ; l'indice (ou signe) est un phénomène, le plus souvent naturel, immédiatement perceptible, qui nous fait connaître quelque chose au sujet d'un autre phénomène non immédiatement perceptible » (Larousse, 2002, p. 430)

Umberto Eco dans son ouvrage confirme que le signe est une chose matérielle, une figure ou un son perceptible qui représente une chose absente ou impossible à percevoir et qui sert soit à la rappeler à l'esprit, soit à se combiner avec d'autres signes pour réaliser une opération : « un objet matériel, figure ou son perceptible tenant lieu d'une chose absente ou impossible de percevoir, et servant soit à la rappeler à l'esprit, soit à se combiner avec d'autres signes pour effectuer une opération.»

Selon lui la présence du signe est fréquente dans notre quotidien, nous le percevons comme (une couleur, un objet, les gestes...) afin de mettre en avant une autre entité abstraite.

En somme, le signe est une entité qui symbolise une autre entité, qu'elle soit concrète ou abstraite, afin de transmettre un sens. Ainsi, il constitue le fondement de toute communication humaine, ainsi que la sémiologie.

1.3 . les types de signes selon Peirce

1.3.1.L'indice

C'est un signe qui est en relation de contiguïté (voisinage) avec une réalité extérieure. L'indice est un phénomène perceptible qui nous fait connaître quelque chose sur un autre phénomène non perceptible. Il est généralement émis sans une volonté de communication, son mode de déchiffrage est la déduction.

- La fumée est l'indice du feu.
- La couleur sombre du ciel est l'indice d'un orage.
- Les larmes sont l'indice de la tristesse

1.3.2.L'icône

C'est un signe qui est en rapport de ressemblance avec la réalité extérieure, il présente les mêmes propriétés que l'objet en question. Le mode de déchiffrage de l'icône est l'analogie.

Ex : - Les photos.

- Les dessins.
- Les onomatopées : tic-tac, boom, etc.
- Les écritures idéogrammatiques antiques comme le hiéroglyphe.

1.3.3 . Le symbole

C'est un signe où le rapport entre le représentant et le représenté est conventionnel. Le symbole est créé avec une volonté de communication, son mode de déchiffrage est le décodage. Ex : Le signe linguistique (les mots de la langue).

1.4 . Le signe linguistique selon F. De Saussure

Ferdinand de Saussure a défini précisément le terme du signe linguistique comme un signe linguistique qui ne rassemble pas un objet et un nom, mais plutôt un concept et une image sonore [...] Ainsi, le signe linguistique est une entité psychique double [...] Nous suggérons de maintenir le

terme "signe" pour désigner le total, et de substituer respectivement les mots "concept" et "image acoustique" par "signifiant" et "signifié".

« Le signe linguistique unit non une chose et un nom, mais un concept et une image acoustique [...] Le signe linguistique est donc une entité psychique à deux faces [...] Nous proposons de conserver le mot signe pour désigner le total, et de remplacer concept et image acoustique respectivement par signifié et signifiant ».

Ainsi, on peut affirmer que le signe linguistique est l'union de deux éléments incontournables. L'un est immatériel (conceptuel) qui fait référence au signifié, tandis que l'autre est matériel (image acoustique, représentation mentale sensorielle) qui fait référence au signifiant.

Selon Roland Barthes confirme : *« un signe réunion d'un signifié et d'un signifiant à la façon du recto et verso d'une feuille de papier ou encore d'une image acoustique et d'un concept jusqu'à ce que Saussure trouvait les mots : signifiant et signifié »* (Barthes, 1964)

1.4.1 . Le signe arbitraire

Selon F. de Saussure, le lien qui unit le signifiant au signifié est arbitraire, autrement dit, il n'est pas naturel. Par exemple, il n'y a pas de relation réelle entre le concept de « lune » et les phonèmes qui forment son signifiant. Ce même concept peut être représenté dans d'autres langues par des signifiants différents : moon en anglais, قمر en arabe, tsuki en japonais. Donc, le lien qui unit le signifiant au signifié est conventionnel.

1.4.2.Le signe conventionnel

Selon BAYLON.C : « les signes conventionnels sont des symboles qui donnent des informations sur les cartes. Ils sont normalisés et simple, de sorte que vous les reconnaissez immédiatement ».

(BAYLON.C & FABRE.P, 2005, p. 77)

Les signes conventionnels ont des ressemblances avec les lettres: Si vous voulez lire un livre, vous devez donc connaître les lettres et pouvoir les lire. Elles sont similaires avec les signes conventionnels: Si vous voulez lire une carte pour vous faire une idée du paysage, alors vous devez connaître les signes conventionnels les plus importants. Alors seulement vous pourrez vous orienter rapidement avec une carte. Les participants à une course d'orientation doivent savoir très bien lire les signes conventionnels, de sorte qu'ils soient efficaces et rapides.

1.4.3.Le signe linéaire

Selon Chiss. J-L, Filliolet.J, Maingueneau.D : « *Le signifiant, qui se constitue d'une suite de phonèmes placés les uns après les autres, se déroule sur la chaîne du temps. Ainsi, les signes se succèdent et forment la chaîne parlée, cette structure linéaire est alors analysable* ».

(CHISS.J-L, FILLIOLET.J, & MAINGUENEAU.D, 2001, p. 89)

1.5 . Le signe non linguistique

La sémiologie est la discipline qui se penche sur les systèmes de communication, qu'ils soient linguistiques ou non. Ce n'est pas seulement la langue que l'homme utilise dans ses interactions avec autrui. On dit que l'homme utilise les mots lorsque le reste a échoué. En effet, il existe d'autres signes qui peuvent influencer les messages que l'homme souhaite transmettre verbalement, tels que les signes gustatifs, tactiles, olfactifs, gestuels, ainsi que les signes iconiques et les signes audio-visuels.

1.5.1 . Les signes iconiques

Les signes iconiques sont des représentations visuelles qui ressemblent directement à ce qu'ils représentent. Contrairement aux signes linguistiques, où la relation entre le signifiant et le signifié est arbitraire, les signes iconiques reposent sur une similitude visuelle avec l'objet ou le concept qu'ils symbolisent. Ferdinand de Saussure a décrit ces signes comme des images visuelles qui "*donnent une idée immédiate de l'objet auquel ils se réfèrent*" .(Saussure, 1916)

Par exemple, une photographie d'une maison est un signe iconique, car elle ressemble visuellement à une maison réelle. De même, les icônes sur des panneaux de signalisation routière ou sur des interfaces graphiques sont des signes iconiques, car leur forme est conçue pour être facilement reconnaissable et intuitive pour un large public.

Les signes iconiques sont cruciaux dans la communication visuelle, où leur capacité à transmettre un message rapidement et sans ambiguïté est essentielle. Par exemple, Umberto Eco a souligné que "*les signes iconiques, bien que fondés sur la ressemblance, ne sont jamais entièrement naturels ; ils sont culturellement déterminés*" (Eco U. , 1976). Cela signifie que même les signes iconiques sont interprétés en fonction du contexte culturel dans lequel ils sont utilisés.

1.5.2 . Les signes plastiques

Les signes plastiques, quant à eux, transmettent des messages à travers des éléments formels tels que la couleur, la forme, la texture, et la composition visuelle. Ces signes sont souvent abstraits et ne dépendent pas nécessairement d'une ressemblance directe avec un objet ou un concept particulier. Roland Barthes a mentionné que "*les signes plastiques sont porteurs de significations qui ne sont pas réductibles à une simple représentation visuelle ; ils participent d'une sémantique plus complexe*" (Barthes, 1964)

Par exemple, dans l'art abstrait, des formes et des couleurs spécifiques peuvent évoquer des émotions ou des idées sans représenter directement quoi que ce soit de reconnaissable. Dans le domaine du design graphique, les signes plastiques jouent un rôle clé, notamment dans la création de logos ou de marques visuelles qui communiquent une identité ou une philosophie d'entreprise sans nécessiter de texte explicatif. Comme l'a observé Gilles Deleuze, "*les signes plastiques transcendent la simple esthétique pour devenir des vecteurs de communication visuelle*" (Deleuze & Bacon, 1981)

1.6 . La sémiotique de l'image

La sémiotique de l'image, un domaine développé par des penseurs comme Roland Barthes, analyse la manière dont les images, en tant que systèmes de signes, produisent du sens. Selon Barthes, "*l'image est un message sans code, mais elle est toujours lue à travers des codes culturels*" (Barthes, 1977). Les images ne sont pas simplement des représentations visuelles ; elles fonctionnent comme des textes visuels complexes, possédant leurs propres grammaires et structures.

