

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**  
**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**  
**UNIVERSITE MOHAMED BOUDIAF - M'SILA**

FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES

DEPARTEMENT DES LETTRES ET LANGUE  
FRANCAISE

N° :.....



DOMAINE : LETTRES ET LANGUE  
ETRANGERES

FILIERE : LANGUE FRANCAISE

OPTION : SCIENCES DU LANGAGE

**Mémoire présenté pour l'obtention  
Du diplôme de Master Académique**

**Par : DENIDNI BOTHEYNA**

**Intitulé**

**Du graffiti au street art : Un champ d'intervention artistique dans  
l'art urbain**

**Etude sémio-sociolinguistique**

**Le cas de SIDI-AISSA ET BOUSSAADA**

**Soutenu devant le jury composé de:**

Dr AMROUCHE Fouzia -Université Mohammed Boudiaf M'sila- Présidente  
Dr ZAGHBA Lynda -Université Mohammed Boudiaf M'sila - Rapporteur  
Dr BENKHLIL Rima -Université Mohammed Boudiaf M'sila - Examineur

**Année universitaire : 2021/2022**

## *Remerciements*

Je remercie Dieu le Tout Puissant de m'avoir donné la force, la patience et le courage pour établir ce travail

Avant de commencer le développement de notre recherche, il me paraît tout naturel de remercier les personnes qui m'ont permis d'effectuer ce modeste travail.

J'adresse mes sincères remerciements à ceux qui m'ont éclairé sur mon chemin du succès, mes parents, Belkacem et Keltoum qui sont toujours là pour moi.

Je remercie également madame Lynda ZAGHBA qui a accepté de me suivre dans la réalisation de ce modeste mémoire ainsi que madame Fouzia AMROUCHE pour tout ce qu'elle m'a donné depuis mon enfance jusqu'aujourd'hui.

Je tiens surtout à remercier ma tante Rahma et son mari Mohamed pour leur aide tout au long de la réalisation de mon enquête de terrain. Je remercie particulièrement mon frère Yakoub, son ami Chaker GHANES et mon petit frère Anes qui a été à l'origine de mon inspiration de ce travail.

Je remercie enfin, ma sœur Sirina et l'ensemble de mes proches, Moussa KIDI et Lina CHEIKH, et tous les enseignants de notre département.

## Table de matière

<b>Introduction</b> .....	05
<b>CHAPITRE I : Notions définitives et historiographie de l'art mural</b>	
<b>I.1. Les fondements théoriques</b> .....	08
I.1.1. L'approche sémiologique.....	08
I.1.1.2 la sémiologie de l'image .....	09
I.1.2.l'approche sociolinguistique.....	10
<b>I.2. L'évolution des graffitis et Streets art</b> .....	11
I.2.1. L'art graffiti .....	11
I.2.1.1. Les différents types des graffitis.....	11
I.2.2. Histoire du Streets art.....	13
I.2.2.1.Les principes du Streets art.....	14
I.2.2.1.1 Simplicité, l'art de faire simple.....	15
I.2.2.1.2 Être en symbiose avec son environnement .....	15
I.2.2.1.3 L'art de raconter une histoire .....	15
I.2.2.1.4 Le rôle du style et de la forme.....	15
I.2.2.2. les techniques du Streets art.....	15
I.2.2.2.1. Le pochoir .....	15
I.2.2.2.2. La mosaïque.....	16
I.2.2.2.3. Les graffitis.....	16
I.2.2.2.4. La projection vidéo.....	16
I.2.2.2.5. L'autocollant/sticker bombing/ stickers .....	16
I.2.2.2.6. Le yarn bombing/street tricot.....	17
I.2.2.2.7. L'installation de rue.....	17
I.2.2.2.8. Le flashe mob bing.....	17
I.2.2.2.9. La tape art.....	17
<b>I.3. Du graffiti au Streets art (l'art urbain)</b> .....	18
I.3.1 Différence entre le Street art et le graffiti.....	18
<b>I.4. Le Street art au service de la communication</b> .....	18
I.4.1. Le Street art au service de la publicité.....	18
I.4.2. Le Street art au service de marketing.....	19

I.4.2.1. les techniques de Street marketing .....	19
I.4.2.1.1. les magasins éphémères.....	20
I.4.2.1.2. le décor urbain .....	20
I.4.2.1.3. Les mobiliers urbains .....	20
I.4.2.1.4. les transports en commun .....	20
I.4.2.1.5. La distribution d'échantillons .....	20
<b>CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)</b>	
<b>II.1.Description du champ d'étude</b> .....	22
II.1.1.Recueil des informations.....	22
II.1.2.Localisation des Streets art .....	22
II.1.2.1.Les établissements scolaires et les centres de formation et apprentissage....	22
II.1.2.2.L'enceinte et mur des infrastructures sportives.....	23
II.1.2.3.Lieux de rencontre des jeunes .....	23
II.1.2.4.Terrain plus ou moins abandonnés .....	23
II.1.2.5.Les restaurants et les magasins de vêtements et salles du sport .....	24
<b>II.2.Analyse sémio-sociolinguistique des Street art</b> .....	24
II.2.1. Les dessins .....	24
II.2.1.1.Les structures sportives .....	24
II.2.1.2.Lieux de rencontre des jeunes .....	27
II.2.1.3Les établissements scolaires et de formation .....	29
II.2.1.4.Restaurants et marketing.....	30
II.2.2. Les écrits .....	31
II.2.2.1.Plurilinguisme et les graffitis.....	32
II.2.2.2.L'analyse thématique des écrits .....	32
II.2.3.Quand un quartier devient un Street art.....	33
II.2.3.1.Description du quartier .....	33
II.2.3.2. La réflexion sémio-sociolinguistique des quartiers sur les passants.....	34
<b>Conclusion</b> .....	37
<b>Bibliographie</b> .....	41
<b>Résumé</b> .....	43

# Introduction

### INTRODUCTION

Le « graffiti » et le « Streets art » sont considérés comme faisant partie de l'art contemporain et se présente d'ailleurs comme le plus puissant mouvement artistique dans l'histoire récente de l'art.

Dans toutes les études qui ont déjà été réalisés le terme « graffiti » désigne « *inscription, dessin griffonné à la main sur un mur* » (*dictionnaire encyclopédique LAROUSSE, 2001, p.707*) L'inspiration et le réalisme qui en relèvent sont indiscutables et sont le reflet de la société telle qu'on la connaît.

Notre choix pour le sujet a été motivé par le fait que mon petit frère de 10 ans, a le don de dessiner, et il avait dessiné un crâne humain avec un cerveau sur son cahier et m'a demandé de le repeindre sur le mur de ma chambre. En lui demandant si le crâne contient un cerveau, il a répondu qu'il s'agit d'une expression de notre société d'aujourd'hui qui est stupide et qui n'a aucune perspicacité, Les gens sont donc devenu autoritaire et sans principes. J'appréhende donc ces desseins comme un « discours » qui nous renseignera sur la pratique linguistique de la société et l'analyse sémiologique des dessins d'après chaque Street artiste et chaque génération.



Figure 01

Le street art et l'art graffiti a réussi à s'infiltrer dans notre conception du monde, il devient une fenêtre ouverte sur celui – ci. Cet art mural suscite des débats sur les questions de société et acquière un intérêt primordial dans la transmission des messages non seulement par son caractère global mais aussi par l'universalité de sa lecture.

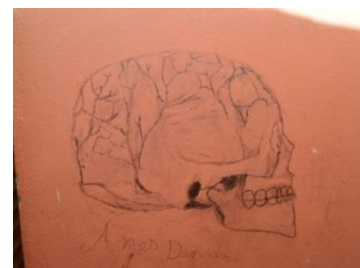


Figure 02

À cet effet nous nous interrogeons donc sur le street art pour comprendre les motivations de leurs auteurs en essayant de répondre aux questions suivantes qui forment l'essence de notre problématique:

- Que représentent ces Streets art ?quel sont leurs natures, et quelles formes peuvent ils prendre ?

