



Université de Belhadj Bouchaib-Ain Témouchent
Faculté des lettres, des langues et des sciences sociales
Département des lettres et langue françaises

Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention d'un master
en : sciences du langage

Intitulé du mémoire :

Analyse sémio-linguistique de caricature

Représentant la crise alimentaire en

Algérie (2021-2023)

Présenté par :

BENDAHMANE Djihane

Sous la direction de :

DR MERBOUH Hadjer

Membres de jury

Président:

SAID BEL ARBI Djelloul

Encadreur:

MERBOUH Hadjer

Examinatrice:

BAHRI Souad

Année universitaire:2022-2023





Université de Belhadj Bouchaib-Ain Témouchent
Faculté des lettres, des langues et des sciences sociales
Département des lettres et langue françaises

Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention d'un master
en : Sciences du langage

Intitulé du mémoire :

**Analyse sémio-linguistique de caricatures représentant la crise
alimentaire en Algérie (2021-2023)**

Présenté par :

BENDAHMANE Djihane

Sous la direction de :

DR MERBOUH Hadjer

Membres de jury

Président :

SAID BEL ARBI DJELOUL

Encadreur :

MERBOUH Hadjer

Examinatrice : BAHRI Souad

Année universitaire:2022-2023

Remerciements

En premier lieu, je tiens tout d'abord à remercier Dieu le tout puissant et miséricordieux, qui m'a donné la force et la patience d'accomplir ce modeste travail.

En guise de reconnaissance, je tiens à témoigner mes sincères remerciements à ma directrice de recherche, de m'avoir encadré, orienté DR .HADJAR MERBOUH. Je la remercie aussi de son suivi permanent de mon travail, ses remarques et suggestions, pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter ma réflexion sans lesquelles ce mémoire n'aurait pas eu lieu.

Nos remerciements s'adressent également aux membres des jurys qui ont bien voulu accepter de juger ce travail.

*Je remercie chaleureusement tous nos enseignants au département de français
Mes profonds remerciements vont également à mes adorables parents pour leur soutien moral et leurs conseils précieux tout au long de mes études.*

En dernier lieu, je remercie la totalité des enseignants qui m'a donné un bon apprentissage tout au long de mes études.

BENDAHMANE Djihane.

Dédicace

Avec toute la gratitude et l'amour je dédie ce travail à :

À tout membre de la famille : Bendahmane

Mes chers parents que dieu les gardes pour moi qui ont sacrifié leur vie pour mon bonheur et ma réussite. Leurs tendresses qu'ont faites de moi ce que je suis aujourd'hui quoique je fasse et quoique je dise, je ne saurai point vous remercier comme il se doit.

Et surtout mon grand père qui nous a quittés trop tôt

« Que Dieu bénisse son âme »

Et à tous les amis groupe de « Sciences du langage » avec lequel j'ai passé de beaux moments et qui ont toujours été là pour m'encourager et me soutenir.

Merci à vous !

Sommaire

Introduction générale.	7
Chapitre 01 : Sémiologie et caricature, éléments théorique et contextuel	10
1. la Sémiologie.	11
2. La Caricature.	16
3. La satire.	22
4. La crise alimentaire en Algérie (2021-2023).	23
5. Méthodologie de recherche.	24
6. Conclusion.	
Chapitre 02 : Analyse sémio-linguistique des caricatures.	27
1. Présentation de corpus	28
2. Analyse sémio-linguistique des caricatures.	28
3. Synthèse.	69
Conclusion générale.	72
Références bibliographiques.	74

Introduction générale

La communication passe par une variété d'expressions verbales et non verbales telles que la parole, l'écriture, les couleurs Ainsi, différents moyens permettent d'exprimer ses messages, parmi ces moyens, on trouve l'image qui occupe aujourd'hui une place importante dans le monde et dans la recherche scientifique. L'image comprend plusieurs types, dans la présente recherche, c'est le dessin humoristique et satirique de la caricature qui nous intéresse.

Comme tous les Algériens, nous sommes touchés par une période d'une crise alimentaire de pénurie des produits alimentaires et l'augmentation des prix (depuis 2021). Nous nous intéressons à ce phénomène, et notre objectif consiste à observer l'importance que joue l'art caricatural pour refléter la réalité de la société algérienne d'une façon humoristique et satirique.

Nous posons la problématique suivante : comment est exposée la récente crise alimentaire algérienne dans la caricature présente dans les différents médias et réseaux sociaux algériens (2021 - 2023) ? Pour pouvoir répondre à cette problématique, nous proposons deux hypothèses : nous supposons que les différents signes sémiologique participent à exposer la réalité de la crise algérienne de façon satire ; aussi, nous supposons que les discours présents dans les caricatures renforcent cette satire.

Afin de répondre à notre problématique et pour affirmer ou infirmer les hypothèses que nous avons formulées, nous avons collecté un corpus constitué de 15 caricatures réalisées par des caricaturistes algériens, entre l'année 2021 et 2023, et qui traitent du thème de la crise alimentaire en Algérie.

Nous suivons une approche sémio-linguistique afin de dégager tous les éléments constituant les différentes caricatures, et proposer une lecture plurielle des signes es codes linguistique (titre, paroles dans les bulles...) et iconique (code physiologique, code vestimentaire, couleurs, ...).

Notre mémoire se subdivise en deux parties : un premier chapitre qui est consacré à l'aspect conceptuel et contextuel de cette recherche, il s'agit de présenter quelques

notions comme : la sémiologie, l'image, la caricature, la satire.

Ensuite, nous nous intéressons aux aspects contextuels, nous mettrons l'accent sur la crise alimentaire en Algérie, puis nous expliquons la démarche méthodologique adoptée pour la réalisation de cette recherche suivie par une grille d'analyse de Roland Barthes.

Le deuxième chapitre, intitulé « analyse sémio-linguistique des caricatures » : nous présentons tout d'abord le corpus de la recherche, puis nous exposons une analyse sémio-linguistique des caricatures choisies, pour arriver à une synthèse interprétative qui permet de vérifier les hypothèses proposées au début de notre recherche.