1.6.1.L'image significative

L'image significative est une image qui véhicule un sens précis, souvent lié à un contexte culturel ou symbolique spécifique. Les symboles visuels tels que les drapeaux nationaux ou les icônes religieuses en sont des exemples. Ces images possèdent une charge sémantique qui dépasse leur simple apparence visuelle. Par exemple, Charles Sanders Peirce, dans sa théorie des signes, classifie ces images comme des "*icônes*" en raison de leur capacité à évoquer un objet ou une idée par leur similitude visuelle . (Peirce, 1931).

1.6.2 . L'image communicationnelle

L'image communicationnelle est conçue pour transmettre un message clair et direct à un public spécifique. Ces images sont souvent utilisées dans la publicité, les médias, et la communication de masse. R. Barthes a souligné que "*l'image publicitaire, en tant que système de*

signes, est construite pour maximiser l'efficacité du message en jouant sur des codes culturels partagés" . (Barthes, Image, Music, Text, 1977)

L'image communicationnelle est donc non seulement un moyen de capter l'attention, mais aussi de guider l'interprétation du message de manière presque instantanée.

1.6.3 . La cohérence : texte / image

La cohérence entre texte et image est essentielle pour assurer l'efficacité de la communication. Comme le souligne Saussure, "*le signe est l'association du signifiant et du signifié, de la même manière, le texte et l'image doivent être en harmonie pour produire un sens complet*" (Saussure, 1916) . Dans un contexte publicitaire ou médiatique, une image peut renforcer un texte ou vice versa, mais la dissonance entre les deux peut également être utilisée de manière stratégique pour susciter une réflexion ou une réponse émotionnelle particulière. Cette relation dynamique entre texte et image est au cœur de nombreuses stratégies de communication moderne.

Conclusion

L'étude de la sémiologie et de la sémiotique, en tant que disciplines distinctes mais complémentaires, révèle la complexité des systèmes de signes utilisés pour communiquer et interpréter le monde qui nous entoure. En explorant d'abord l'étymologie et la définition de ces deux termes, nous avons vu que la sémiologie, souvent associée à la linguistique, et la sémiotique, plus largement appliquée aux systèmes de signes en général, sont parfois considérées comme synonymes, bien que des distinctions subtiles existent entre elles.

L'analyse de la notion de signe, fondamentale pour ces deux disciplines, nous a permis de comprendre comment différents types de signes – qu'il s'agisse d'indices, d'icônes ou de symboles, selon la classification de Peirce – jouent un rôle clé dans la création et l'interprétation du sens. La contribution de Ferdinand de Saussure à la compréhension du signe linguistique, en particulier avec ses concepts de signifiant et signifié, a jeté les bases de la linguistique moderne et a ouvert la voie à des explorations plus approfondies des signes non linguistiques.

La discussion sur les signes non linguistiques, incluant les signes iconiques et plastiques, a mis en lumière comment ces éléments visuels et abstraits peuvent communiquer des messages puissants sans recours au langage verbal. Enfin, la sémiotique de l'image nous a permis de comprendre l'importance de l'image en tant que système de signes, capable de véhiculer des significations complexes par le biais de l'image significative et de l'image communicationnelle, tout en soulignant l'importance de la cohérence entre texte et image.

L'étude de ces systèmes de signes, à travers la sémiologie et la sémiotique, nous donne des outils précieux pour décoder les messages qui nous entourent, renforçant ainsi notre compréhension du monde et de ses multiples significations.

CHAPITRE II

ANALYSE SÉMIOLOGIQUE DE LA

CARICATURE ET REPRÉSENTATION CARICATURALE

DU STATUT DE LA FEMME ALGÉRIENNE

Introduction

La caricature, en tant qu'art et forme de communication, occupe une place unique dans le paysage visuel et culturel. Elle se distingue par sa capacité à condenser des idées complexes en représentations visuelles exagérées et souvent comiques. Ce chapitre explore les diverses facettes de la caricature, en utilisant les outils de l'analyse sémiologique, principalement inspirés par Roland Barthes, pour comprendre comment cette forme d'art véhicule des significations multiples et souvent contradictoires.

Selon Barthes, chaque image fonctionne sur deux niveaux de signification : la dénotation, qui correspond à la représentation directe des éléments visuels, et la connotation, qui englobe les significations culturelles et idéologiques associées. La caricature, par son recours à l'exagération et à la distorsion, opère souvent à la croisée de ces deux niveaux, mettant en lumière des aspects souvent cachés ou absents des discours traditionnels. En amplifiant les traits caractéristiques des sujets, la caricature ne se contente pas de reproduire la réalité ; elle la critique, la déforme, et parfois même la parodie.

Ce chapitre s'appuie également sur d'autres approches sémiologiques pour enrichir la compréhension de la caricature. En examinant les codes visuels et les mythes culturels, nous chercherons à déchiffrer comment la caricature fonctionne comme un outil de satire et de commentaire social. Nous explorerons comment les éléments visuels sont manipulés pour transmettre des messages complexes et comment ces messages résonnent au sein des discours culturels et politiques plus larges.

1. De l'image à la caricature

L'image et la caricature sont deux formes de représentation visuelle qui, bien que similaires en apparence, diffèrent grandement dans leurs intentions et leur impact.

1.1 L'Image : Une image, dans le sens général, cherche souvent à représenter la réalité de manière fidèle ou stylisée. Elle peut être une photographie, une peinture, un dessin, ou toute autre forme de représentation visuelle. Les images peuvent capturer la beauté, l'émotion, ou l'essence d'une scène, d'une personne, ou d'un objet. Elles ont souvent une fonction descriptive ou narrative, cherchant à informer, à documenter, ou à évoquer des sentiments.

L'image est un concept qui a été défini et analysé de manière variée par différents linguistes et théoriciens. Voici quelques définitions et perspectives notables sur l'image :

Chapitre II : Analyse sémiologique de la caricature et représentation caricaturale du statut de la femme algérienne

a. Roland Barthes (Sémiologue et critique littéraire)

Barthes distingue deux niveaux de signification dans une image : le "dénoté" et le "connoté". L'image dénotée est ce que l'on voit immédiatement, une représentation directe de la réalité, tandis que l'image connotée est riche de significations culturelles, sociales ou idéologiques qui sont associées à l'image. Pour Barthes, l'image est un système de signes qui peut être lu et interprété, de la même manière qu'un texte.

b. Charles Sanders Peirce (Sémioticien)

Peirce considère l'image comme une "icône", c'est-à-dire un signe qui représente son objet par similitude. Dans sa théorie des signes, il distingue trois types de signes : les icônes, les indices et les symboles. Une image est une icône parce qu'elle ressemble à ce qu'elle représente. Cependant, Peirce note que même les icônes peuvent être interprétées différemment en fonction du contexte ou de l'expérience du spectateur.

c. Umberto Eco (Sémioticien et écrivain)

Pour Eco, l'image est une forme de "texte visuel" qui peut être déchiffré et interprété comme un texte écrit. Il soutient que les images ont une grammaire et une syntaxe qui permettent une lecture structurée. Eco insiste sur l'idée que l'interprétation d'une image est influencée par la culture et le contexte du spectateur, rendant ainsi l'image polysémique (ayant plusieurs significations).

d. Groupe μ (Collectif de sémioticiens belges)

Dans leur ouvrage "Rhétorique de l'image" (1977), le Groupe μ explore l'image en tant que système rhétorique. Ils proposent que l'image peut être analysée selon les figures de rhétorique classiques (métaphore, métonymie, synecdoque, etc.), ce qui montre que l'image, tout comme le langage, peut véhiculer des messages complexes et subtils.

e. Jacques Aumont (Théoricien du cinéma)

Jacques Aumont définit l'image comme un "dispositif de représentation" qui n'est jamais purement objectif. Pour lui, l'image est toujours méditée par une intention, qu'elle soit artistique, documentaire, ou commerciale. Il souligne également que la perception de l'image est influencée par les attentes, les désirs et l'imaginaire du spectateur.

f. Jean-Jacques Wunenburger (Philosophe)

Wunenburger, dans ses travaux sur l'imaginaire, conçoit l'image comme une "médiation entre le réel et l'imaginaire". Il considère que l'image est un moyen par lequel les individus projettent leurs fantasmes, leurs désirs et leurs craintes. Ainsi, l'image n'est pas simplement une représentation de la réalité, mais un vecteur de l'imaginaire collectif et individuel.

Ces perspectives montrent que l'image est un concept riche et complexe, qui peut être abordé sous des angles sémiotiques, rhétoriques, philosophiques, et culturels. Les définitions varient selon le cadre théorique et les intentions de chaque penseur.

2. définition de dessin

Un dessin est une forme de représentation visuelle réalisée principalement à l'aide de lignes sur une surface. Il peut être créé avec divers outils, comme un crayon, un stylo, du charbon, ou des outils numériques, et peut être fait sur des supports variés tels que du papier, une toile, ou un écran.