## Introduction

---

- En temps que produit social, comment cet art reflète t il la culture de la société dans laquelle il est produit ?
- Le Streets art est il considéré par les jeunes comme moyen d'affirmation de soi ?

Notre recherche présente une double approche de street art : sémiologique et sociolinguistique qui nous semble complémentaires pour déceler la réalité de cette forme artistique urbaine.

D'emblé, nous formulons les hypothèses suivantes :

- les Streets art des villes Bou-Saada et Sidi-Aïssa seraient considérés comme un art urbain ou comme un moyen d'expression, de communication et outils pour la publicité.
- Ils seraient un moyen pour développer la créativité des jeunes et seraient considérés comme moyens pour transmettre leurs idées.

Dans le dessein d'apporter des éléments de réponses aux interrogations soulevées ci-dessous, nous avons élaboré un plan de travail qui s'articule sur chapitres :

- Le premier sera consacré aux concepts clés de notre mémoire : les définitions de l'art graffiti et le street art avec leur évolution historique. Le deuxième chapitre sera réservé à une étude sémio-sociolinguistique des Street arts des villes de Sidi- Aïssa et Bou-Saada au travers une enquête de terrains. Celle-ci consistera à recueillir des données en photographiant les dessins et les écrits urbains et nous essayerons de valoriser la problématique étant la plate forme de cette recherche pour pouvoir mettre plus d'éclaircissement sur les résultats qui seront obtenus.

**CHAPITRE I : Notions  
définitoires et  
historiographie de l'art  
mural**

## **I.1. Les fondements théoriques**

### **I.1.1 L'approche sémiologique**

Le terme «sémiologie» peut être défini, en première approche, comme la théorie ou la *science des signes* (du grec *sémion* «signe» et de -logie du grec *logia* «Théorie», de *logos* «discours » (Jaune Claude, s.d). Est une discipline récente développée simultanément en Europe et aux États-Unis en union soviétique au 20e siècle.

Sur l'axe de la communication avec les travaux de Buysen (le langage et le discours, 1943) puis de Prieto mais Roland Barthes, à partir 1964 mène des recherches axées sur la signification. Elle est née d'un projet de Saussure avec l'objet d'étude de la vie des signes au sien de la vie sociale.

Selon R. Barthes (1964), *la pauvreté des champs offerts à toute sémiologie (code de la route, sémaphore, etc....)* l'amène à noter que chaque ensemble sémiologique important demande à passer par la langue « *Tout le système sémiologique se mêle de langage* » D'après ces recherches confirme que là sémiologie serait une branche de la linguistique et qu'elle est la science des grandes unités signifiantes du discours, elle a pour but :

- a. **L'étude des systèmes de communication** : Elle est pour L- J Prieto, elle parle de la sémiologie de la communication «*une sémiologie de la communication qui étudie les structures sémiotiques ayant la communication pour fonction, qu'elles soient ou non des langues* » (1975, p11)
- b. **L'étude des pratiques signifiantes** : c'est la linguistique de tous systèmes de signes reliés aux faits de la vie sociale, Roland Barthes écrit à ce propos : « *La sémiologie à pour objet tous systèmes de signes, quelle qu'en soit la substance ? Qu'elle qu'en soient les limites : les images, les gestes, les sons mélodique, les objets, les complexes du système de signification.* » (1968, p79)

De façon plus spécifique, on pourra considérer que la sémiologie est une analyse théorique de tout ce qui est code, grammaire, systèmes.ect. La sémiologie classera par exemple les différents types de signe selon leurs fonctionnements. Elle pourra s'intéresser à la distinction et l'emploi des signes par les êtres humain. (siouffi, s.d, p72, 73)

### **I.1.1.1.La sémiologie de l'image**

Dans l'image, tout détail est porteur de sens en tenant compte à la fois de l'organisation de l'ensemble les lignes de force, les couleurs, la profondeur et lignes de fuite, la composition et l'harmonie.

**I.1-1-1 Les lignes de force et les points forts :** ce sont les lignes que l'œil repère immédiatement sans analyser l'image.

**I.1-1-2 Les lignes horizontales :** elles suggèrent l'immobilité ; le calme ; approfondir l'image en traçant l'horizon.

**I.1-1-3 Les lignes verticales :** elles suggèrent la hauteur et ralentissent le regard.

**I.1-1-4 Les courbes :** elles introduisent un effet de douceur, le calme, et créent, associées à des droites, une impression d'harmonie .

**I.1-1-2 Les pôles d'attraction :** ce sont les zones qui attirent plus particulièrement le regard ; ils créent une hiérarchie dans la lecture.

**I.1-1-3 La composition et l'harmonie :** c'est la division en deux « la symétrie » ; l'image se décompose en zones qui se répondent de part et d'autre d'axes verticaux, horizontaux ou obliques.

**I.1-1-4 Les lignes de fuite :** ce sont les droites qui se rejoignent en un point situé dans l'image ou hors de l'image, le point de fuite assure sa perspective.

**I.1-1-5 Les couleurs :** chaudes sont plus existantes et suggère le dynamique tandis que les couleurs froides calment apaisent et suggère l'immobilité. (CREPIN & ORIDON, 1993)

### **I.1.2.L'approche sociolinguistique**

La sociolinguistique c'est une approche apparue dans la deuxième moitié du XXème siècle et développée par Meillet, Gumperz, Hymes, Labov, Fishman Calvet, Blanchet, Castelloti, Billiez...), elle s'intéresse à des champs d'études très variés, notamment l'interprétation de ces dessins et ses écrits urbains comme un phénomène social car il s'avère très difficile de comprendre les faits de langue sans référence au social. Dans cette optique, Christian Baylon affirme que : « *la société et la culture ne sont pas présents avec la langue et à côté de la langue mais présente dans la langue* » (1991, p31).

L'observation et l'analyse des variations de la langue sont privilégiées par l'approche sociolinguistique et même la dynamique des situations linguistiques ne peut être évaluée qu'au prix d'un repérage attentif des pratiques et des représentations sociolinguistiques. Donc, l'environnement graphique de la ville nous informe sur les communautés linguistiques et la situation socio-économique, c'est pour cela l'étude des graffitis des villes de Bou-Saada et Sidi-Aissa est très intéressante car elles nous renseigneraient sur les différentes langues et les significations profondes de ces dessins et écrits, sur les aspirations des Street artistes. (Baylon, 1991, p38)

## **I.2. L'évolution des graffiti et Streets art**

### **I.2.1. l'art graffiti**

Le terme graffiti qui vient du mot latin « *graphium* » désigne un style utilisé à Rome pour écrire, ce terme trouve ses origines dans l'Antiquité, il est lié au verbe grec « *graphein* » qui veut dire écrire mais aussi dessiner. (Les origines du graffiti, 2021)

D'après plusieurs études réalisées, les graffitis sont une pratique ancienne, existant avant Jésus Christe et sont une activité préhistorique. Selon Denys Riout (1985, p 08) les premiers travaux sur les graffitis ont été faits par Antonio Bosio au 17<sup>ème</sup> siècle, sur les catacombes romaines.