Chapitre 01 : Sémiologie et caricature : **Eléments théorique et contextuel**

L'image caricaturale est connue par sa capacité de provoquer le rire, mais elle joue aussi un rôle important de transmettre un message implicite d'une situation dans la société, de ce fait c'est un outil d'information et de communication.

Ce premier chapitre représente la partie conceptuelle et contextuelle ainsi notre méthodologie de recherche de notre travail qui consiste à effectuer une analyse sémiologique des caricatures donc nous allons présenter les définitions et la notions de base.

D'abord nous commençons par l'étymologie de mot sémiologie, puis nous donnons sa définition et ses types, comme nous mettre l'accent sur la sémiologie de l'image.

Ensuite nous tenterons de mettre en lumière le terme caricature, nous traçons son histoire et sa définition, ses types, ses procédés, ses fonctions principales.

Finalement, nous allons présenter l'idée de la situation économique en Algérie qui a donné naissance à la crise alimentaire dans la caricature satirique.

1. La Sémiologie :

1.1. Etymologie de terme :

L'étymologie du terme sémiotique ou sémiologique est issue du grec « sémion » qui signifie « signe » et « logos » qui renvoi ou mot « discours » par extension « logos » signifie « science » (BLOCHO, 1994,)

Le dictionnaire le petit ROBERT (2004) mentionne que l'apparition du terme "sémiologie" dans la langue française remonte à 1752. En d'autres termes. Dans l'Antiquité la sémiologie était une branche médicale qui cherche à expliquer les signes et les symptômes manifestes de différentes maladies.

Pas de doute au début du XXe siècle ce concept "sémiologie" a été créé par Ferdinand De Saussure en Europe (1887_1913) le père de la linguistique moderne. Pour Saussure, la communication n'est pas que linguistique, elle comprend également

toutes sortes de signes verbaux et non verbaux ainsi que leur signification. Ainsi, à partir de cette réflexion, la sémiologie apparaît comme étude des signes.

1.2. La définition de la sémiologie :

La sémiologie à l'origine, selon la définition précise proposée par Ferdinand De Saussure, est « *une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale* » (SAUSSURE, 2005, 22). C'est-à-dire que la sémiologie est la science générale de tous les systèmes des signes ou des symboles grâce auxquels les humains communiquent entre eux par exemple : le langage verbal, le code de la route, le langage des sourds-muets ...etc.

La sémiologie est l'étude des traits spécifiques qui caractérisent une image, c'est la description par les caractères afin de révéler le sens caché.

D'après Saussure, c'est la sémiologie serait la meilleure façon d'étudier les caractéristiques communes de la langue avec les autres systèmes de signe.

La langue est un système de signes exprimant des idées, et par là, comparable à l'écriture à l'alphabet des sourd-muets, aux rites symboliques aux formes de la politesse, signaux militaires [...] Elle est seulement le plus important de ses système (SAUSSURE ,1967 : 67)

Pierre Guiraud affirme que

La sémiologie est la science qui étudie les systèmes de signes langue, code, signalisation, etc. Cette définition fait de la langue une partie de la sémiologie. En fait, on est généralement d'accord pour reconnaître au langage un statut privilégié et autonome qui permet de définir la sémiologie comme l'étude des systèmes de signes non linguistique (P, GUIRAUD, 1973).

Donc on déduit que la sémiologie désigne la théorie générale des signes linguistique (parole, mot) et non linguistique (image, geste, mimique, habilement) ce qui explique la présence du signe dans plusieurs disciplines, ainsi que les modes de signification et les processus d'interprétation.

Avec Roland Barthes, la sémiologie a été revue et alimentée par la théorie de Ferdinand Saussure. Barthes propose la sémiologie comme outil de décryptage idéologique, où chaque message est une construction qui ne va pas de soi.

1.3. La sémiologie et la sémiotique

1.3.1. La relation et la distinction entre sémiologie et la sémiotique

La sémiologie et la sémiotique sont des concepts équivalents car ils ont la même étymologie (**du latin sémion**) souvent les deux s'intéressent à la loi du fonctionnement symboliques et plus particulièrement à l'étude des systèmes de signes et de la signification.

FLOCH.J.M affirme que « *qu'a défaut de se confondre, les deux termes désignent presque la même chose* » (FLOCH, 1995, p.07). Alors, pour lui la sémiologie et la sémiotique sont les mêmes choses et pour les deux cas c'est l'analyse des signes, des messages bien visuels que verbaux. Nonobstant leur étymologie, ces disciplines ne sont pas des synonymes, il existe une distinction épistémologique.

MARTINE JOLY confirme dans son œuvre « Introduction à l'analyse de l'image » :

Le premier (sémiotique) d'origine américain, est le terme canonique qui désigne la sémiotique comme philosophie des langages. L'usage du second (sémiologie), d'origine européenne, est plutôt compris comme l'étude de langages particuliers (image, gestuelle, théâtre, etc.) (JOLY, M, Introduction à l'analyse de l'image, 2005)

D'après cette citation nous pouvons dire que les deux origines sont différentes : la sémiologie est une école européenne et son père fondateurs est Ferdinand De Saussure, elle se base principale en France, de l'autre côté de l'océan Atlantique on trouve la sémiotique c'est une école américain fondé par Charles Sander Pièce.

De plus Saussure a défini la sémiologie comme la science qui étudie «*la vie des signes au sein de la vie social* » (Saussure, cours linguistique général) par contre le logicien Charles S Pièce affirme que la sémiotique c'est « *La doctrine formelle des signes* » (Charles S. pièce, écrit sur le signe, 1978, p 105)

1.4. Les Types de la sémiologie :

En Europe Ferdinand De Saussure divise la sémiologie entre deux branches : l'une la sémiologie de la signification (Roland Barthes et ses disciples) et l'autre la sémiologie de la communication (Luis. Preto, Georges Mounin, Jeanne Martinet).