2.1. Principales Caractéristiques du Dessin :

a. Lignes et Contours :

- Les lignes sont les éléments de base d'un dessin, utilisées pour définir les contours, les formes et les détails d'un sujet.

b. Proportions et Perspectives :

- Le dessin implique souvent l'utilisation de techniques pour représenter les proportions correctes des objets et créer l'illusion de la profondeur et de la perspective.

c. Ombres et Lumières :

- Des techniques comme les hachures (lignes parallèles ou croisées) et l'estompe permettent de représenter les ombres et les lumières, ajoutant de la profondeur et du volume au dessin.

d. Fonctionnalité :

- **Esquisse** : Le dessin est fréquemment utilisé pour faire des esquisses ou des croquis préparatoires avant de créer une œuvre plus aboutie.
- **Expression Artistique** : Il peut aussi être une œuvre d'art à part entière, exprimant des idées, des émotions ou des concepts.

Chapitre II : Analyse sémiologique de la caricature et représentation caricaturale du statut de la femme algérienne

- **Communication** : Les dessins servent également à illustrer des concepts, des idées, des plans (comme en architecture) ou des phénomènes scientifiques.

2.2 Types de Dessins :

- **Croquis** : Un dessin rapide, souvent utilisé pour capturer une idée ou une impression.
- **Dessin d'Observation** : Représentation fidèle de la réalité, basée sur l'observation directe.
- **Dessin Technique** : Dessin précis utilisé dans des domaines comme l'architecture ou l'ingénierie.
- **Dessin Artistique** : Utilisé pour exprimer la créativité, souvent plus stylisé ou abstrait.

En résumé, le dessin est une forme de création visuelle qui peut servir à la fois d'outil d'expression personnelle et de moyen de communication technique ou scientifique.

3. La Caricature

La caricature, en revanche, est une forme d'image qui exagère ou déforme certains traits ou aspects de son sujet pour créer un effet comique, satirique, ou critique. Elle se concentre souvent sur des caractéristiques physiques distinctives, des comportements ou des personnalités, les amplifiant de manière exagérée pour souligner des défauts, des vices, ou pour faire passer un message sous-jacent. La caricature est souvent utilisée dans le contexte de la satire politique ou sociale, où elle sert à ridiculiser ou à dénoncer des figures publiques, des situations, ou des comportements.

La caricature est un genre artistique et littéraire qui a été défini et interprété de diverses manières par plusieurs théoriciens, artistes et critiques. Voici quelques définitions de la caricature proposées par différents auteurs :

Définition 1 : « La caricature est l'art d'exagérer les traits ou les caractéristiques d'un individu ou d'une situation, afin de les ridiculiser ou de les critiquer. » (Daumier, 2008, p. 63)

Définition 2 : « La caricature est une sorte de comique par lequel on cherche à montrer l'absurdité, le ridicule, ou la laideur en exagérant volontairement certains aspects de la réalité. » (Charles, 1863, p. 32)

Définition 3 : « La caricature est un procédé qui consiste à simplifier et à amplifier certains traits caractéristiques d'une personne ou d'une situation pour en révéler les aspects les plus frappants, souvent à des fins satiriques. » (Eco U. , 1984, p. 18).

Chapitre II : Analyse sémiologique de la caricature et représentation caricaturale du statut de la femme algérienne

Définition 4 : « La caricature est un art de la réduction et de l'exagération. Elle simplifie les formes pour amplifier le message et provoquer une réflexion ou une réaction émotionnelle chez le spectateur. » (Berger, 1972, p. 22).

Définition 5 : « La caricature est une représentation visuelle ou littéraire qui distord les traits caractéristiques pour accentuer ou critiquer les défauts, les faiblesses ou les bizarreries du sujet. » (Fiske, 1958, p. 53).

Définition 6 : « La caricature est l'art de condenser des traits distinctifs en une forme exagérée, où l'essentiel de la personne ou du sujet est capturé par l'amplification de certains éléments au détriment d'autres. » (Gombrich, 1960, p. 19).

Définition 7 : « La caricature est une forme d'art graphique ou littéraire qui cherche à déformer ou à amplifier les traits physiques ou moraux d'un individu ou d'une situation, souvent dans un but satirique ou critique. » (Kaenel, 2002, p. 77)

Définition 8 : « La caricature est une forme de satire visuelle qui utilise l'exagération et la simplification pour créer une représentation comique ou grotesque d'une personne, d'une institution ou d'un événement. »

Ces définitions montrent que la caricature est perçue comme une forme d'art et de communication qui repose sur l'exagération et la déformation des traits pour véhiculer un message critique, souvent satirique. (Roy, 1999, p. 33).

3.1 l'origine de la caricature

La caricature a une longue histoire qui remonte à plusieurs siècles, et ses origines sont enracinées dans diverses cultures et traditions artistiques. Voici un aperçu des principales étapes de l'évolution de la caricature :

1. Antiquité

- **Égypte et Grèce antique :** Des formes précoces de caricature peuvent être trouvées dans l'art de l'Antiquité, notamment dans les fresques égyptiennes et les céramiques grecques, où certains traits physiques sont exagérés pour des effets humoristiques ou symboliques.

Chapitre II : Analyse sémiologique de la caricature et représentation caricaturale du statut de la femme algérienne

- **Rome antique** : Les Romains utilisaient parfois des caricatures pour critiquer ou se moquer des personnages politiques ou des personnalités publiques. Des graffitis satiriques retrouvés sur des murs à Pompéi en sont un exemple.

3.2 Renaissance italienne (XVe-XVIe siècles)

- **Leonardo da Vinci** : Le développement de la caricature en tant que genre artistique distinct est souvent attribué à Léonard de Vinci. Il créait des dessins d'études de physionomies exagérées, où il exagérait les traits pour explorer les limites de l'expression humaine. Ces croquis n'étaient pas nécessairement destinés à la publication mais plutôt à l'étude.
- **Annibale Carracci** : Le terme "caricatura" est introduit à cette époque par les artistes italiens, notamment les frères Carracci, Annibale et Agostino, qui utilisaient l'exagération dans leurs dessins pour accentuer les caractéristiques physiques de leurs sujets.

3.3 XVIIe et XVIIIe siècles en Europe

- **Carlo Maratti et Pier Leone Ghezzi** : Au XVIIe siècle, la caricature se développe en Italie avec des artistes comme Maratti et Ghezzi, qui commencent à populariser ce genre artistique en tant que forme de satire visuelle.
- **William Hogarth (Angleterre)** : Au XVIIIe siècle, en Angleterre, la caricature devient un outil important de critique sociale et politique, notamment avec les œuvres de William Hogarth, qui utilisait l'art graphique pour dénoncer les vices et les travers de la société britannique.

3.4 XIXe siècle : L'âge d'or de la caricature

- **France : Honoré Daumier** : Le XIXe siècle marque l'âge d'or de la caricature, particulièrement en France avec des artistes comme Honoré Daumier, qui utilisaient la lithographie pour créer des caricatures politiques mordantes. Daumier est souvent considéré comme l'un des plus grands caricaturistes de tous les temps, grâce à ses critiques acerbes des figures politiques et sociales de son époque.
- **Allemagne : Thomas Rowlandson et George Cruikshank** : En Allemagne et en Angleterre, des caricaturistes comme Thomas Rowlandson et George Cruikshank ont également laissé leur marque, en utilisant la caricature pour commenter les affaires politiques et les mœurs sociales.

3.5 XXe siècle et au-delà

- **Caricature politique moderne** : Au XXe siècle, la caricature devient une forme de satire populaire dans les journaux et magazines du monde entier. Les caricaturistes comme David Low, Herblock, et plus récemment Plantu, continuent de jouer un rôle important dans la critique sociale et politique.
- **Évolution numérique** : Avec l'avènement de l'ère numérique, la caricature s'adapte aux nouveaux médias, et les caricaturistes contemporains utilisent souvent des logiciels de dessin numérique pour créer des œuvres diffusées largement via Internet et les réseaux sociaux.

La caricature est donc un art ancien qui a évolué en réponse aux besoins de critique sociale, politique et culturelle. Bien qu'elle ait des racines dans l'Antiquité, c'est à la Renaissance italienne qu'elle se développe en tant que forme artistique distincte, avant de devenir un outil essentiel de satire au cours des siècles suivants.