Les graffitis ponctuent souvent des moments de l'histoire car ils constituent témoignage est une sorte de livre ouvert pour les histoires de ceux qui nous ont précédé. On trouve l'usage du graffiti en pompe existé avant 2000 ans ou il y a 11000 graffitis- Pendant ces siècles là, l'homme a donc utilisé les moyens à sa disposition pour laisser des traces par là coloration par exemple. Hormis que l'on relit les premiers graffitis aux hommes préhistorique ou en Grèce ou au roman l'histoire de l'homme montre que les artistes ont toujours existé et tu participer leur art ou bien en collectif. (GRAFFITI, UNE DÉFINITION, s.d)

#### **I.2.1.1 Les différents styles du graffiti :**

Les graffitis peuvent revêtir plusieurs styles :

**a. Blockbusters :** Il était créé par les graffeurs Blade et Comet, Au début des années 80 dans le but de couvrir de grandes surfaces de wagons du train et aussi pour masquer les travaux d'autres graffeurs. Techniquement ils se composent principalement de deux couleurs pour réaliser la pièce à l'aide de rouleau a peinture car elle est reconnue à la forme carrée au triangulaire des lettres et son volume plus imposants pour donner de l'impact et de la lourdeur et de solidité au graffiti. (Laura, s.d)



Figure 03

- b. Le Buble style :** Le buble style figure parmi les styles les plus anciens, il a été créé par le graffeur Phase 2 en 1972. Cette police se caractérise par des lettres qui font penser à des bulles de savants grâce à son forme arrondi. Le graffiti de type buble lettre peut être réalisé en deux couleurs ou bien plusieurs couleurs car il donne un effet plus exubérant. ce style servait à jouer son rôle dans le style was qui a marqué l'apogée du graffiti à New York.
- c. Throw-up :** ce style ressemble beaucoup plus le buble style est considéré comme un dérivé de ce dernier. le Throw-up est un graffiti de façon simple et rapide, techniquement basé sur deux couleurs uniquement, la première c'est la plus sombre et la deuxième plus claire, l'une sert de contour et l'autre pour le remplissage des lettres. Ce type en caractère d'une courbe du lettrage qui garde les mêmes proportions et la même trace de style « Buble lettre ». Le Throw-up est propagé dans l'époque où le terme "bonbing" devient une fanluse.
- d. Wild style :** C'est un style techniquement compliqué car il se caractérise par un travail complexe de couleur dans lequel les lettres sont fusionnées extravagant et entremêlées et peintes avec une grande quantité de couleurs vives différent selon les artistes. Quant on parle de l'appellation de ce style de graffiti découle d'un contexte à la fois atteinte de rébellion et de revendications. Le graffeur TRACY168 A créé le Wild style en 1974 pour transmettre une image de leur « mode de vie ». (Laura,s.d)



Figure 04

- e. le 3D :** Ernis Vales le créateur du style 3D qui a marqué la 3e génération de l'histoire du graffiti en 1993.

Le style 3D a pour but de donner au lettrage un effet d'optique, et au détriment de la lisibilité alors il doit avoir un ajout des blocs 3D qui sont reliés au contour est mis en couleur sur les côtés ou les bases de lettre pour donner du volume. L'utilisation d'un style de 3D dimension de lettre à une technique manifeste purement des valeurs hip hop. Le 3D utilisée pour effet supplémentaires sur les lettres de base et il fallait créer quelque chose de nouveau et de jamais vu auparavant. (Laura, s.d)



Figure 05



Figure 06

### **I.2.2 Histoire du Streets art**

Le Street art est un art populaire sa naissance et son origine sont plus lointains, c'était dans la vallée des rois d'Égypte, dans la grotte d'Athènes, et même sur le site de Pompéi, il était une forme d'illustrations sur pierres pour transmettre des messages politiques, religieux ou personnels. Le Street art est né de la volonté de faire des graffitis pour un public plus large et à développer ses racines au sein de la culture hip hop. (Mageda, 2015)

Durant la 2<sup>nd</sup>e guerre mondiale l'art du graffiti a pris son essor et plus particulièrement dans les années 1942 à cette époque qu'on fait en participation véritablement un nom au graffiti « Kilroy ». Ce dernier s'agit d'un homme qui aurait travaillé dans une industrie qui fabriquait des bombes à Deton, au Miching, chaque fois qu'il vérifiait un item il y inscrivait en grosses « Kilroy was here » (Kilroy était ici) . Pendant la guerre, en Europe sont pleins ces bombes sont déjà transportés là-bas. L'inscription « Kilroy was here » été écrit par les soldats sur les murs qui étaient demeurés suite au bombardement c'est de cette manière que le nom devint rattaché systématiquement au graffiti et c'est pourquoi Kilroy devint populaire. (Duccio, 2016, p21)

Dans le siècle précédent et précisément les années 50 et 60 la vedette est volée par le Cornbread et travaillait avec la collaboration de son acolyte kool Earl. D'abord a commencé à faire du graffiti pour impressionner une jeune femme et grâce à elle il devient populaire et intéressait les médias qui lui ont fait de la publicité par les reportages qu'ils préparaient à son sujet.

À la fin des années 60 de nombreuses revendications et le signe de paix furent peintes sur plusieurs murs du campus universitaires et d'écoles partout en Amérique et aussi en Europe pendant la guerre du Vietnam. D'ailleurs, le graffiti fait une entrée remarquée à New York où les revendications de la population afro-américain, le féminine l'appel mondiale à la paix étaient les sujets les plus

Le graffiti a vécu une transformation latérale au début des années 70 car plusieurs artistes commencèrent à peindre d'avantage de desseins sous leur. En 1971 les graffeurs commencent à peindre leurs pseudonymes sur les wagons de train et sur les murs des stations. Ainsi a cette quête se poursuit jusqu'à la fin des années 1980. (Duccio, 2016, p23)

Dans cette période l'effet dissuasif devient palpable à cause de la nouvelle réglementation expressive conçue pour contrer les graffitis fut adopté malgré contravention coûteuse et même des peins d'emprisonnement dans certains cas, un infime nombre de graffeurs persista ainsi à peindre sur les trains et métros. Dans les années 1990 les artistes graffeurs n'ont jamais compté laisser tomber leur art et ont continué à peindre malgré l'élection de Marie Guliani qui augmentait les sanctions sur les artistes des rues.

A nos jours, nous avons vu que plusieurs pays tolérant le graffiti avec un plaisir et d'admiration envers ces artistes qui jouent un rôle clé dans la liberté d'expression. (Street Art Addict, galerie de street art, 2022)

### **I.2.2.1 Les principes de Street art**

Pour une bonne innovation et création, les Street artistes doivent aborder les 04 grandes principes du design qui se base sur la simplicité et la symbiose avec l'environnement, ils racontent souvent une belle histoire avec une forme bien soignée, les résultats dépassent leurs propres attentes :

**I.2.2.1.1. Simplicité, l'art de faire simple** l'un des grands principes du désigne et de rester simple, épurée et concis. Alors quand le Street artiste est

en mode de création il doit créer sans réfléchir et rapidement surtout quand il n'a pas toutes les autorisations requises l'essentiel ils doivent transmettre son message avec seulement quelques traits de peinture.

**I.2.2.1.2. Être en symbiose avec son environnement** Les Streets Artistes puisent dans certains grand principes du design comme : l'équilibre, l'harmonie et un mouvement directionnel pour appliquer leur don de sublimer les contraintes et les transformer en « chef d'œuvre ».

**I.2.2.1.3. L'art de raconter une histoire :** avec ce principe les Streets artistes doivent choisir une histoire à transmettre et s'exprime à travers les couleurs et les personnages pour toucher le publique avec profondeur de leur travail en l'utilisant de la lumière et des ombres.

**I.2.2.1.4. Le rôle du style et de la forme :** on parle donc de la différence entre tag et graffiti et comment les déchiffrer. D'abord, le tag concerne le déchiffrement de la signature ou du logo de l'artiste par contre le graffiti concerne tous le dessin sur le muret peuvent créer en nous des émotions très puissantes. ( streetart Mouvement, s.d)

## **I.2.2.2. Les techniques de Streets art**

L'installation de rue, le pochoir, le yarn bombing, le sticker, le graffiti, la mosaïque, la projection vidéo, le flash bombing sont des techniques développer par les artistes au courant de ses dernière années pour désigne toutes les formes d'art de la rue.