1.4.1. La sémiologie de la signification :

Le théoricien ROLAND BARTHES est le créateur de ce mouvement.

La sémiologie des significations est une étude des signes et des indices, elle s'intéresse à l'interprétation des phénomènes sociaux, des valeurs sémiologiques et des significations sociologiques, des systèmes de signe tels que publicités commerciales, le sport, l'habillement, etc. Elle cherche à explorer le sens implicite.

C'est dans ce type de sémiologie que s'inscrira notre recherche de master.

1.4.2. La Sémiologie de la communication :

Elle s'intéresse à étudier le monde des signes conventionnels aux phénomènes de la communication tels que : le code routier, la notation musical, la langue machine.

Ce courant a été fondé par les chercheurs (E.BUYSENS, G.MOUNIN, J.PREITO)

1.5. La sémiologie de l'image :

ROLAND BARTHES dans les années soixante fondera la sémiologie, principalement dans son article « **rhétorique de l'image, 1964** ». Cette sémiologie se concentre sur le chromatisme, la composition, le cadrage, les points de vue,

ROLAND BARTHES

Il a montré que dans toute image (cinéma, télévision, publicité, bandes dessinée, photo de presse, etc.) Le langage verbal la substance visuelle et entretient alors, dans presque tous les cas, un rapport structural avec le message visuel (Martin Joly l'image et les signes P.28)

De ce fait, la sémiologie de l'image est une discipline qui se relie à la façon dont les images contribuent à la construction du sens, donc il s'agit d'une unité entre le visuel et sa signification.

L'image doit être étudiée en relation avec le texte qui l'accompagne, ROLAND BARTHES en sémiologie a proposé plusieurs relation entre texte et image qu'il est

nécessaire de prendre en compte lors de l'analyse sémiologique.

Mais d'abord, qu'est-ce qu'une image ?

1.5.1. Q 'est ce qu'une image ?

Selon PLATON « *J'appelle images d'abord les ombres ensuite les reflets qu'on voit dans les eaux, ou à la surface des corps opaques, polis et brillants et toutes les représentations de ce genre* » (PLATON in M. JOLY, cit, p8)

Et d'après MARTINE JOLY l'image comme « *quelque chose qui rassemble à quelque chose d'autres* » (M.JOLY, l'image et le signe, cit, p.24)

MIVHEL TARDY l'a définie « *l'image entretient un rapport avec le réel du monde ou d'imaginaire* » (Michel Tardy « image et pédagogie 1969)

Le petit Robert, du dictionnaire historique de la langue française a défini l'image comme « *la forme visuelle significative perceptible dans l'instant minimum de vision* » (1993 :995)

D'après ces définitions, on conclut que l'image est considérée comme un outil de connaissances ou d'expressions de soi, ainsi qu'une représentation visuelle de quelque chose, elle contient plusieurs significations qui ne se réalisent que par analogies proche de la réalité c'est-à-dire un reflet d'un objet.

Les chercheurs scientifiques confirment à travers l'image le monde à interpréter car c'est un support de communication qui d'échiffre le sens caché plus rapidement, en outre il existe des images (selon une dimension individuelle ou collective) et perceptibles (une vidéo, une photographie, un dessin de peinture, une image

1.5.2. L'image caricaturale comme moyen de communication :

En sciences du langage le terme « communication » occupe une place centrale dans toutes les études, il est en réalité, un tout, toute manifestation, toute forme du langage qui permet de communiquer, de véhiculer un message, une idée, une pensée, une information.

Alors, l'image caricaturale est considérée comme un système de signes pour transmettre du sens et aussi comme un langage spécifique dans la transformation des

messages, elle est utilisée aujourd'hui comme un support universel de communication humaine, compris par tous.

Par conséquent, une image caricaturale est un message visuel avec une structure linguistique, et un outil pour transmettre des informations, sensibiliser ou permettre aux autres d'interagir.

«L'usage contemporain du mot "image" renvoie le plus souvent à l'image médiatique, elle est souvent critiquée par leur récepteur ainsi qu'elle est commentée, adulée ou vilipendée par les médias eux même» (MARTINE Joly, Introduction à l'analyse de l'image P.09)

2. La caricature :

2.1.L'histoire et l'évolution de la caricature :

Le mot *caricatura* (du latin populaire *caricare*, charger, exagérer, lui-même issu du gaulois *carrus, char*) a été employé pour la première fois dans la préface d'un album d'Annibal Carrache en 1646¹

Le dessin caricatural s'inscrit dans la tradition de la satire. Il donnera aux mots français charge et caricature, ce dernier mot apparut pour la première fois dans les Mémoires de d'Argenson en 1740. Le traitement déformé de la physionomie fait partie de la tradition de la satire, et le processus remonte à certaines représentations de l'Égypte ancienne.

2.2. La définition de la caricature :

Aurélie Bois dans un article sur la caricature la définit comme

« Dessin, peinture donnant de quelque chose ou de quelqu'un une image déformée, outrée, burlesque, par le grossissement de certains traits ou de certains détails, par l'exagération des signes expressifs » (Bloch & Walther, 1994, p. 109)

L'encyclopédie Larousse en ligne présente la caricature comme une

« Représentation grotesque, en dessin, en peinture, etc., obtenue par l'exagération et

¹http://expositions.bnf.fr/daumier/pedago/02_1.htm

la déformation des traits caractéristiques du visage ou des proportions du corps, dans une intention satirique »²

Aussi Pramonoin Sobur (2009) qui nous affirme que :

la caricature de bande dessinée est une partie de l'opinion, cependant, il est devenu erronée. La caricature qui est chargé de messages, des critiques et des moyens sont devenus un avis de bande dessinée (PRAMONO SOBUR A, Semiotikakomunikasi.