3.6 les fonctions de la caricature

La caricature remplit plusieurs fonctions importantes, tant dans le domaine artistique que social et politique. Voici les principales fonctions de la caricature :

a. Fonction Satirique

- **Critique sociale et politique** : La caricature est souvent utilisée pour critiquer les politiques, les institutions et les comportements sociaux. En exagérant ou en déformant les traits des personnages ou des situations, elle met en lumière les absurdités, les contradictions ou les vices.
- **Exemple** : Les caricatures politiques dans des publications comme *Le Charivari* en France au XIXe siècle utilisaient l'humour et la satire pour commenter les événements politiques et sociaux.

b. Fonction Humoristique

- **Divertissement** : En utilisant l'exagération et la déformation comique, la caricature peut être simplement divertissante, offrant un rire à travers une représentation ludique ou absurde des sujets.

Chapitre II : Analyse sémiologique de la caricature et représentation caricaturale du statut de la femme algérienne

- **Exemple** : Les caricatures dans les magazines humoristiques comme *Mad Magazine* ont souvent pour but de faire rire en exagérant les caractéristiques de célébrités ou de personnages publics.

c. Fonction Critique

- **Réflexion sur les normes sociales** : En amplifiant les traits caractéristiques ou les comportements, la caricature incite les spectateurs à réfléchir sur les normes et les valeurs sociales, souvent en mettant en avant les défauts ou les injustices.
- **Exemple** : Les caricatures de Daumier critiquaient non seulement les figures politiques mais aussi les comportements sociaux et les injustices de son époque.

d. Fonction Informative

- **Sensibilisation** : La caricature peut servir à sensibiliser le public à des questions importantes ou à des problèmes sociaux en attirant l'attention sur des sujets d'actualité de manière accessible et mémorable.
- **Exemple** : Les caricatures sur des sujets comme les droits civiques ou les conflits internationaux peuvent aider à rendre ces questions plus compréhensibles pour un large public.

e. Fonction Identitaire

- **Représentation culturelle** : La caricature peut également jouer un rôle dans la représentation des identités culturelles, nationales ou de groupe, en soulignant les stéréotypes ou en affirmant les caractéristiques distinctives d'un groupe.
- **Exemple** : Certaines caricatures peuvent renforcer ou critiquer les stéréotypes nationaux ou ethniques, influençant ainsi la perception de ces identités.

f. Fonction Politique

- **Mobilisation et protestation** : La caricature est souvent utilisée comme un outil de mobilisation ou de protestation, visant à influencer l'opinion publique ou à inciter à l'action politique.
- **Exemple** : Pendant la Révolution française, les caricatures étaient utilisées pour mobiliser les masses et critiquer la monarchie.

g. Fonction Éducative

- **Éducation civique et historique** : En simplifiant des concepts complexes ou des événements historiques, la caricature peut être un outil éducatif efficace pour aider les gens à comprendre des questions politiques ou sociales.
- **Exemple** : Les caricatures historiques peuvent illustrer des événements ou des personnages de manière plus engageante que des textes académiques.

En somme, la caricature est un art polyvalent qui remplit des fonctions variées allant de la critique sociale et politique à l'humour et au divertissement. Sa capacité à condenser et à exagérer des éléments de la réalité la rend particulièrement efficace pour commenter et influencer les perceptions sociales et politiques.

4. Transition de l'Image à la Caricature

L'évolution d'une représentation fidèle (image) vers une représentation exagérée ou déformée (caricature) implique un changement d'intention. Ce passage d'une simple illustration à une critique ou à une satire se fait par le biais de l'accentuation de certains éléments, souvent au détriment de la fidélité à la réalité. Par exemple, un portrait pourrait devenir une caricature si l'artiste décide de grossir démesurément le nez ou les oreilles d'une personne pour mettre en évidence un trait de caractère ou un stéréotype associé.

En somme, la caricature prend racine dans l'image mais s'en écarte par son intention de commenter, critiquer ou moquer son sujet à travers l'exagération visuelle.

5. Représentation caricaturale du statut de la femme algérienne

La représentation caricaturale du statut de la femme algérienne peut varier selon les contextes culturels et politiques. En général, elle peut inclure des stéréotypes comme celui de la femme subordonnée ou opprimée, souvent associée à des rôles traditionnels et limités, et parfois perçue comme étant sous l'influence ou la domination masculine. Ces caricatures peuvent simplifier ou exagérer les réalités complexes et diverses de la vie des femmes en Algérie, qui varient largement selon les milieux sociaux, économiques et géographiques.

Chapitre II : Analyse sémiologique de la caricature et représentation caricaturale du statut de la femme algérienne

Conclusion

En conclusion, l'analyse sémiologique de la caricature révèle une richesse de significations qui va bien au-delà de la simple représentation comique. En s'appuyant sur le modèle de Barthes, nous avons vu que la caricature fonctionne sur plusieurs niveaux, combinant dénotation et connotation pour créer des critiques sociales et politiques percutantes. Les traits exagérés et les distorsions visuelles ne sont pas seulement des outils d'humour ; ils sont également des moyens puissants de commenter et de questionner les normes et les valeurs de la société.

La caricature, en tant que forme d'art visuel, est profondément ancrée dans les codes culturels et les mythes collectifs. Elle utilise des symboles visuels et des clichés pour construire des significations qui résonnent avec le public tout en questionnant les structures de pouvoir et les idéologies dominantes. En révélant les mécanismes de la caricature, ce chapitre souligne son rôle crucial dans le discours public, en tant qu'outil de réflexion critique et de satire.

En définitive, la caricature offre une perspective unique sur les dynamiques sociales et politiques. En déformant et en amplifiant certains aspects de la réalité, elle invite le spectateur à reconsidérer ses propres perceptions et à engager un dialogue critique sur les enjeux contemporains. L'étude sémiologique de la caricature nous permet de mieux comprendre comment cette forme d'art joue un rôle actif dans la construction et la contestation des significations culturelles et sociales.

CHAPITRE III
ANALYSE DESCRIPTIVE ET INTERPRÉTATIVE
DES CARICATURES

Introduction

La caricature représente à la fois un espace qui regorge de symbolisme et d'informations sur des sujets d'actualité. Elle est basée sur l'humour, l'altération, la provocation, la dérision et la contestation, (Amel, 2016). sa présence dans les quotidiens demeure essentielle car elle a un rôle de d'informateur, de révélateur et de dénonciateur du dysfonctionnement du système qu'il soit de l'ordre politique, social, moral ou culturel et ce afin d'attirer l'attention des lecteurs et des responsables (législateur, politiques, ...).

De ce fait, représenter un évènement (politique, social, culturel, ...) sous forme de caricature requiert l'imagination du caricaturiste et son professionnalisme. En outre, traiter le statut de la femme algérienne dans un cadre caricatural implique la saisie des aspects de la réalité du sujet en question et ce d'une manière visuelle (Illustrations et Dessins, Symbolisme) et satirique (Humour, Ironie et Critique Sociale).

1. Corpus et méthode d'analyse

La femme algérienne, par sa diversité culturelle et sociale, occupe une place prépondérante dans la société et impose son existence dans différents secteurs et pour cerner son statut dans la société n'est pas chose facile. Pour ce faire, nous avons choisis quelques stéréotypes de femmes algériennes représentés en caricatures par le caricaturiste Dilem Ali du quotidien « El Watan » et bien avant dessinateur de «Liberté», connu pour la richesse de ses dessins et la multiplicité des thèmes traités notamment celui de la femme (le travail, le foyer, la religion, la politique, la publicité, etc.).

Notre corpus se compose de cinq caricatures dessinées par Dilem. Ce nombre pourrait être suffisant pour répondre aux objectifs préalablement établis où nous analyserons les différents statuts de la femme algérienne et les rôles qu'elle joue dans la société : la femme en tant que ménagère ou mère, la femme en tant qu'objet, la femme musulmane, la femme qui travaille (indépendante) et la femme politique.

Notre travail s'inscrit dans le champ de la sémiotique et le fait d'analyser des images ou des caricatures c'est procéder à l'étude des signes, à savoir le mode de production du sens, en d'autres termes provoquer des significations et des interprétations et mettre en clair toutes les formes explicites aussi soit-elles qu'implicites.

Lors de cette analyse, nous tenterons d'énumérer dans un premier temps les choses que l'on voit : description, de haut en bas et de gauche à droite, des éléments textuels (titraire, paroles des

personnages), iconiques (personnages, objets) et plastiques (couleurs, angle de prise de vue, échelle, etc.) de chaque caricature à l'aide de signifiants et de signifiés. La caricature sera, à cette étape de la lecture, simplement dénotée. C'est « *le degré zéro de l'intelligible* » (Adam & Bonhomme, 1997 : 178). L'étape suivante, celle où la caricature est connotée, consistera à faire appel aux signifiés culturels pour construire un sens second.