- a) **Le pochoir :** C'est une technique de ville comme le monde mais toujours actuelle car est utilisée par les graffeurs dans les Streets art, c'est une technique d'impression qui permet de reproduire plusieurs fois les motifs sur un support (mur, papier, carton...). Cette technique permet aussi d'aborder les notions de forme, de couleur et de type.

On trouve deux types de pochoirs l'un est positif qui reprend l'intérieur de la forme et l'autre négatif qui montre la forme extérieure. ( Mageda, 2015)



Figure 07



Figure 08

- b) **Mosaïque** : est déjà utilisé depuis 5 siècles avant Jésus-Christ en Grèce consiste à créer une œuvre en assemblant différents morceaux de différents matériaux.



Figure 09

- c) **Graffiti** : font partie des techniques de Street art, sont des peintures réalisées à l'aide d'un rouleau de peinture ou d'une bombe sur une propriété privée ou public. Le graffiti peut être composé de mots simples ou complexes.



Figure 10



Figure 11

- d) **projection vidéo** : l'intermédiaire d'un système de lumière de projection manipule une image par un ordinateur sur une surface et appelé aussi la projection numérique. Cette technique est utilisée lors de quelques événements, à Dubaï, à Paris et aussi à la fête des lumières dans la ville de Lyon.
- e) **Autocollant/ sticker Bing/ stickers** : ces types d'autocollants mettent généralement en avant un programme politique, ils ont été considérés comme une sous-catégorie de l'art contemporain car il désigne généralement un message ou une image de propagande. (Mageda, 2015, p212)



Figure 12

- f) **YARN Bonbing/ Street tricot** : C'est un graffiti de coton, consiste à mettre d'un tricot ou du crochet dans un environnement urbain -un peu comme des graffitis- plus précisément sans autorisation ni permission. Cet art appelé aussi le tricot urbain et presque exclusivement liée à l'embellissement et à la créativité. C'est un type de graffiti expressif, décoratif, sociopolitique, publicitaire ou de vandalisme.
- g) **installation de rue** : l'art de l'installation est un mouvement moderne caractérisé par des œuvres d'art immersive et plus grand que nature. Les artistes installeurs créent ces pièces pour des lieux spécifiques, ce qui leur permet de transformer de manière experte n'importe quel espace en un environnement personnalisé et interactif.
- h) **flash bonbing** : c'est un regroupement de personnes, parfois spontanée mais généralement planifier dans un lieu public, exécuter une chorégraphie ou action inhabituelle pendant un bref instant. Ce type de rassemblement organisé par des entreprises à des fins on peut dire qu'il s'agit d'un spectacle public de masse.
- i) **Tape art** : appelé aussi « Art du ruban » car il consiste à réaliser d'œuvre à partir des rubans adhésifs ce type est considéré comme éphémère en raison de la qualité des rubans il se base sur deux techniques distinctifs :
- **Le Brown tape art** : nommé aussi le « packing tape art » utilise lui des rubans adhésifs de couleur sont le gros scotch marron que l'on trouve pour fermer les cartons d'emballage.
  - **Le duct tape art** : est un type se réalise par de ruban adhésif toilé, imperméable, souple, inextensible et plus connu sous le nom de scotch 3M, ce matériau tient très bien et résiste aux différentes températures extérieures. (Mageda, 2015, p215)

### **I.3. Du graffiti au street art (l'art urbain)**

#### **I.3.1. La différence entre graffiti et street art**

La différence entre le graffiti et le street art est notable, les graffitis étant de plus en plus qualifiés de vandalisme, c'est un art qui ne pourrait être dissocié de son étiquette d'art illégale, ce n'est pas un art dangereux mais dérangeant, et anticonformiste sans règles ni lois. En bref il est effrayé autant qu'il est fasciné. Cette activité selon les graffeurs est un mélange de risque et d'excitation tandis que les autorités dénoncent ces pratiques les condamnant et il n'est pas considéré comme un art. Au contraire le street art maintenant correspond à toutes les désignations qu'on lui impose, est considéré comme un art légal et plus reconnu qui est à la progression de sa réussite, le street art c'est lorsque un artiste utilise son talent pour transformer un mur en un grand chef-d'œuvre. Donc ce phénomène cherche à imposer leur charme le plus grand nombre pour permettre de faire passer son message. Se faire apprécier pour promouvoir l'artiste, sa technique, son univers s'intégrant dans l'espace public. (Différence entre le graffiti et le street art, s.d)

#### **I.4. Le street art au service de la communication**

Le Street art prend une nouvelle tendance qui l'emprunte notamment dans la publicité, c'est la publicité Street art, ce phénomène appelé aussi le Street marketing

##### **I.4.1. Le street art au service de la publicité :**

Depuis les années 2000 le street art est utilisé comme un moyen d'augmenter la visibilité de la publicité, est une arme de communication pour sensibiliser un public plus jeune à aller voir les vraies œuvres au musée. Notamment dans les milieux urbains on trouve une inondation publicitaire partout dans l'espace public, sur les murs des rues, les panneaux fixes ou déroulants, les bus, les façades d'immeubles, etc. (Fronçoi Antonio, 2013, p17)

Donc, il se trouve une similitude entre le street art et la publicité car le street art emploie les mêmes stratégies que la publicité grâce aux couleurs que les apporte tous les deux aux rues, et aussi les deux recherchent les meilleurs emplacements pour être le plus visible possibles.

Ainsi, la réalisation des affiches publicitaires aujourd'hui considérées comme des œuvres d'art à part entière parce que la publicité est industrie créative, de plus

l'objectif de cette dernière et le street art soient d'attire l'attention du passants mais leurs intention ne sont pas les même, la première veut vendre et la deuxième provoquer (une réaction, un débat...) (Sophie Valiergue, 2013)

#### **I.4.2. Le street art au service de marketing**

Le Street marketing il existait depuis de nombreuses années, c'est une forme de marketing à l'avantage d'être visible dans les quotidiens des gens, elle prend une place dans les lieux publics cible et peut avoir un fort impact grâce à son originalité. Son objectif est de générer une réaction émotionnelle du public au bon endroit et au bon moment.

Donc le Street marketing de rue fait partie de les nouvelles tendances ou le les publics en placer dans des endroits stratégique où les gens ne s'attendent pas à voir.

Pour un bon stress marketing de rue les supports sont très nombreux on abordant donc que les peu coûteux et faciles à réaliser, avant de les présenter en site les règles d'abord. Ces supports doivent être créatif et original dans les choix des images et très sélectifs dans les choix des écritures c'est en premier lieu, en deuxième lieu, l'organisation de la réalisation des projets ne doit pas être bien réalisée sans logo/marque et les coordonnées de l'entreprise/association sans oublier la position des menti légales pour les flyer. (LE Street Marketing : nouvelle tendance empreinte de street art, 2017)

Ces supports sont les suivants :

- une banderole
- un pochoir personnalisé au sol dans les rues
- un flyer ou un tract
- Un flash mob ou une chorégraphie avec les employés
- Une mise en scène courte

### **I.4.2.1 Les techniques de Street marketing**

Quand on parle des techniques de Street marketing on reprenne en techniques du Street art, mais on aborde ci-dessous que les cinq techniques principales du Street marketing

**I.4.2.1.1. Les magasins éphémères** sont des magasins présents temporairement pendant quelques semaines ou quelques mois, ils visent toujours les grandes marques et surtout dans le secteur de la mode. L'objectif de cette technique est de créer une campagne marketing originale.