Bandung : PT RemajaRosdakarya)

Nous pouvons dire que la caricature : une représentation graphique (peinture, dessin...etc.) d'une ou plusieurs personnes figurées volontairement de manière³

D'après ces définitions, on comprend que le dessin humoristique ou ce qu'on appelle la caricature est une forme de satire graphique, c'est aussi l'art de transformation des faits sociaux à des dessins de façon comique qui sert à présenter un événement de l'actualité d'une situation controversée, elle est produite dans la société pour faire rire les gens.

D'un autre sens est un moyen d'expression et de communication, grâce à son rôle de présentation de la réalité à travers un ton drôle afin de démasquer les vrais visages.

« Destinée à provoquer le sourire ou le rire, la caricature peut être féroce. L'exagération du trait rend ce dernier révélateur du caractère de celui qui est dessiné » (Cadet, Charles, & Gallus, 1990, p. 50)

La définition de Robert-Jones va également dans ce sens :

Tous dessin ayant pour but, soit de faire rire par la déformation, la disposition ou la manière dont est représenté le sujet, soit d'affirmer une opinion généralement d'ordre politique ou social, par l'accentuation ou la mise en évidence d'une des caractéristiques, ou de l'un des éléments du sujet sans avoir pour ultime but de provoquer l'hilarité (Roberts-Jones, 1850-1900, p. 21)

²<https://www.larousse.fr/encyclopedia/peinture/caricature/151454>

³ <https://www.toupie.org/Dictionnaire/Caricature.htm>

Pour résumer, ce dessin humoristique n'est plus qu'un simple dessin, il résume l'actualité et véhicule les idées qu'il contient.

Par conséquent, la caricature est un moyen d'exagérer et de représenter le monde réel, de juger et d'interpréter l'actualité sociale de manière satirique, d'affirmer ou de nier le point de vue du lecteur autour d'un certain sujet.

Alors, il s'agit d'un commentaire qui transmette un message et une information et qui reflète une pensée ou exprime clairement une idée, d'un autre côté les caricatures peuvent avoir une fonction publicitaire et peuvent être utilisées pour attirer l'attention des lecteurs sur un produit particulier.

2.3 .Les types de la caricature :

Une caricature est une forme de dessin qui traduit une situation ou un personnage d'une manière particulière, il existe plusieurs types de caricatures

2.3.1. Le portrait en charge :

C'est un type de caricature qui déforme et exagère une partie physique de certains traits caractéristiques, nous trouvons ce genre généralement dans le cas des caricatures des policiers et des artistes. C'est-à-dire selon le caractère de la personne.

2.3.2. La caricature de situation :

C'est la satire des événements humains ou les images, soit qu'elles sont réelles ou imaginaires qui vise à démontrer le grotesque du comportement d'une société.

2.3.3. La caricature par amplification

Ce type est généralement employé surtout dans le dessin d'actualité, d'après les théoriciens « *le caricaturiste copie le visage et la silhouette du personnage fidèlement mais il met l'accent sur ce qui sort de l'ordinaire* » (Cadet et autres, 1997 :50) et donc ce genre de caricature copie le visage et le corps du personnage.

2.3.4. La caricature par zoomorphique :

Premièrement le nom zoomorphique veut dire « qui a ou prend l'apparence d'un animal », les caricaturistes donnent un aspect animalier à des êtres humains c'est-à-dire le dessinateur utilise les qualités et les défauts d'animaux pour présenter certains

comportement, ou caractère d'un personnage, il déforme son visage pour lui rassembler à un animal, de ce fait le but de porter un jugement sur ce personnage caricaturé.

2.3.5. La caricature par simplification :

Dans ce genre de dessin, il est souvent accompagné d'un article concernant le personnage caricaturé est connu par les lecteurs, le caricaturiste ne s'intéresse pas aux détails, il simplifie au maximum les traits de la personne et il ne retient que les traits distinctifs comme : un chapeau melon, la moustache...

2.4. Les procédés de la caricature :

2.4.1. Exagération à partir du physique :

Une caricature est une forme d'expression spécifique qui a pour fonction de décrire ou de représenter une personne , un fait , un événement ou une caractéristique de manière satirique, elle ne s'intéresse pas aux critères de la beauté donc son objectif est pour présenter les caractéristiques physiques de la personne destinée qui peuvent être le moyen de bonne compréhension et d'une meilleur transmission du message, généralement le caricaturiste montre une partie du visage ou du corps (agrandir la tête comme par exemple) pour mettre en avant son point de vue et ses principes.

2.4.2. Animalisation et végétalisation :

l'animalisation ou encore la végétalisation sont deux techniques largement employés dans le dessin caricatural , notamment en donnant aux humains des caractéristiques animaux ou végétales et en comparant les profils des humains, des animaux et des végétaux.

D'une part l'animalisation est comme la personnification, en animalisant un sujet, on lui donne des caractères animalier mais plutôt que de doter le sujet de caractéristique humains, elle conféré des éléments spécifiques aux animaux et concernant « la végétalisation signifie la transformation de l'homme en végétal, cette technique est

considérée comme agressive car les végétaux sont en bas du règne du vivant »⁴

2.4 .3.Pour faire rire :

la tâche d'un caricaturiste est de faire rire les lecteurs de plusieurs façons à travers des dessins où qu'il doit utiliser des techniques qui déforment et accentuent des traits du visage , même si ce n'est pas la seule manière de faire rire , mais il suffit de bon pour représenter des situations réelles de la vie quotidienne , en créant une sorte de transformation de mouvement intellectuelle ou physique qui permet de s'identifier aux personnages supérieur être inférieur où les dessinateurs oublient de respecter les personnages de leurs caricatures.

Cela nécessite parfois d'imaginer la situation fixée par l'imagination de l'humoriste caricaturiste pour comprendre son message.

2.4.4. L'ironie :

Le mot "ironie" étymologiquement venu du latin "Sarcamus" signifie, essayer de provoquer un rire sarcastique.