2. Le cadre méthodologique

Pour bien réaliser notre travail de recherche et effectuer une analyse descriptive et sémiologique de notre objet d'étude, nous avons fait appel à l'analyse sémiologique de Roland Barthes ("Mythologies" (1957), théoricien français de la sémiologie, a développé une méthode d'analyse des images, y compris des caricatures, qui se concentre sur la déconstruction des signes et des significations. Cette méthode consiste à effectuer une :

2.1. Dénotation et Connotation

- **Dénotation** : La dénotation est l'aspect littéral de l'image, ce qui est immédiatement visible sans interprétation. Il s'agit de décrire objectivement ce que l'on voit.
 - **Questions à poser** : Que montre l'image ? Quels sont les éléments présents ? Quels personnages, objets ou scènes sont représentés ?
- **Connotation** : La connotation est l'aspect symbolique ou culturel de l'image, ce qui est interprété au-delà du visible. Elle implique les associations, les significations culturelles et les sentiments que l'image évoque.
 - **Questions à poser** : Que signifie l'image ? Quels symboles sont utilisés ? Quels sont les messages implicites ? Comment les éléments visuels créent-ils une signification supplémentaire ?

2.2. Étude des Signifiants et des Signifiés

- **Signifiant** : Le signifiant est la forme physique de l'image (les lignes, les couleurs, les formes).
 - **Questions à poser** : Quels sont les éléments visuels (formes, couleurs, lignes) présents dans l'image ?
- **Signifié** : Le signifié est le concept ou l'idée que ces éléments représentent.
 - **Questions à poser** : Que représentent ces éléments visuels ? Quelle idée ou quel concept est véhiculé par chaque élément visuel ?

2.3. Analyse des Mythes

- Barthes suggère que les images véhiculent souvent des mythes, qui sont des récits ou des croyances culturelles implicites.
 - **Questions à poser** : Quel mythe culturel ou social est véhiculé par cette image ? Comment l'image reproduit-elle ou critique-t-elle des croyances culturelles ou sociales ?

2.4. Analyse de la rhétorique visuelle

- Barthes examine également comment les éléments visuels communiquent de manière rhétorique, c'est-à-dire comment ils persuadent ou influencent le spectateur.
 - **Questions à poser** : Comment l'image utilise-t-elle la composition, la perspective, et d'autres techniques visuelles pour influencer le spectateur ? Quels sont les effets émotionnels ou intellectuels de ces techniques ?

2.5. Contextualisation

- Comprendre le contexte historique, social et culturel de la caricature.
 - **Questions à poser** : Quel est le contexte historique et culturel de la caricature ? Quels événements, figures politiques, ou courants sociaux sont représentés ou critiqués ?

Pour ce faire, nous avons décelé tous les signes sémiotiques présents dans la caricature tels que le signe linguistique, iconique et plastique. D'autre part, nous avons procédé à une approche analytique et descriptive afin d'assurer une bonne interprétation des caricatures de notre corpus. Ainsi, l'ensemble des caricatures sélectionnées des quotidiens francophones « Liberté » et « El Watan » forment le co En utilisant la méthode de Roland Barthes, on peut ainsi décomposer une caricature pour en comprendre les multiples niveaux de signification et les messages sous-jacents.

D'une part, nous avons établi tous les messages sémiologiques présents dans la caricature tels que le message linguistique, iconique et plastique. D'autre part, nous avons adopté une démarche analytique et descriptive afin d'assurer une bonne interprétation des caricatures qui constituent notre corpus. De ce fait, notre travail est basé sur l'ensemble des caricatures prises des deux quotidiens algériens « Liberté » et « El Watan » qui traitent le statut de la femme algérienne à

cette époque. Notre choix s'est porté sur ce thème, vu sa présence dans les deux quotidiens francophones les plus lus, qui présente la femme algérienne à travers des images caricaturales à la fois sérieuses et humoristiques. Puis nous avons établi une synthèse afin d'en dégager les stéréotypes de femmes et les codes utilisés par chacun des deux caricaturistes dans le but de transmettre leurs messages à leurs publics. Préalablement, nous avons défini les concepts de bases dont nous aurons besoin dans notre analyse, nous passerons ensuite à la partie pratique où nous consulterons les caricatures sélectionnées et les analysons en mettant en évidence les notions que nous avons déjà expliquées.

3. Présentation du corpus

Notre corpus est un ensemble de cinq (5) caricatures extraites de deux quotidiens algériens d'expression française : « Liberté » et « El Watan ».

3.1 Analyse sémiotique des caricatures

Caricature 1 : La femme au foyer (la ménagère)

Caricature 1 : N° 5461 du quotidien Liberté, dimanche 15 août 2010.



Caricature ; la scène se passe apparemment dans la chambre à coucher où la femme en tenue de ménage paraît en colère contre son mari qui dort encore.

a. Dénotation

- * Une femme en robe de ménage
- * Elle paraît en colère contre son mari
- * Le mari est dans un sommeil profond. (ronflements)
- * Sa couverture bien étalée

b. Connotation :

- * Une femme active pendant le ramadhan
- * L'état coléreux de la femme montre son autorité au sein du foyer
- * A l'inverse, l'homme est paresseux pendant le jeun.
- * Il n'a pas bougé depuis la veille. (couverture bien étirée)

c. Signifiants et Signifiés

- **Signifiants** : Opération, un mois, coussins
- **Signifiés** : Travail, pendant trente jours, signes de lassitude

d. Mythes

- * Mythe de l'acharnement de la femme aux travaux de ménage.
- * Persistance d'un comportement des femmes acquis des anciennes mères au foyer.
- * Aux reproches quotidiennes, l'homme devient indifférent aux reproches de sa femme.

e. Rhétorique visuelle

- * la femme ; personnage central pour attirer l'attention du lecteur
- * Par son regard figé, la femme veut impliquer le lecteur dans son action.
- * Deux comportements (celui de la femme au foyer et celui du mari) pendant le jeun totalement contradictoires

f. Contextualisation

- Préservation des traditions de la femme ménagère
- Inégalité de traitement en termes de rôle face aux tâches ménagères

g. Interprétation

En haut de la caricature, une phrase verbale qui intitule ce dessin « L'opération va durer un mois » ceci renvoie au comportement de la femme et de l'homme durant le mois de ramadhan. A gauche, la femme est représentée avec des traits exagérés de son physique ; nez énorme, bouche ouverte, oreille levée et des cheveux crépis noirs et rebelles, retenus par une bandelette. Elle porte une robe de ménage ceinturée par un tablier blanc.

Sa main droite posée sur sa hanche, son air comique, son regard figé et son doigt doivent être orientés vers l'homme qui dort en toute quiétude dans son lit, veut impliquer le lecteur dans son geste.

Le corps de cette ménagère, l'expression de son visage, sa gestuelle et le point d'exclamation en fin de son propos, prouvent sa colère et son mécontentement envers la paresse de son mari. Elle crie sur son mari mais garde son regard sur le lecteur pour susciter sa pitié et l'impliquer dans son action.

La phrase nominale « les coussins du ramadhan », expression figée faisant référence aux couffins du ramadhan octroyés par l'Etat ou par des donateurs à l'occasion du mois de ramadhan pour la population pauvre. Par cette référence culturelle, le caricaturiste séduit le lecteur et l'entraîne dans son environnement discursif et culturel en faisant le rapprochement entre « coussins » et « couffins » et ce afin de capter l'attention du lecteur.

En somme, la forme et le contenu permettent de mettre l'accent, d'une part, sur la paresse et l'inaction des gens qui font le jeun devenant ainsi un mois de repos et de lassitude pour les uns et d'autre part, la relation de domination de la femme dans son foyer. En effet, la relation entre le discours et la représentation de la femme avec un tablier, le dos courbé et les paupières tombantes, stéréotype de femme au foyer, forment un message implicite de la femme arabe (ménagère), inscrit dans un contexte ethnique où cette ménagère est perpétuellement confinée aux travaux ménagers sans le soutien ou l'entraide de l'homme.

Selon le caricaturiste Dilem et à travers son dessin, la visée est d'alerter et de sensibiliser les lecteurs sur l'inégalité des rôles entre l'homme et la femme des travaux domestiques au foyer

Caricature 2 : La femme indépendante

N° 5555 du quotidien Liberté, dimanche 05 décembre 2010.