**I.4.2.1.2. Le décor urbain** il peut s'agir de plusieurs éléments du décor urbain comme les plaques d'égout, les poteaux électriques, un passage piéton ou tout simplement un mur traditionnel ; ce type est pour créer une campagne publicitaire.

**I.4.2.1.3. Les mobiliers urbains** ils ont faites pour créer une publicité street art, il fait partie du décor urbain, il s'agit des éléments utilisés pour une campagne marketing comme un banque, une poubelle, un arrêt de bus... etc.

**I.4.2.1.4. Les transports en commun** cette technique vise de toucher un maximum de monde, il se trouve deux formes de Street marketing pour cette catégorie ; la première c'est la customisation de l'extérieur des transports en commun et la deuxième se situe à l'intérieur des trams, des bus ou des métros.

**I.4.2.1.5. La distribution d'échantillons** cette méthode est utilisée pour avoir un fort impact sur la décision d'achat des prospects et pour répondre aux questions des clients grâce à la présentation des échantillons ou/et des coupons.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> François antonio G.le street art au service de la communication. Mémoire de Master2, 2012-2013, Paris.

# **CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)**

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)

### **II.1. Description du champ d'étude**

Les villes de Sidi-Aissa et Boussaâda se voient investies des écrits et des dessins dont les langues, les formes et les couleurs sont très variées attirent le regard et suscitent la curiosité des passants. Le Street art couvre de nombreux murs et quartiers de ces deux villes et investissent différents endroits. Nous avons alors jeté un regard structuré sur ses dessins et écrits pour en faire une lecture à la fois sociale et sémiologique incluant la linguistique. Cette approche sémio-sociolinguistique que nous avons privilégié à pour but de décrypter les messages laissés par les artistes urbains sur les murs de leurs villes sans oublier de faire appel aux approches artistiques si c'est nécessaire.

#### **II.1.1. Le recueil des informations**

Notre corpus est constitué de deux types de données, le premier d'abord se compose d'un ensemble de dessins collectés dans les villes de Sidi-Aissa et Boussaâda dans des endroits différents. Cette collecte qui s'est établie sur plusieurs mois nous a permis de réunir un nombre considérable de dessins et écrits. Le corpus comprend 52 figures et écrits répartis sur l'ensemble des quartiers des villes dont la taille varie de 9 à 11 m<sup>2</sup>. Les couleurs changent en fonction du type et de la forme due dessin. Ensuite, le deuxième corpus comprend 04 entretiens avec des artistes urbains et 04 d'autres réalisés avec les jeunes d'aujourd'hui pour connaître leur réflexion sur ce mouvement artistique. Le choix des personnes avec que j'ai mené des entretiens à tout d'abord été faits par affinité, avec des Street artistes qui seront nos principaux informateurs, puis notre enquête sera complétée par des entretiens réalisés avec des membres de leurs réseaux.

#### **II.1.2. La localisation de Streets art**

Le lieu de production recouvre une dimension spatio-temporelle et contribue à définir socialement et à orienter le contenu même des graffiti

##### **II.1.2.1. Les établissements scolaires et les centres de formation et apprentissage**

Les murs des écoles primaires et de centre de formation et d'apprentissage sont recouverts des dessins artistiques avec des énoncés de sensibilisation pour les élèves et les étudiants, nous abordons les dessins muraux des écoles primaires "Ibn Hani EL-Andaloussi" cité auto construction, Sidi-Aissa, et "Hmada Abdelkader" Boussaâda

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)

centre-ville, l'institut des langues "EL-GHOZLAN", Sidi-Aissa, centres de formation et d'apprentissages numéro01, Sidi-Aissa, ils transmettent des messages traduisent de motivation d'apprendre.



Figure 13



Figure 14



Figure 61

**II.1.2.2. L'enceinte et mur des infrastructures sportives** qui contient surtout des traces de passage du sport qui inscrivent le nom de leurs équipes favorites. D'autres desseins traduisent penchons pour le leadership.



Figure 15



Figure 16

**II.1.2.3. Lieux de rencontre des jeunes** où les artistes urbains expriment une sensibilisation sociale de manière urbaine sans faire face aux obstacles de la communauté que ce soit des dessins ou par des écrits.



Figure 17



Figure 18

**II.1.2.4 Terrain plus ou moins abandonnés** dans cet espace on trouve beaucoup plus des écrits par des graffiteurs illégaux, sont des terrains où les graffiteurs peuvent

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)

s'adonner à occupation en toute quiétude, ils ne seront surpris ni par les habitants ni par la police.



Figure 19

**II.1.2.5. Les restaurants et les magasins de vêtements et salles du sport** ceux qui contiennent des peintures urbaines qui attirent l'attention des jeunes car ils contiennent des dessins de séries internationales par exemple « la casa de Papel » et des clubs comme « Liverpool » pour faire la publicité de leurs produits.



Figure 20



Figure 21

## **II.2. Analyse sémio-sociolinguistique des Streets-art**

Selon (Bulot, 1999, 2004) le champ de la sociolinguistique urbain a été précoïné. Nous distinguons donc que la ville en tant qu'espace social et lieux de mutation dans un rapport de domination entre les différents groupes sociaux, donc tout ce qui se joue dans la ville se rapporte à la culture urbaine « *en d'autres termes l'espace n'est plus envisagé comme une donnée posée mais plutôt comme un acteur des changements sociaux* » (Djerroud, 2018, p.43)

### **II.2.1. Les dessins**

Les murs portent plusieurs inscriptions variées les unes que les autres

**II.2.1.1. Les structures sportives** les figures suivantes montrent des inscriptions comportant les noms des équipes locales, nationales ou étrangères et d'autres traduisent les émotions sorteurs qui portent des messages d'encouragement à leur équipe favorite.

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)

Parmi les Streets art qui montrent les noms des équipes locales :

- MCA : Mouloudia Club Algérie
- USMA : Union Sportif de la Médina d'Alger

⇒ Figures N° 22, 23 : une enceinte porte tous les logos de l'équipe Mouloudia de la commune d'Alger (désormais MCA) avec plusieurs expressions qui montrent la grandeur de cette équipe chez les jeunes de ce quartier, en utilisant différents styles d'écriture : le style 3D dans les mots suivants : GREEN, HASTA, ETHALA AMIGO, et le bubble style dans MOULODIA, et le Throw up dans LUEGO, ULTRAS.



Figure 22



Figure 23

Le Street artiste de cette enceinte a respecté les couleurs de l'équipe le vert et le rouge ;

- le vert qui représente le signe de l'espoir du peuple algérien et aussi représente l'islam.
- le rouge c'est le signe de l'amour, la nation et du sacrifice.
- Le pirate : est toujours lié à cette équipe car était toujours le pirate de toute les équipes algériennes, elle est d'ailleurs nommée 'le pirate d'Alger'. Concernant la date citée, c'est la date de la naissance de cette équipe.



Figure 24

⇒ Figure N° 25 : tout un mûr porte plusieurs dessins et énoncés qui renvoient à l'équipe de l'union sportive de la médina d'Alger (désormais USMA). Le dessin présente le flotte algérien c'est parce que on trouve dans le logo un grand bateau. Les couleurs qui caractérisent ce club sont le noir et le rouge. Pour les techniques des écrits l'artiste urbain a utilisé le 3D dans les expressions suivant USMA, l'USMA C'EST NOUS

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aïssa et Boussaâda (structure et signification)

- Le jeune homme avec la flamme représente le supporter de cette équipe qui toujours avec le slogan "l'Algérie s'enflamme pour le rouge et noir "



Figure : 25

⇒ Figures N° 26, 27, 28 : présentent les 05 grands créateur du football de la ville de Sidi Aïssa avec l'expressions suivante: حتى لا ننسى تاريخنا الرياضي = pour ne pas oublier notre histoire sportif. C'est un tableau qui fait passer un message aux générations prochaines sur l'histoire sportive de leur ville. Le dessin est associé avec un mur qui porte le logo de l'équipe IRBSA qui porte le blanc et le rouge avec une expression de remerciements par les jeunes de cette ville au créateur.