D'ailleurs, l'ironie consiste à exprimer le contraire d'une situation c'est-à-dire le caricaturiste dessine l'inverse de ce qui est dit (l'idée contraire) à travers l'exagération des caractéristiques représentées qui peut révéler les fautes d'une déclaration particulière où Les caricaturistes utilisent ce processus pour exagérer les traits physiques de personnage et indiquer la malveillance pour transformer un art ironique

2.5. Les fonctions de la caricature :

La fonction principale des caricatures est de faire rire, mais les dessins humoristiques ont aussi d'autres fonctions, car les caricaturistes veulent souvent faire passer un message.

2.5.1. La fonction d'informer :

Grâce à cette fonction le caricaturiste a la capacité de transformer la réalité à une

⁴https://www.memoireonline.com/11/17/10194/m_La-caricature-de-la-presse-ecrite-et-la-liberte-d-expression-a-Kinshasa9.

image à un moyen de communication qui peut informer et fournir des nouvelles sur une situation ou un personnage particulier qui se passe durant : la veille, la semaine et même l'année, elle est publiée dans un journal quotidien.

2.5.2. La fonction de distraction :

Outre de la volonté du caricaturiste d'informer et de faire rire, il veut distraire le lecteur à travers un dessin humoristique insolite, cette fonctionnalité est particulièrement visible dans les journaux satiriques.

2.5.3. La fonction de l'éducation :

Cette fonctionnalité joue un rôle très important dans l'éducation et il est clair pour tout le monde que le caricaturiste cherche à rappeler des événements passés à travers des messages suggestifs tels que la représentation des scènes historiques ou la mise en évidence de fait culturel ou scientifique, de ce fait le dessinateur utilise cette caractéristique pour éduquer aux lecteurs des choses en visualisant ce qui se passe derrière le rideau à partir de leurs propres connaissances.

2.5.4. La fonction de démystification :

Les caricaturistes visent à supprimer les masques que portent ces personnages c'est-à-dire ils donnent souvent à leurs dessin un rôle de démystifier le sérieux de réel en modifiant le physique des personnages pour rendre la situation plus descriptives.

2.5.5. La fonction de contestation :

Parfois le caricaturiste cache une fonction de contestation derrière la démystification en plus ils dessinent pour soulager leur stress en se libérant de ce qui pèse dans son conscience.

2.5.6. La fonction de publication :

Les caricatures ont également une fonction publicitaire, le dessinateur est destiné à attirer l'attention des lecteurs à travers sa caricature sur un produit, un événement, ou une personne, qui sont à des fins commerciales, ce genre de caricature peut être vu dans les magazines.

2.6. La caricature comme miroir culturel :

La caricature est par essence un objet de reconnaissance culturelle : entre celui qui fait la caricature et celui qui la reçoit, l'évaluation des conditions de son partage doit être parfaitement intégrée. La rupture et les déformations que la caricature impose à son objet demandent une triple reconnaissance. Celle de l'objet caricaturé. Celle aussi de l'appréciation des normes graphiques et symboliques qui déforment, maltraitent et défigurent l'objet de la caricature. Celle enfin des transgressions qu'autorise la société dans laquelle la caricature est publiée. (Maddalena, De Carlo, L'interculturel, CLE International, France, 1998)

Les caricatures sont souvent culturelles, véhiculant une culture représentée par des éléments décoratifs ou des codes linguistiques ou culturels (signes, symboles, indices, icônes/registres linguistiques, jeux de mots...) utilisés par le dessinateur. Ainsi, toute bande dessinée a un aspect culturel et est en même temps un objet de réflexion, qui peut être analysé et interprété aux yeux de son créateur et qui la reçoit.

À travers le dessin humoristique, le caricaturiste partage une culture et de ce fait s'ouvre sur d'autres cultures en tissant des liens de connaissances, d'échanges et d'enrichissement en utilisant une langue ; favorisent le plus souvent l'usage des dialectes, le néologisme et le mélange des codes est des registres.

Le travail du caricaturiste est double : d'une part, il affirme son identité et son appartenance culturelle, et d'autre part il attire l'attention du lecteur.

Donc, la caricature devient un objet culturel qui, une fois publiée, peut entrer en contact avec d'autres caricatures.

3. La satire :

3.1. La définition de la satire :

Selon BAH Souleymane « *La satire, discours polémique, est une représentation critique et comique. Le fondement de sa démarche est de mettre à nu, de façon comique, un défaut, un vice, un mensonge observé dans la société* » (2004)

Dans une œuvre collective, Sophie Duval et Marc Martinez s'accordent à dire que *La satire est généralement prise pour une attaque moqueuse et virulente, et le satiriste*

pour un être de Passion poussé par son indignation. Cette conception courante privilégie la dimension morale et la visée réformatrice du discours satirique... (La satire, 2000, pp. 7-164).

Dans ce sens, la satire est considéré comme un texte qui dénonce les défauts, les vices et les mensonges de la société, de l'homme...c'est une représentation critique et humoristique d'un sujet, il est observé dans la réalité et exprime une opinion.

Elle est aujourd'hui employer dans tous les arts (la peinture, le dessin, le cinéma, la télévision, les réseaux sociaux, la caricature)

Nous exposons à la suite le terme principal de notre cadre de recherche la crise alimentaire qui frappe l'Algérie ces dernières années (2021- 2023)

4. crise alimentaire en Algérie 2021_2023 :

Aujourd'hui, le marché algérien connaît un manque de nombreux produits alimentaires avec les hausses des prix, ils sont également la base de la table algérienne principalement du lait, semoule, l'huile, le sucre, les pâtes, la farine qui ont disparu des rayons de nombreux magasins commerciaux, notamment dans les grandes villes. On ajoute à cela, la flamme des prix de l'œuf, dont les prix ont plus que double, et même pour les poissons, les viandes rouges et blanches qui sont élevées depuis plusieurs mois.

La journaliste Samira Imadalou a cité les pourcentages d'augmentation des prix depuis 2021 jusqu'à 2023 dans le journal EL WATAN le 23 mai 2023 :

« En effet, au mois de mars 2023 et par rapport au même mois de l'année 2022, les prix à la consommation ont augmenté de 10,1%. Le rythme d'inflation annuel (avril 2022 à mars 2023 / avril 2021 à mars 2022) a atteint, par ailleurs, 9,4%.