Description globale : Au premier plan, une femme en tenue de police tenant un bâton de rouge à lèvres. Au second plan, un policier avec son bâton de travail.

a. Dénotation

- * Une femme, agent de police, portant un bâton de rouge à lèvres.
- * Un agent de police portant une matraque, outil de travail
- * En arrière-plan, la ville (une ville musulmane)
- * En haut, l'intitulé de la caricature
- * Au milieu de la caricature, une bulle comportant des propos

b. Connotation

- * La femme policière représente l'émancipation de femme algérienne
- * Elle a envahi un domaine de travail destiné aux hommes

* Elle s'est imposée par ses compétences professionnelles

* Elle se fait respecter par la force de la loi

* Elle fait régner l'ordre dans un pays musulman.

c. Signifiants et Signifiés

- **Signifiants** : Femmes policières, bâton
- **Signifiés** : - l'émancipation de la femme, poste d'autorité, égalité avec l'homme.
 - La femme possède désormais deux bâtons, un pour le travail et l'autre pour se maquiller

d. Mythes

- Briser le mythe de la femme au foyer
- Occuper un poste d'autorité dans un pays musulman

e. Rhétorique visuelle

- Au premier plan, présentation de la femme pour attirer l'attention.
- Au second plan, un agent de police étonné du comportement de sa collègue
- En arrière-plan, une ville musulmane (Minaret de Mosquée)

f. Contextualisation

* Référence aux droits de la femme au travail dans un service public

*Egalité des chances avec l'homme.

g. Interprétation

A première vue du titre, ayant la forme d'une phrase nominale, est un titre informatif à caractère objectif. Il porte sur le recrutement de 489 femmes dans le corps de la police, signe de l'envahissement de la femme dans un secteur destiné auparavant rien qu'au hommes. Au premier plan, apparait une femme portant un uniforme de police, une petite casquette qui laisse apparaitre des cheveux noirs frisés et un bâton de rouge à lèvres à la main gauche, elle veut joindre son charme à la fonction qu'elle exerce. Sur le profil, un grand nez et une bouche grande ouverte. Ses ongles sont vernis en rouge, couleur de passion et de séduction. Au second plan, un agent de police portant

un bâton, outil de travail, ayant un gros qui ne laisse apparaître qu'un bout de ses moustaches et deux longues oreilles étirées. A l'arrière-plan, le minaret d'une mosquée, les maisons avec leur parabole et les bâtiments ceci indique qu'il s'agit d'une ville musulmane. Le fond bleu, indique que la scène se passe à ciel ouvert.

Juste sur la tête de la femme une grosse bulle comportant son discours. L'interjection « Zut » dans la phrase verbale, de type exclamatif, renvoie à un registre de langue familier. Présentée en caractère gras pour assurer une fonction émotive : avec un son désagréable, elle a extériorisé son sentiment de désolation et d'embarras après avoir montré le bâton de rouge à lèvres au lieu du bâton de la police. Les signes de ponctuation (le point d'exclamation et les trois points) qui suivent cette interjection et la goutte de sueur qui s'éjecte du front de la femme constituent la gêne et l'irritation de la femme policière. Par contre, l'homme a l'air étonné du comportement de sa collègue. Au-dessus de sa tête une petite bulle sans propos mais contenant un point d'interrogation et d'exclamation, signes orthographiques signifiant l'incompréhension, et l'inquiétude.

Outre l'information apportée par le titre, ce dernier permet de mettre en place un nouveau statut de la femme celui de la femme indépendante, une femme moderne qui peut même envahir la sphère professionnelle de l'homme tout en gardant son charme séducteur. Ce choix de policière est dû soit par le manque de travail, soit par vocation ou pour montrer sa force, son existence et sa responsabilité.

L'aspect caricatural de la femme et des propos dans la bulle diffusent un nouveau stéréotype de femme libérée des contraintes traditionnelles celles de la femme ménagère objet sexuel, mère au foyer, ... en raison de préjugés de son incompetence et de sa faiblesse. Cette femme moderne a su joindre l'utile à l'agréable en exerçant sa fonction et exhibant sa beauté. Ce stéréotypes de femme policière dans une société musulmane est considéré comme une menace compromettant le travail de l'homme (l'homme ne peut compter sur elle pendant l'exercice de ses fonctions), le statut social, l'image de l'homme.

En résumé, à travers cette caricature, Dilem crée un nouveau stéréotype de femme en tentant de montrer un modèle de femme à l'aspect positif, actif et dominant. Et paradoxalement, en mettant l'accent sur la femme policière, il a voulu dénoncer ce stéréotype de femme en la ridiculisant, en la mettant dans une situation de dérision. Il a également voulu dénoncer les croyances culturelles qui cherchent à conserver la division sociale entre homme et femme.

Caricature 3 : La femme objet

N° 4731 du quotidien Liberté, mercredi 02 avril 2008.

DES MANNEQUINS AU SALON DE L'AUTO



Description

Dans un plan moyen, le caricaturiste met en scène deux personnages types, un homme et une femme. A droite, une grande femme séduisante face à un homme de petite taille. Entre ces deux personnages, une voiture posée sur un socle.

a. Dénotation

* Une femme blonde debout sur des talons hauts, vêtue d'une robe moulante de couleur rose, bien maquillée, avec un tour de taille ceinturé mettant en valeur le haut et le bas, des cheveux bien coiffés mettant sa main gauche sur la hanche. Par l'autre main, elle désigne une voiture verte, placée dans l'axe du regard pour en faire la publicité.

* A gauche, un homme de petite taille, vêtu d'un costume bleu, fermé par un seul bouton. De profil, son nez paraît gros et sa tête presque dépourvue de cheveux mettant sa main droite derrière le dos et regardant avec un sourire la jolie femme blonde.

* Une phrase nominale, sans précision temporelle, intitule cette caricature

* Deux bulles comportant les propos des deux personnages

b. Connotation

* Présenter de jolies mannequins sur des stands, habillés de manière sexy, fait partie des traditions de la publicité, considérées comme meilleur argument pour attirer l'œil des visiteurs, un appât pour les attirer à se rapprocher et les inciter à l'achat

* La femme mannequin doit avoir la même valeur que l'objet à vendre en termes d'attention.

* Le client est souvent attiré beaucoup plus par la femme sexy que par l'objet commercial.

* Le client est beaucoup plus séduit par la femme que par l'automobile

c. Signifiants et Signifiés

- **Signifiants** : Mannequins, salon de l'auto, airs bags,
- **Signifiés** :
 - formes généreuses, lèvres pulpeuses teintées en rouge et des cheveux bien coiffés qualités d'une femme créature de séduction, de réceptivité, d'ouverture et d'accueil.
 - Lieu commercial conçu pour attirer des visiteurs ou des clients potentiels
 - Le lexème « air bags » terme argotique, utilisé comme une création métaphorique désignant la poitrine généreuse de la femme mannequin. Un stéréotype de femme réduit au statut d'objet

d. Mythes

- La représentation des femmes dans la publicité a des répercussions significatives sur l'identité, l'estime de soi, et l'égalité des sexes dans la société. En encourageant la diversité, en déconstruisant ce genre de stéréotypes et en promouvant des images respectueuses, la publicité peut devenir un outil puissant pour la transformation sociale. La responsabilité repose sur les annonceurs, les créateurs de contenu et les organismes de régulation pour assurer une évolution positive dans les messages diffusés

e. Rhétorique visuelle

La femme mannequin est représentée de trois quart, angle permettant d'accentuer ses formes généreuses, lèvres pulpeuses teintées en rouge et les cheveux bien coiffés. Elle pose sa main gauche sur la hanche, redressant ainsi naturellement son corps et acquérant une certaine posture. Par l'autre main, elle désigne, avec un sourire commercial témoignant d'un état de réceptivité, d'ouverture et d'accueil, la voiture verte, à la forme arrondie et avec des courbes très féminines, placée dans l'axe du regard, pour en faire la publicité.

f. Contextualisation

Cette caricature met en scène une publicité pour l'automobile où la présence de jolis mannequins, habillés de manière sexy et bien maquillés, sur les stands fait partie de la tradition. En effet, « *les femmes représentés dans la pub sont toujours jeunes et séduisantes ; elles sont fréquemment des objets sexuels* » (Ceulemans & Fauconnier).

g. Interprétation

L'image représentée dans la caricature n'est que l'illustration du titre : les lexèmes « mannequins » et « auto » se profilent iconiquement dans la caricature. L'image associée aux textes des deux bulles qui accompagnent les personnages ajoute des informations que le titre ne donne pas. En effet, cette image permet, par la présence d'un mannequin aux formes généreuses (stéréotype d'une femme blonde à forte poitrine) devant une voiture, par le regard et le sourire ironique et vicieux de l'homme qui semble visiblement plus intéressé par les courbes avantageuses du mannequin que par la voiture et par le lexème « airbags », utilisé ici comme un néologisme à connotation argotique, comme une création métaphorique désignant la poitrine d'une femme, de mettre en place le stéréotype réducteur de la femme reléguée au statut d'objet. Cette comparaison ou rapprochement (iconique et linguistique) entre les formes d'une femme et les courbes d'une voiture reflète en effet toute sorte de fantasmes masculins au détriment du respect de la femme.