"thank you all ... History never forget " " شكرا لكم جميعا...تاريخ لا ينسى "

= "merci pour tous ... Historie innoubliable"

- IRBSA : Itihad Riadhi Baladi Sidi-Aïssa



Figure 26



Figure 27



Figure 28

Le Street art a des équipes étrangères

⇒ Figure N° 03 : se présente l'équipe de Juventus. D'après une courte enquête avec l'artiste de ce tableau, il annonce que la réalisation de ce dernier était le choix de la majorité des jeunes de la ville parce que c'est une équipe italienne, les couleurs de drapeau de celles-ci équivalent les couleurs de leur équipe préférée MCA.

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)

Il utilise 05 couleurs dans cette inscription le noir, le doré, et le blanc sont les couleurs principales de club Juventus. Il insère les 02 autres couleurs de l'équipe préférable dans la lettre "U" comme indice que sont les couleurs des boss du football soit national ou international, et pour le club il représente les couleurs de leurs pays respectifs "l'Italie et l'Algérie".



Figure 03

⇒ Figure N° 29 : avec le style 3D le mot King représente toujours chez le jeune le club de Real Madrid car il est toujours le Roi dans La Champions League. Il est relié aussi avec l'équipe MCA



Figure 29

**II.2.1.2. Lieux de rencontre des jeunes** Sont toujours des espaces publics que les artistes utilisent pour attirer l'attention des passants, soit avec des dessins extraordinaires soit avec des expressions de sensibilisation.

⇒ Figure N°30 : (le lion) un lion d'Asie, selon Hicham BEN KIHOU L'artiste urbain de ce tableau. Cette race se caractérise par le pouvoir et la grandeur, le but de ce dessin est de rappeler les jeunes de leur rôle dans la société comme des hommes. et d'après les jeunes du quartier où se trouve cette peinture artistique, chaque fois qu'ils les voient, ils sont fiers de ressembler à ce lion.

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)



Figure 30

⇒ Figures N°31, 32, 33, 34 : sont des enceintes situées dans des zones publiques, les artistes a profité ce lieu stratégique pour sensibiliser le public pour protéger leur environnement par des paysages accompagnent par les expressions suivantes :

- Figure N°34 : بيئتي مرآة تعكس صورتي = mon environnement est un mémoire qui reflète mon image.
- Figure N°31 : بيئة نظيفة حياة جميلة = environnement propre, belle vie.
- Figure N°33 : بيئتنا مرآة أخلاقنا = notre environnement est le miroir de nos mœurs.
- Figure N°32 : دمر نفسك بعيدا عنا = détruit-toi loin de nous (interdiction de fumé).



Figure 31



Figure 32



Figure 33



Figure 34

Nous savons tous que pour le peuple algérien, la Palestine coule dans ses veines, dans la figure N°35 c'est une enceinte que présente la solidarité avec "GAZAH, mosquée El QODS, les drapeaux de Palestine et l'Algérie avec l'expression : " EL QODS à nous " القدس لنا " et issu-de sous un cœur bâton sanglant avec "GAZAH" à l'intérieur lié par l'expression suivante : غزة نبض العزة = GAZAH est le poule de la fierté

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)



Figure 35

⇒ Figure N° 36 : c'est un tableau représente tous les monuments de l'Algérie, aux dépens du peintre, le message adressé est de faire revivre la vie de notre pays chez les enfants à travers ses dessins.

Les monuments trouvés dans cette figure sont :

1. Le monument d'Alger
2. Les montagnes de Djurdjura.
3. La grand mosquée " Okba bno nafie"
4. Château des béni Ahmed
5. Les oasis



Figure36

### **II.2.1.3 Les établissements scolaires et de formation**

Nous avons de nombreux établissements destinés pour montrer leurs effets. On commence par les écoles primaires où se trouve toujours des dessins animés accompagnés par des énoncés très connus (motivation pour l'éducation)

- Figure N°38 : العلم صيد و الكتابة قيد = la connaissance est la chasse et l'écriture est une restriction (traduction littérale)
- Figure N° 38: المعلم ضمير و التلميذ أمانة، إذا ضاع المعلم ضاعت الأمانة = l'enseignant est une conscience et l'élève est une confiance, si l'enseignant est perdu, l'élève est perdu
- Figure N° 37 : العلم نور و الجهل ظلام = la science de la lumière et les ténèbres de l'ignorance. (traduction littérale)

= la science est la lumière et l'ignorance est l'obscurité

CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)



Figure 37



Figure 38

Ensuite, nous avons le centre de formation et apprentissage qui porte des tableaux indiquent les domaines disponibles qui aident les jeunes à leur vie quotidienne



Figure 39



Figure 40



Figure 41



Figure 42



Figure 43

⇒ Figure N°44 : présente le centre culturel avec une interface attirante et montre la valeur de la culture trouvé dans ce centre cette interface est un ensemble du livre incarné, cette interface immortalise des livres et des créations du livre de Sidi-Aissa, comme le romancier Eid Ben Arous, le Dr Ait Sidhom Suleiman, le Dr Issa Daoudi, le romancier Al-Etrab Boullarabi, et le Dr Nazir Bousba, sans oublier une note du célèbre Sidi-Aissa, feu le ministre Mustafa Al-Ashraf.



Figure 44

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aïssa et Boussaâda (structure et signification)

### **II.2.1.4 Restaurant et marketing**

Nous n'avons abordé que 2 restaurants comme un exemple de Streets art. La première et au nom du club de sport Liverpool : « Liverpool pizza ». À l'intérieur, on trouve tout un mur comme un tableau artistique présentant les signes du club avec plusieurs types de pizzas et d'autres signes l'accompagnent.



Figure 45

La deuxième, le chef de restaurant a choisi une série internationale adorée par la jeunesse « La casa de Papel » et a nommé son restaurant « La casa del kabab » en utilisant les symboles de cette série. Il a constaté que les jeunes ont une grande sensibilité à ce nom. Les figures N° 46, 47, 48 montrent cet agréable restaurant avec le visage de "Dali" et "le professeur" qui sont les rois de série.



Figure 46



Figure 4



Figure 48

Le Street art se propage aussi au marketing dans les figures N° 49, 50, 51, 52, on à des boutiques du vêtement que présentent les meilleures marques avec les dessins muraux mais aussi pour les coiffeurs.



Figure 49



Figure 50



Figure 51

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)



Figure 52

### **II.2.2.les écrits**

Dans la partie qui précède, nous avons abordé une analyse sémiologique et à la fois sociolinguistique de plusieurs Streets art, maintenant nous allons aborder un contenu qui porte des graffitis ludiques et ironiques...Etc. Utilisés comme un moyen de communication.

Nous avons constaté que les jeunes ou les graffiteurs illégaux exploitent un répertoire linguistique varié composé de plusieurs langues : l'arabe, l'anglais, l'espagnol et japonaise.



Figure 53



Figure 54



Figure 55

#### **II.2.2.1. Le plurilinguisme et les graffitis**

Selon Karim Ouaras (2009), « *la rue devient une sorte de livre à ciel ouverte, elle dit la diversité de la ville à travers des graffitis plurilingue et une multitude de discours. Les graffiti expriment à travers les mots et les signes la nécessaire intention de communiquer et de se dire qui est le fondement même de ce que l'on appelle un message.* » ( Ouaras ; 2009)

Dans notre corpus nous abordons des exemples qui montrent que les jeunes de ces villes sont polyglottes et que le plurilinguisme, s'affiche dans leur réalisation et se manifeste de diverses façons.