Globalement, en mars 2023 et par rapport à mars 2022, la croissance des prix des biens alimentaires est de 14,9%.

Les produits agricoles frais ont enregistré une évolution de 24,8% avec plus 46,4% pour la viande et abats de mouton et plus de 43,2% pour les fruits. Les produits alimentaires industriels ont observé un accroissement de 5,3% avec plus de 12,4%

pour le lait et ses dérivés. Du côté des produits manufacturés non alimentaires et services, les prix ont affiché un taux de plus 1,1%, contre une légère hausse de 0,1% pour les services. »⁵

Donc, nous trouvons que les prix de nombreuses denrées alimentaires de large consommées augmentent chaque mois et chaque année cela à un impact négatif sur la vie sociale du citoyen algérien.

5.Méthodologie de recherche :

Le cadrage méthodologique qui est un ensemble organisé d'opération Pour tester nos hypothèses, Notre recherche s'inscrit sur le domaine de l'analyse des caricatures Nous avons choisi ce type de dessin pour pouvoir appliquer la méthode analytique, nous utiliserons une methode basé sur une grille d'analyse inspirée de Roland Barthes.

5.1. Présentation de grille d'analyse sémiologique:

Il existe plusieurs modèles d'analyse en sémiologie de l'image .Notre grille d'analyse se basera sur les éléments qui sont issus du modèle de Roland Barthes.⁶

Notions clés	Exemples
La dénotation (la description)	Le cadre, le plan, les couleurs ...etc.
La connotation (interprétation)	Le sens caché de la caricature
Le rapport texte /image	La relation entre l'image et le texte qu'il accompagné (complémentarité, redondance...etc.)

CONCLUSION :

⁵ <https://elwatan-dz.com/consommation-les-produits-alimentaires-plus-chers#:~:text=En%20une%20ann%C3%A9e%20les%20prix,a%20atteint%209%2C79%25>.

⁶Ghedrouche Meriem, Mokrane Roukia, analyse sémiologique de la caricature cas du journal « le soir d'Algérie », Université Mohammed Seddik Ben yahia, Jijel, mémoire de master, 2015, 2016, p, 43.

Dans ce chapitre nous avons basé sur trois notions : la sémiologie, la caricature et la satire où L'approche sémiologique s'intéresse plus particulièrement à la caricature satirique

La caricature est un monde vaste qui contient plusieurs messages aux lecteurs, donc elle est considérée comme un signe qui reflète l'image réelle d'un fait social d'une manière satirique, humoristique

En effet nous allons élaborer dans le prochain chapitre (pratique) l'analyse sémiologique que nous tenterons d'appliquer aux dessins caricaturaux dans notre corpus.

Chapitre 02 : analyse sémio-linguistique des caricatures

Dans ce deuxième chapitre consacré à l'analyse sémiologique des caricatures satiriques, en suivant une grille d'analyse inspirée de celle de Roland Barthes, afin d'atteindre un résultat final qui permettra de confirmer ou d'infirmier nos hypothèses. Nous commençons cette étude par la présentation générale, à l'aide de tableaux, des 15 caricatures choisies qui traitent toutes des produits alimentaires variées. Nous fournirons, ensuite, une description et une analyse détaillée de chaque caricature. Enfin nous allons conclure notre chapitre par une synthèse interprétative qui discute nos résultats de l'analyse des caricatures élaborées.

1. Présentation de corpus :

Dans notre corpus de travail il s'agit de quinze caricatures extraites des médias (des journaux de deux quotidiens algériens d'expression française à savoir : Liberté et le jour d'Algérie et les réseaux sociaux : Facebook, twitter)

Les quinze caricatures traitent du thème de la crise alimentaire en Algérie et publiées entre le 2021-2023 ont été dessinées par Cinq grands caricaturistes algériens connus par un public large à savoir : Karim Bouguemra, Djamel Lounis Ghilas Aïnouche, Ali Dilem, Hichem le hic (Hicham baba Ahmed)

2. Analyse sémio-linguistique des caricatures :

Dans chaque tableau nous allons noter toutes les informations de la caricature (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15), nous présentons ensuite une analyse sémiolinguistique de chaque caricature.

2.1. Analyse de la caricature N°1



Caricature N°1 : Aïnouche 23/07/2022.

Tableau 1 : les informations de la caricature N°1 :

Le code de la caricature	Le Titre de la caricature.	Le dessinateur	Le moyen de diffusion.	La date de la parution.
N°1	Algérie : Le prix de la banane à plus de 1000 dinars le kilo.	Ghilas Ainouche	Réseau social : Facebook : page de Ghilas Ainouche ⁷	27/07/2022

D'après la première observation de l'image nous remarquons que cette caricature satirique d'un type amplificatif est publiée le 23/07/2022 dessiné en couleur par le caricaturiste GHILAS AÏNOUCHE édité dans le réseau social "FACEBOOK" sous

⁷<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=580547543440845&set=a.250504469778489&type=3&mibextid=8zY85DIH2KFz5aS1>

le titre « ALGERIE : LE PRIX DE LA BANANE A PLUS DE 1000 DINARS LE KILO », elle est dessinée dans un cadre rectangulaire avec un plan moyen et avec un angle de prise horizontal, la couleur bleu de l'arrière-plan semble nous indiquer l'espoir.

En haut de cette image il s'agit d'un titre en majuscule d'un syntagme nominal, écrit en gras en couleur noire pour qu'il soit facilement visionné par le lecteur et pour donner un mouvement pour renforcer son message, après le premier mot (L'ALGERIE), deux points vont suivre le nom de notre pays, afin de présenter une importante information qui semble définir actuellement ce pays. Il s'agit de la flambe des prix déraisonnablement de la banane, un message linguistique dénotatif.