Le message informatif de cette caricature met donc en valeur l'aspect sexuel du corps de la femme. Il la réduit à un instrument de séduction, à un objet de désir (appât) destiné à attirer le regard masculin vers le produit, à un être inférieur. L'objectif du caricaturiste, en ayant recours à ce stéréotype sexiste fortement ancré dans l'inconscient collectif (la relation femme-voiture), est d'illustrer de manière caricaturale et sur le ton de la moquerie ; l'idée selon laquelle le monde de l'automobile reste un univers relativement machiste et que son ouverture aux femmes tient plus à une stratégie marketing qu'à un changement de mentalité d'une société patriarcale.

Caricature 4 : La femme musulmane

N° 5457 du quotidien Liberté, mardi 10 août 2010.

**a. Dénotation**

Au premier regard de cette caricature apparaît un homme barbu, portant des habits à l'islamique (une djellaba et une chéchia blanche). Derrière lui, apparaissent quatre femmes voilées d'une burqa noire et les yeux cachés derrière un grillage blanc. Au fond,, un gendarme (français) tenant une matraque à sa main droite et l'autre cachée derrière le dos avançant en direction du groupe islamique.

b. Connotation

La tenue vestimentaire de l'homme à la barbe et la burqa vêtue par les quatre femmes met en scène un stéréotype de personnages d'ordre ethnique qui renvoient aux pratiques religieuses musulmanes. Ce comportement crée des tensions interculturelles : les immigrés musulmans, notamment les algériens, sont considérés en France, avec leurs mœurs, coutumes et religion, comme porteurs d'atteinte à l'identité nationale française. Par ailleurs, la polygamie en Algérie est autorisée sous une condition difficile à obtenir. (celle de l'autorisation de la première épouse). Par contre, en Europe, la loi autorise une et une seule épouse.

c. Signifiant :

- * Le voile des femmes et la djellaba de l'homme barbu
- * L'emplacement des personnages : l'homme devant et les femmes derrière
- * Le lexème « Vite », l'impératif (Cachez-vous), le point d'exclamation
- * Le point d'interrogation et d'exclamation sur la tête de chaque femme et les gouttes de sueurs

d. Signifiés :

* Le voile intégral des femmes ainsi que la djellaba et la barbe du premier personnage constituent des signes stéréotypés qui renvoient à la culture arabe, à la religion musulmane.

- * Signe d'autorité de l'homme et la soumission des femmes
- * Ces signes traduisent le son strident, le ton agressif et injonctif avec lequel l'homme s'adresse aux femmes le son strident, le ton agressif et injonctif avec lequel l'homme s'adresse aux femmes.

Signes orthographiques traduisant leur sentiment d'étonnement, leur état d'incompréhension et d'inquiétude. Les points d'exclamation et d'interrogations indiquent à la fois surprise et intrigue.

e. Analyse des Mythes

Le port de la burqa par les femmes et la djellaba par les hommes pourvus de longue barbe sont des attributs de la culture islamique. Cette tenue vestimentaire s'est intégrée récemment dans la société algérienne où trois sortes d'habit sont à dénombrer : l'hidjab, les vêtements modernes et rarement le djilbab avec burqa. Certes, la culture islamique est ancrée dans l'esprit des algériens notamment les citoyens du centre et du sud du pays qui luttent pour préserver cette culture, dès fois en vain, car confrontés à l'envahissement des nouvelles technologies de communication en termes de propagande des habits occidentaux et orientaux. Ces derniers ont modifié l'aspect de l'hidjab, l'habit le plus utilisé par les femmes algériennes.

f. Contextualisation

Cette caricature a été conçue lors du flux migratoire des Maghrébins en France où des hommes arrivaient avec deux épouses, mariages célébrés dans leur pays d'origine. Cette culture intruse dans un pays européen est vue sous un mauvais angle.

g. Interprétation

L'intitulé de cette caricature « La France s'attaque à la polygamie » un énoncé verbal informatif à construction syntaxique normative (sujet + verbe + complément). L'information dans ce titre se présente comme une conclusion prédicative. Or le verbe « s'attaque » témoigne d'une tension entre la France et la culture des immigrants, sachant que la polygamie est un sujet complexe qui soulève des questions culturelles, religieuses et juridiques. En France, la législation est claire concernant la reconnaissance du mariage. En outre, la législation française interdit la polygamie et ne la reconnaît pas. Selon l'article 147 du Code civil, « il n'y a qu'un seul mariage à la fois » (un homme ne peut pas avoir plusieurs épouses légalement simultanément). Par contre, en Algérie, épouser jusqu'à quatre femmes est toléré par la loi algérienne sous de strictes conditions

Quant à l'emplacement de ces personnages (l'homme au premier plan et les femmes à l'arrière-plan), la position des bulles qui les accompagnent ainsi que leurs tailles et contenus, traduisent la soumission de la femme dans la religion musulmane, sans doute dans le but de le dénoncer. Cette domination est également perçue dans le lexème « vite », transcrit avec des lettres épaisses ainsi que l'usage de l'impératif et le point d'exclamation à la fin de l'énoncé verbal véhiculé par la première bulle.

Ainsi, l'enrichissement mutuel du constituant linguistique et iconique de cette caricature forme donc un message informatif qui permet de déceler la relation occident /orient et de ce fait mettre en cause certains comportements d'ordre ethnique qui renvoient aux pratiques religieuses créant des tensions interculturelles car les immigrants musulmans sont considérés en France, avec leurs mœurs, coutumes et religion, comme porteurs d'atteinte à l'identité nationale française. Les français voient dans la polygamie et le voile intégral un signe de la domination de l'homme sur la femme, une violence à l'égard des femmes et une négation de leurs droits à la dignité humaine.

Par cette caricature, selon une idéologie dépréciative, traduite dans l'idée de porter le voile par les femmes musulmanes et le fait de posséder quatre femmes par l'homme, l'auteur veut dénoncer le contrôle exercé sur les femmes par les hommes, qui légitime l'appropriation du corps des femmes.

Caricature 5 : La femme politique

Quotidien « Liberté » du 15/04/2009 Dilem



a. Dénotation

Ce dessin montre plusieurs femmes blessées, pleurées, ayant des bandages, du pansement et du sang. L'une d'elle, en évidence est censée être Louisa HANOUNE candidate du parti des travailleurs.

b. Connotation

Il est vrai que l'Algérie est un pays démocratique et l'égalité homme/femme est omniprésente dans les droits de chance. Avec l'émancipation de la femme algérienne et la démocratie, son opiniâtreté à devenir égale à l'homme la pousse en course vers le pouvoir politique en se présentant à l'élection présidentielle. Néanmoins, les postes clés de l'Etat ne peuvent être octroyés au sexe féminin en raison de la sensibilité de l'institution et du rôle qu'elle joue dans la stabilité du pays.

c. Étude des Signifiants et des Signifiés

- **Signifiant** : Sur le plan de droite, des femmes rouées de coups avec des blessures soignées, portant des robes de femmes ménagères. Sur le plan gauche un panneau signalant une interdiction sur lequel un soleil qui brille.

- **Signifié** : L'idée véhiculée dans cette représentation caricaturale est que le droit à la participation de la femme aux élections présidentielles est toléré mais obtenir le trophée est strictement interdit. En outre, la femme ne verra guère le jour pour être à la tête du pouvoir.

d. Analyse des Mythes

- La femme algérienne a toujours joué de grands rôles dans le développement de la société en élevant les futures générations du pays et sauvegardant les coutumes et les traditions. Paradoxalement, cette image présente la femme à la fois une ménagère (voir ses habits) et une femme politique. Deux fonctions apparemment incompatibles car dans la culture algérienne, la place de la femme est au foyer.

e. Analyse de rhétorique visuelle

Le caricaturiste, par sa représentation de la femme algérienne, a voulu dénoncer le double rôle que compte jouer la femme montrant sa défaite politique tout en gardant sa robe de ménagère. L'effet produit sur lecteur est significatif et ce message n'est qu'un rappel à l'ordre. D'ailleurs, les propos dans la bulle le confirment et les femmes elles-mêmes le reconnaissent en avouant être battues soit sur la scène politique, soit à la maison tout en dénonçant que la culture algérienne, en termes de femme politique, n'est pas équitable.

f. Contextualisation

Cette représentation caricaturale est apparue dans le quotidien algérien « Liberté » lors des résultats des élections présidentielles où la candidate du parti des travailleurs qui s'acharnait pour être au sommet de l'Etat a été couronnée par une défaite face aux élus hommes.

g. Interprétation

Cette représentation caricaturale de la femme émancipée et qui cherche à aller plus loin que ses ambitions se retrouve généralement face à une impasse; pour la simple raison d'ordre traditionnel. La femme en Algérie ne peut gouverner un pays en raison du facteur religieux, des coutumes de la société et de la culture acquise des anciens. Certes, le pouvoir en place prône la liberté de la femme dans la société algérienne mais garde toujours une laisse qui détermine ses limites.