Nous avons trouvé que les adolescents de cette génération ont intégré une nouvelle langue, c'est la langue japonaise. D'après les échanges que nous avons eu avec ces jeunes, nous avons constaté qu'ils sont très influencés par les animés.

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)

### II.2.2.2. L'analyse thématique des écrits

Les graffitis sont toujours réalisés par des graffeurs anonymes car la majorité de ce genre d'écrit est ludique et illégal.

Dans les figures N° 61, 62, 63 sont fait par un graffeur illégal, il essaie d'exprimer leur sentiment sur les murs et de faire passer un message aux autres c'est à dire "un tag" il utilise plusieurs langues.

⇒ Figures N° sont des expressions écrites en arabe avec les pseudonymes des graffeurs

- كلهم جدران مائلة = Ce sont tous des murs en pente
- مارسي يا عدواني مارسي يالي بيكم ساكت = Merci mes ennemis, merci qui êtes vous je me tais
- العودة بدون قلب هذه المرة = De retour sans cœur cette fois



Figure 61



Figure 62



Figure 63

Ensuite, nous avons d'autres mots écrits en japonais



Figure 64



Figure 65

⇒ Figure N°65 le premier mot veut dire la mort, signe de la suicide et le deuxième veut dire le ciel, signe de l'espoir.

### II.2.3. Quand un quartier devient un Streets art

L'art urbain est plus en plus le plus présent au sein des villes, car il est forme moderne de l'illustration urbaine et l'expression du peuple ainsi que leur émancipations.

### II.2.3.1. Description de quartier

Le quartier de Boussaâda « LE QUARTIER D'ART » a commencé d'écrire son histoire le 26/07/2020 par un groupe d'artistes urbains « ART BOX ». Leur âge varie entre 18 et 26 ans. Ils ont créés un quartier composé de 45 tableaux, pour le rendre comme un moyen de contestation, de réflexion et comme un lieu de débat.



Figure 58



Figure 59



Figure 60

### II.2.3.2. La réflexion sémio-sociolinguistique de quartier sur les passants

Après un entretien avec Younes GHEZAL il nous annonce : « كان التفاعل الاجتماعي مع هذا الحي رائعًا، فهناك العديد من الأعضاء المتأثرين بالسيمولوجيا المشار إليها بالرسومات لأنها تُرجمت كتواصل بصري *« L'interaction sociale avec ce quartier c'était formidable, il se trouve plusieurs membres influencé par la sémiologie indiqués par les dessins car ils ont été traduits comme une communication visuelle ».* (2022)

Donc on constate que la communication visuelle constitue un pont vers la définition sémiologique des systèmes culturelle comme la peinture.

Pour bien comprendre cette réflexion, nous abordons quelques panneaux de ce quartier avec une forte influence sur les passants.

Figure N° : c'est un tableau raconte des événements d'une réalité amère que le jeune Djamel BENSMAIL a traverse et la souffrance que son père a subi. Le message inspiré de cette image est le même que la majorité des passants ont conclu après leur avoir demandé est que « celui qui meurt injustement aura le paradis ».



Figure 56

## CHAPITRE II : analyse des Streets art de Sidi-Aissa et Boussaâda (structure et signification)

Ensuite, nous avons un tableau qui fait plusieurs passant d'arrêter pour le photographe à cause de la valeur du message qu'il porte. Il indique que la mère est toujours la personne la plus proche pour tout le monde. (Figure N°57)

Les messages donnés par le public sont :

- « Il n'y a pas de vie sans mère » « لا توجد حياة بدون أم »
- « Elle est le paradis, et nous le gagnons avec elle » « هي الجنة و نكسبها بها »



Figure 57

Donc, l'art urbain aurait un véritable poids sur la société. Autrement dit l'art de rue est envisagé dans sa capacité à créer une ambiance urbaine artistique qui attire les créatifs de ses territoires.

En effet, notre quartier est peut-être devenu une galerie parce que il est très sacré par les habitants de la ville, ils cherchent à motiver le groupe « ART BOX » pour le développer davantage parce qu'ils ont remarqué que l'intégration de l'art dans les espaces publics urbains joue un rôle important dans la formation de l'identité d'une ville.

# Conclusion

## Conclusion

Notre présent travail avait comme objectif de montrer que le Streets art et les graffitis ne sont pas de simples vandalismes mais sont un art d'expression et de communication indirecte des jeunes aux leurs sociétés.

Pour répondre à nos interrogations de départ, nous avons mené une enquête de terrain par laquelle nous avons d'abord pris des photos de plusieurs panneaux de Streets art dessinés par des artistes urbains avec des types et des techniques déferents ainsi que des écrits transcrits par des graffeurs inconnus en utilisant plusieurs langues. Nous avons complété notre enquête par des entretiens menés auprès des graffeurs et de leurs amis.

Nous rappelons que notre modeste recherche touche essentiellement aux graffitis dans les deux villes de SIDI-AISSA et BOUSSADA, analyse qui se base sur deux approches sémiotique et sociolinguistique.

Notre travail a été organisé en deux chapitres. Dans le premier chapitre nous avons défini les concepts de base qui sont en relation avec notre travail de recherche en particulier celui du Streets art et graffitis comme un signe socio-sémiotique, ensuite le deuxième chapitre base sure l'analyse des street art et des graffitis (dessin et écrits) et leur réflexion sur la société de ces deux villes.

Nous avons analysé d'abord des zones publiques comme les structures sportives, les lieux de rencontres des jeunes. Ensuite, nous avons considéré les peintures réalisées près des établissements scolaires et de formation et aussi les restaurants et marketing comme les magasins des vêtements, les coiffeurs ... etc. Nous avons, enfin, analysé le plurilinguisme trouvé dans des écrits illégaux.

L'analyse des données nous a permis de faire ressortir un ensemble de résultats :

Le Street Art permet aux jeunes d'exprimer leurs sentiments, leurs joies, leur tristesse par des tableaux dessinés et des écrits soit légaux ou illégaux. Il se présente ainsi comme un système d'énonciation et de communication assez original dans le milieu urbain dont le but entre autres le but étant de stimuler et développer la créativité des jeunes.

Il est également un moyen pour traduire les pensées et des jeunes, leur vie et à la fois une expression de leurs penchants idéologiques et rêve voire même traduit leurs croyances.

Notre hypothèse de départ qui suppose que le Street art est utilisé comme moyen d'expression et de communication est confirmée.

## Conclusion

Au-delà de ce désir de communiquer ses sentiments et ambitions, le Street art permet aux jeunes de développer leur créativité et d'établir un rapport artistique avec l'espace urbain. Ainsi, ces dessins permettent de lier les jeunes à l'espace qui les entoure.

Outre la communication, cette nouvelle forme artistique urbaine est déployée dans la publicité pour faire connaître particulièrement les lieux de marketing, de sport, des établissements. Comme nous l'avons vu avec les magasins des vêtements, les restaurants, les structures sportives, les écoles primaires ...etc.

On a consacré la partie pratique de cette étude à l'analyse du Street art trouvé dans les deux villes et aussi l'analyse de « Quartier d'art » de Boussaâda avec l'analyse de quelques graffitis, choisi comme corpus de notre analyse qui a traité l'étude des formes, les dimensions, les symboles et la réflexion sémiologique sur la société.

Nous concluons donc que le Street art mérite une observation empirique qui puisse montrer comment il exprime l'état d'âme de la jeunesse des villes de Boussaâda et Sidi-Aïssa qui ont fait à la fois un moyen et un espace d'expression. L'observation du terrain démontre aussi le poids et les corrélations entre langue et société à partir de l'analyse des pratiques langagières et des stratégies discursives.