En bas du titre, ce dessin satirique représente deux personnages en face l'un à l'autre : un homme et une femme. Le première personnage à gauche est une femme ,elle porte un pull et un pantalon avec une chaussure en talon haut , tous ses vêtements sont roses ce qui dénote la féminité et la jeunesse , elle a un grand nez, un petite oreille , sa bouche ouverte avec un grand sourire laisse apercevoir ses dents qui montre de la joie sur son visage ,elle a des cheveux châains coiffés , courts et avec un papillon rose sur sa tête , ses yeux sont largement ouverts et son regard est fixée vers la banane ; enfin, cette femme semble rassembler ses deux mains, ce qui indique sa satisfaction et sa joie.

Ensuite nous observons le deuxième personnage qui est un homme vêtu de bleu, des cheveux noirs, un long nez et une grosse oreille, sa bouche ouverte montrant un beau sourire occupant une grande partie de son visage. L'homme est debout sur une position incurvée vers la femme qui en face de lui, et au- dessus de sa tête et de la tête du premier personnage (la femme), nous remarquons des petites cœurs dessinés de la couleur rouge symbolisant la relation d'amour entre ce couple.

L'homme semble proposer le mariage à son partenaire, comme on peut le lire dans la bulle se trouvant au-dessus de sa tête « VEUX-TU M'EPOUSER ? ». Cette phrase écrit en gras en couleur noir et en majuscule sur un fond blanc et elle se termine par un

point d'interrogation ce qui est un signe de ponctuation à la fin d'une phrase interrogative qui exprime l'interrogation interne et l'inquiétude, comme il nous apparaît sur cette caricature que l'homme demande la main de la femme pour se marier avec lui par une banane brillante (lumière et brillance entourent la banane) où le caricaturiste a été comparé comme une bague de fiançailles en or à cause de la hausse des prix de banane qui semble aussi chère qu'une bague de fiançailles ! Cette forme d'exagération relève à la fois de l'humour et de la satire.

Nous remarquons que l'icône complète le titre, elle lui donne une signification, Alors nous pouvons dégager le rapport entre texte et image qui est un rapport de complémentarité où chacun des deux complète l'autre pour assurer une bonne transmission au lecteur.

On conclut que la caricature 1 transmet doublement, linguistiquement et sémiologiquement, une crise sociale à travers un art satirique ce qu'on appelle la fonction d'informative.

2.2. Analyse de la caricature N°2 :

Grave pénurie de lait



Caricature N°2 : Lounis 12/03/2023.

Tableau 2 : les informations de la caricature N°2 :

Le code de la caricature	Le titre de la caricature	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°2	Grave pénurie de lait	Djamel Lounis	Le journal quotidien : jour d 'Algérie ⁸	12/03/2023

Cette image intitulée « **Grave pénurie de lait** » a été publiée le 12 mars 2023 d'un type amplificatif, elle a été conçue par DJAMEL LOUNIS, et est parue dans un journal quotidien « Le jour d'Algérie » Elle est dessinée en couleur dans un cadre

⁸<https://lejourdalgerie.com/le-12-mars-2023/>

rectangulaire et vertical, et dans un plan moyen, et est signée en bas, à gauche par Lounis.

Le dessin représente deux personnages principaux occupant le centre du dessin, ils sont physiquement opposés debout l'un derrière l'autre.

Nous voyons, d'abord, une vache situé à droite de l'image à travers une apparence dessinée en grosse taille, coloré en marron qui symbolise le pouvoir et le danger, ta tête basse semblant être absorbée à manger de l'herbe avec tout son confort. On voit surtout en premier plan, la longue queue que de la vache, ses deux dernières pattes et une grande mamelle semblant remplie de lait.

Il semble que l'image de la vache représente le responsable de la crise de la pénurie du lait, ainsi, le caricaturiste a utilisé le procédé d'animalisation.

Derrière la vache, se trouve le deuxième personnage c'est un simple citoyen algérien porte des vêtements traditionnelles qui symbolisent l'identité algérienne, il est habillé d'un pantalon avec des chaussures grises et d'une veste bleu foncée symbolisant l'inquiétude, et il maintient une bouteille de poterie en marron dans sa main droite pour traire la vache et prendre du lait. Nous remarquons que ce personnage se trouve dans une position de saut, ses pieds sont pliées et son tarbouche marron ayant sauté de sa tête, son visage est gonflé à droite, les dents serrées, les yeux sont fermés ; il semble que c'est à cause du coup dur qu'il a pris de la queue de la vache, le personnage a subit une douleur exprimée par l'interjection « AÏE ! » écrit au sommet de la tête de citoyen signifiant « on se fait mal » écrit en gras et en majuscules

Avec ce coup la vache ne semble donner aucune importance au demandeur de lait, elle donne un coup sans même se retourner la tête, elle s'exprime par « TIEN » ce mot que nous trouvons au-dessus de sa tête écrit par des lettres majuscules pour capter l'attention de lecteur (tien un coup au lieu du lait !). Cela montre que la vache a refusé de lui donner du lait. Cette situation de contrariété et de douleur connote la souffrance du peuple algérien, face à la crise du manque de lait.