Conclusion

Au terme de cette analyse sémiotique, nous pouvons dire que différents statuts de la femme sont représentés dans les caricatures de Dilem Ali et qu'il est évident que les femmes jouent un rôle prépondérant dans la société algérienne. Ce caricaturiste a voulu mettre en exergue les différents domaines où les femmes sont représentées d'une manière significative traduisant une image négative et réductrice.

Bien que le statut de la femme a bien évoluée selon les réformes législatives visant à accroître l'égalité des chances en termes d'éducation, d'emploi et de participation à la vie politique, les normes traditionnelles et culturelles endiguent souvent les opportunités et la liberté des femmes de surcroit les différentes formes de violences.

L'enjeu essentiel du caricaturiste Dilem est d'interpeller les lecteurs à travers le divertissement caricatural à prendre conscience des vices de la société et le faire réagir

En somme, malgré les avancées dans plusieurs domaines, le statut des femmes algériennes demeure confronté à des inégalités et à des défis. Les réformes législatives, l'action des mouvements sociaux et les initiatives gouvernementales demeurent essentielles pour progresser dans ce domaine.

**CONCLUSION
GÉNÉRALE**

Conclusion générale

Conclusion générale

A travers notre recherche sur les travaux caricaturaux de Dilem Ali, nous avons constaté que la caricature dans les quotidiens algériens, reflète l'image dynamique de la culture, de la société et de la politique du pays. Elle joue un rôle important dans la représentation des stéréotypes des femmes algériennes, elle est également considérée comme un outil de critique sociale et politique. Les œuvres de Dilem invitent à une réflexion sur la place des femmes dans la société algérienne. Pour ce faire, il a utilisé l'humour et la satire dans ses caricatures pour mettre en lumière les préjugés, les attentes sociales, les rôles traditionnels attribués aux femmes et sensibilisé le public du statut de la femme en Algérie. La caricature de Dilem, bien qu'elle soit un moyen d'expression, véhiculaire d'humour et de critique sociale, sa vision de la femme algérienne doit être réalisée en fonction des enjeux politiques.

Les thèmes traités dans notre recherche résument les stéréotypes de femmes algériennes et notre étude sémiotique appliquée à partir des caricatures réalisées, a révélé que la sémiotique a fortement contribué à la clarification du statut de la femme algérienne en procédant à des analyses sous différents plans, linguistique, politique, culturel et social. Par ailleurs, Les supports caricaturaux sélectionnés portant sur le statut de la femme algérienne regorgent d'informations et de symbolisme dont l'analyse dénotative, connotative et interprétative a mis en exergue les messages véhiculés et l'intention engagée de l'auteur.

Il est évident que la représentation caricaturale des femmes algériennes dans les quotidiens d'expression française est un domaine d'informations aussi complexe en raison de la diversité des symboles qui s'y rattachent et la richesse de significations péjoratives que mélioratives . En somme, les représentations caricaturales des stéréotypes des femmes algériennes n'est que le miroir de normes sociales et de politique en place reflétant ainsi la sauvegarde des valeurs traditionnelles de la femme algérienne et son émancipation évolutive. Par ailleurs, elles contribuent soit à renforcer soit à remettre en question les images stéréotypiques du statut de la femme en vigueur.

Il est vrai que notre recherche s'est limitée à notre vision et interprétation personnelles des supports caricaturaux sélectionnés et leur analyse est fonction de l'angle de vision propre à chaque lecteur. A cet effet, nous laisserons libre choix à d'autres visions et d'autres approches pour mieux appréhender les signes qu'ils soient graphiques ou iconiques dans la caricature.

BIBLIOGRAPHIE

Références bibliographiques

Références bibliographiques

- Amel, S. (2016). *Analyse sémio-pragmatique de la caricature : cas des journaux algériens*. francophones.
- Barthes, R. (1964). *Eléments de sémiologie*. Paris: Seuil.
- Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. London: Fontana Press.
- BAYLON.C, & FABRE.P. (2005). *Initiation à la linguistique : Cours et applications corrigés* (Vol. 2e). Armand Colin.
- Berger, J. (1972). *Ways of Seeing*. London: Penguin.
- BUYSENS, E. (1970). *La communication et l'articulation linguistique cité par MOUNIN.G, dans Introduction à la sémiologie* (Ed. Minuit ed.). Paris.
- Charles, B. (1863). *Le Peintre de la vie moderne*. Paris: Michel Lévy Frères.
- CHISS.J-L, FILLIOLET.J, & MAINGUENEAU.D. (2001). *Introduction à la linguistique française tome 1 : Notions fondamentales, phonétique, lexique*, Hachette.
- COURTÉS, J. . (1991). *Analyse sémiotique du discours. De l'énoncé à l'énonciation*. Paris: Le signe Labor ,Bruxelles.
- Daumier, H. (2008). *Les Caricatures de Daumier*. Paris: Musée d'Orsay.
- De Saussure, F. (2002). *Cours de linguistique générale* (Ed. Talantikit ed.). Bejaïa.
- Deleuze, G., & Bacon, F. (1981). *Logique de la sensation* (éd. Editions de la Différence). Paris.
- Eco, U. (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Eco, U. (1984). *La définition de l'art*. Paris: Grasset.
- EVERAERT-DESMEDT, N. (1990). *Le processus interprétatif. introduction à la sémiotique de Ch. S.* Bruxelles: Pierre Mardaga Éditeur.
- Fiske, R. (1958). *The Art of Caricature*. London: Oxford University Press.
- FOUQUIER, É. (1984). *Les effets du sémiologue, Diogène*. Paris.
- Gombrich, E. (1960). *Art and Illusion: A Study in the Psychology of Pictorial Representation*. Princeton: Princeton University Press.
- Kaenel, P. (2002). *Caricatures et Caricature*. Paris: Presses Universitaires de France.
- KLINKENBERG, J. (1996). *Précis de sémiotique générale* (éd. Ed.Seuil). Paris.
- Larousse, D. J. (2002). *Dictionnaire de Linguistique*.
- Peirce, C. S. (1931). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge: Harvard University Press.
- RASTIER, F. (2005). *in Signes, langues et cognition* (Ed. L'Harmattan ed.). Paris.
- Roy, L. P. (1999). *Histoire de la Caricature au Québec*. Montréal: Boréal.
- Saussure, F. d. (1916). *Cours de linguistique générale*. Paris: Payot.

Résumé:

Les recherches sur les caricatures de Dilem Ali révèlent que la caricature dans la vie quotidienne algérienne reflète la culture, la société et la politique du pays. Il joue un rôle crucial dans la représentation des stéréotypes sur les femmes algériennes et est considéré comme un outil de critique sociale et politique. Les œuvres de Dilem invitent à réfléchir sur la place des femmes dans la société algérienne, utilisant l'humour et la satire pour mettre en lumière les préjugés, les attentes sociales et les rôles traditionnels. L'étude révèle que la caricature peut être analysée de diverses manières, notamment linguistiques, politiques, culturelles.

Mots clé : Sémiotique, image de femmes, caricature, signification

Abstract

The research on Dilem Ali's caricatures reveals that caricature in Algerian daily life reflects the country's culture, society, and politics. It plays a crucial role in representing stereotypes of Algerian women and is seen as a tool for social and political critique. Dilem's works invite reflection on women's place in Algerian society, using humor and satire to highlight prejudices, social expectations, and traditional roles. The study reveals that caricature can be analyzed in various ways, including linguistic, political, cultural, and social aspects.

Keywords: Semiotics, image of women, caricature, meaning .

الملخص:

يكشف البحث عن رسوم ديليم علي الكاريكاتورية أن الرسوم الكاريكاتورية في الحياة اليومية الجزائرية تعكس ثقافة البلاد ومجتمعها وسياستها. ويلعب دورا حاسما في تمثيل الصور النمطية عن المرأة الجزائرية ويعتبر أداة للنقد الاجتماعي والسياسي. تدعو أعمال ديلم إلى التفكير في مكانة المرأة في المجتمع الجزائري، وذلك باستخدام الفكاهة والسخرية لتسليط الضوء على الأحكام المسبقة والتوقعات الاجتماعية والأدوار التقليدية. وتكشف الدراسة أنه يمكن تحليل الكاريكاتير بعدة طرق منها اللغوية والسياسية والثقافية والنفسية.

الكلمات المفتاحية: السيميائية، صورة المرأة، الكاريكاتير، المعنى.