Le graffiti et le Street art sont interdits, mais l'idée principale est la communication et le message avant tout. Le Street art, la plupart du temps, est un art réalisé par des artistes connus qui vient faire passer un message, un énoncé, un mécontentement ou au contraire, réalisée légalement sur des biens privés ou public. Cet art prend les allures du miroir d'une collectivité du reflet de ce que la masse pense et pense, donc le Street art c'est une simple expression de ressentiment d'un malaise émotionnel créé par diverses situations.

Avec des autorisations le Street art et le graffiti sont considérés comme un art public et incontournable trouve leur place dans les musées et les galeries. Alors on constate d'après ces résultats que les artistes de Streets Art ne cherchent pas à vandaliser les espaces publics, mais plutôt à changer notre regard sur la ville et sur l'art. Donc la rue est avant tout la raison pour laquelle les œuvres de la rue se distinguent de celles destinées aux collectionneurs ou aux musées car c'est un lieu de rencontre qui favorise la diffusion, les échanges, l'affrontement des idées, et il s'agit d'œuvres livrées au regard de tous, souvent voyantes et démonstratives.

## Conclusion

Le street art est devenu incroyablement populaire est devenu un marché et influence la scène artistique, tous les murs sont animés, et même les affiches publicitaires se peignent sur les façades pelées.

En effet, les graffiti et précisément les écrits est aussi un moyen de casser l'ennui, de s'évader, d'oublier les problèmes du quotidien. Les jeunes, pour meubler la monotonie ou pour oublier la morosité des cours, écrits des initiales, et inscrivent des messages. Ces derniers sont l'expression de divers sentiments qui peuvent traduire leur joie, l'amour, tristesse ...etc.

Notre travail n' a pas été sans contraintes. En effet, nous avons rencontré un ensemble de problèmes comme la difficulté de faire des entretiens avec les passants et surtout les femmes. Nous avons aussi la difficulté de convaincre les graffeurs que notre recherche est anonyme afin qu' ils nous traduisent les mots japonaise trouvés.

Par notre présent travail nous avons essayé d' aborder d'analyser et de comprendre quelques street art et graffitis en identifiant leurs signes composants, puis chercher à élucider et expliquer les rapports qu'entretiennent ces signes avec le contexte de vie des graffeurs. Mais, une réflexion sur les aspirations des jeunes pourrait faire l' objet d' une étude approfondie en liant sociologie et sociolinguistique. Les psycholinguistes n'ont-ils pas intérêt à décrypter ce Streets art (dessin et écrits) pour mieux connaître les jeunes de leurs sociétés ?

# **Bibliographie**

## Bibliographie

### **Les ouvrages :**

- Barthe, R (1964). *Le degré zéro de l'écriture, éléments de sémiologie*. Paris.
- Baylon, C (1991). *Sociolinguistique : société, langue et discours*. Paris: Nathan.
- Buysen, E (1943). *Le langage et le discours: Essai de linguistique fonctionnelle dans le cadre de la sémiologie*. Bruxelles: Office de publicité.
- Dubois, J (1973). *Dictionnaire de linguistique, Larousse*.
- Jean, C (1998). *L'approche sémiologique*.
- Siouffi. G & Van Raemdonck. D, (2012, juillet 07). *Pour comprendre la linguistique*, 5<sup>e</sup> éd, Bréal.

### **Les articles**

- Bilodeau. D, (1996), *Les murs de la ville. Les graffitis de Montréal*, ed. Liber.
- DUCCIO. D, (2016, octobre 13), *Street art - Histoire, techniques et artistes*, Place des Victoires.
- F. CREPIN-M.-ORIDON (1993, juillet), (pouzalgves Agrégés de l'université méthodes et technique, no16464), France par Rollina
- François antonio. G. (2012-2013) *le street art au service de la communication*, [Mémoire de Master2]. Université Paris
- Mageda. d. . (2015). *Anthologie du street art*. Paris: alternative.
- Miladi. K. (2006-2007) *Le graffiti : de la rue à une reconnaissance institutionnelle*, [Mémoire de Master2, Université Paris, Mendes France].
- Riout. D, (1985), *le livre du graffiti*, Paris, Alternatives.

### **Sitographie**

- GRAFFITI, UNE DÉFINITION, s. d. dernière consultation 20/03/2022, <https://graffiti.monuments-nationaux.fr/graffiti2/Graffiti-une-definition>
- LAURA, LES 5 STYLES PRINCIPAUX DU GRAFFITI, DERNIERE CONSULTATION 06/03/2022. [HTTPS://WWW.THENATTYART.COM/LES-5-STYLES-PRINCIPAUX-DU-GRAFFITI/](https://www.thenattyart.com/les-5-styles-principaux-du-graffiti/)
- Les origines du graffiti, (2021, février 10 ), consulter le 09/03/2022. <https://www.drip-in.com/fr/art-urbain/les-origines-du-graffiti>

## Bibliographie

- Le Street Marketing : nouvelle tendance empreinte de street art, (2017, novembre 27), dernière consultation 21/04/2022. <https://www.slave2point0.com/street-marketing-publicite-dans-la-rue-entreprise-original-street-art/?fbclid>
- Ouaras, K. (2009). sur insaniyate revue, Consulter le 20/05/ 2022. <https://insaniyat.revues.org/596?lang=en>
- Sophie Valiergue,(2014, octobre), STREET ART, GRAFFITI ET PUBLICITÉ : ENTRE CONNIVENCE ET AVERSION, dernière consultation 21/04/2022. [https://www.influxus.eu/article1055.html?fbclid=IwAR1nKts\\_llmG-czxi-vGx](https://www.influxus.eu/article1055.html?fbclid=IwAR1nKts_llmG-czxi-vGx)
- Street Art Addict, galerie de street art, (2022), dernière consultation 06/02/2022. <https://www.street-art-addict.com/street-art/?fbclid>
- dernière consultation 12/01/2022 <https://www.guillaumeservos.com%2Fdesign-streetartMouvement%25>
- Dernière consultation 19/03/2022, <https://fr.strephonsays.com/graffiti-and-vs-street-art-13626>

## Bibliographie

## Le résumé :

Les jeunes de Sidi Aïssa et Boussaâda, comme tous les jeunes algériens, laissent sur les murs des Streets arts de toutes sortes qui traduisent, à la manière des jeunes occidentaux, leur bonheur ou leur déception ou encore leur souffrance.

Avec notre objectif qui stipule le Streets art et les graffitis sont un art de communication et d'expression qui montre la créativité de la jeunesse.

Ces inscriptions murales permettent aux jeunes d'exprimer ce qu'ils ont sur le cœur, de faire passer un message sémiologique au peuple et de sensibilise le public. Le Streets art et les graffitis dénoncent, revendiquent et s'oppose avec le but de faire passer le message aux autres

## Mots-clés :

Les jeunes, Streets art, graffitis, la rue

## المخلص:

إن شباب مدينتي سيدي عيسى وبوسعادة ، مثل كل الشباب الجزائري ، يتركون على الجدران فنون الشوارع بكل أنواعها والتي تترجم ، على طريقة الشباب الغربيين ، سعادتهم أو خيبة أملهم أو معاناتهم

مع هدفنا الذي ينص على أن فن الشوارع والجرافيتي فن للتواصل والتعبير يظهر إبداع الشباب.

تسمح هذه النقوش الجدارية للشباب بالتعبير عما يدور في قلوبهم ، ونقل رسالة سيميائية إلى الناس ورفع مستوى الوعي العام. فن الشوارع والجرافيتي يدينان ويدعيان ويعارضان بهدف إيصال الرسالة إلى الآخرين

## الكلمات المفتاحية :

الشباب، فن الشوارع، الكتابة على الجدران، الشوارع