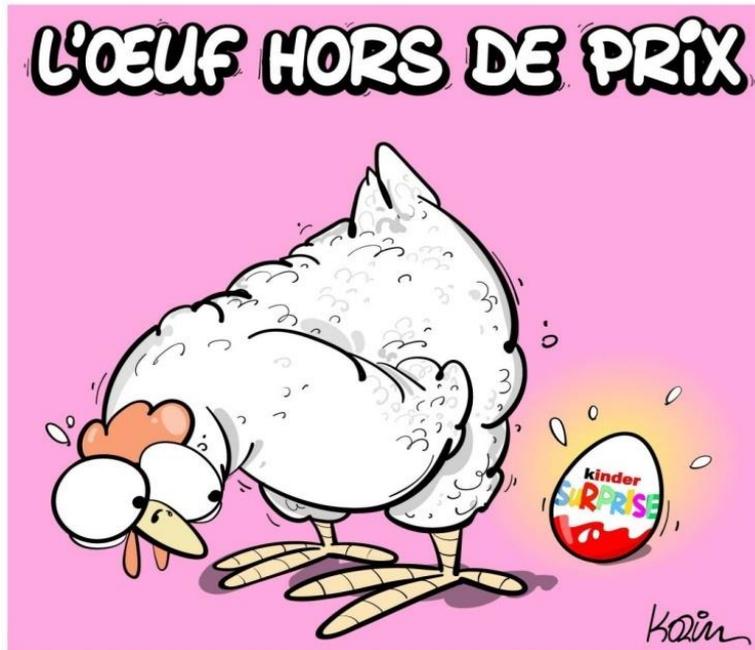
Quant au signe linguistique nous distinguons ce qui est placé à l'entête de la caricature

« Grave pénurie de lait » écrit en gras en lettres d'imprimerie noir sur un fond blanc pour informer rapidement et globalement sur le thème traité dans l'image, ce titre dénote la crise de la pénurie de lait en Algérie .

Donc nous pouvons dire la relation entre le signe linguistique et le signe iconique est un rapport de complémentarité, car l'image et le texte se complètent l'un avec l'autre pour une meilleure transmission des idées.

Bref, ce dessin vise de présenter une crise d'un manque de lait et la souffrance des citoyens algériens par des signes sémiologiques, et à travers le premier mot de l'intitulé de la caricature « Grave » ; c'est une situation grave au point que la vache tourne le dos au consommateur et lui donne même un coup.

2.3. Analyse de la caricature N° 3 :



Caricature N°3 : Karim Bouguemra : 01/02/2023.

Tableau 3 : les informations de la caricature N°3 :

Le code de la caricature	Le titre de la caricature	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°3	L'œuf hors de prix	Karim Bouguemra	Réseau social : Facebook : page de Karim Bouguemra. ⁹	01/O2/2023

⁹<https://www.facebook.com/100044177062256/posts/724957828986779/?mibextid=8zY85DIH2KFz5aS1>

Cet art plastique porte un type de situation diffusé le 01 février 2023 d'un titre (**L'ŒUF HORS DE PRIX**) par Karim Bouguemra, il est publié dans le réseau social Facebook.

La caricature contient un seul personnage dessiné dans un cadre rectangulaire et vertical, et dans un plan moyen car le personnage est vu de pieds à sa tête, et est signé en bas à droite par Karim.

Le tout est peint avec un arrière-plan rose faisant référence à la candeur donc c'est un signifiant plastique.

Tout d'abord nous constatons que cette caricature ne se compose d'aucune bulle de discussion. En haut comme un intitulé, nous lisons (**L'œuf hors de prix**) Écrit en caractère gras avec du blanc sur fond rose et des lettres en majuscule sous forme d'un syntagme nominal qui sert à donner une information réelle pour annoncer le sujet traité et donner au lecteur un avant goût alléchant de lire la caricature et d'en avoir une idée du sujet représenté. Cet énoncé connote le fait que les œufs soient très chers.

D'autre part, le dessin représente un message iconique, nous voyons un oiseau dessiné à droite de l'image c'est une poule d'une grosse de taille, elle possède des ailes, une queue et des plumes de couleur blanche qui dénote l'innocence et la pureté ; elle a un long bec jaune, une crête rouge sur la tête et deux pattes courts avec trois longs doigts en jaune, son visage est rond derrière elle et ses yeux sont larges et ouverte et elle est surprise lorsqu'elle voit que son œuf est en fait un « Kinder » c'est un œuf unique qui renferme toute la saveur du chocolat KINDER, associée à un effet de surprise, et un cadeau toujours nouveau.¹⁰

Consternant l'œuf est couvert par un emballage en plastique, le bas en rouge et le haut en blanc porte deux termes (Kinder SURPRISE) qui renvoie à la marque connue de chocolat, en plus de ces signes linguistiques nous voyons que l'œuf surprise est éclairé par une lumière dorée avec des gouttes blanches se dégageant au-dessus de

¹⁰ <https://www.kinder.com/fr/fr/kinder-surprise>

l'œuf, nous informant que l'œuf est délicieux et en même temps très cher.

Dans cette caricature l'image et le titre se complètent, l'élément linguistique est un renfort pour l'élément iconique, cela garantit la bonne compréhension du message véhiculé par le dessin.

De la, nous pouvons dire que le dessinateur utilise l'œuf comme un signe iconique, il remplace l'œuf de poule par l'œuf de Kinder pour le message soit est bien reçue.

2.4. Analyse de la caricature N°4 :



Caricature N°4 : Karim Bouguemra : 10/04/2022

Tableau 4 : les informations de la caricature N°4 :

Le code de la caricature	Le titre de la caricature	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°4	Aucun titre	Karim Bouguemra	Réseau social Facebook, page de Karim Bouguemra. ¹¹	10/04/2022

Cette caricature satirique d'un type amplificatif, elle est parue le 10 avril 2022 sous

¹¹<https://www.facebook.com/100044177062256/posts/522065372609360/?mibextid=8zY85DIH2KFz5aS1>

forme d'un message indirecte dessinée en couleur par le dessinateur KARIM BOUGUEMRA et signée par lui.

Elle est représentée dans un cadre carré vertical, dans un plan demi ensemble. Paru dans le réseau social Facebook (la page de Karim Bouguemra), elle ne contient pas de titre et aucune bulle de discussion dans cette caricature pour laisser le champ libre au lecteur.

La caricature se compose d'un seul personnage en face de nous, donc il s'agit d'une prise de vue frontale.

Premièrement nous distinguons un vieillard barbu qui dort dans son lit dans une salle ressemblant à une salle de clinique (un lit de consultation), il a un gros nez et des yeux cernés, des moustaches noires et de larges oreilles, sa bouche est fermée et un bandeau blanc autour de sa tête. Ce dernier semble dans un état grave car il est allongé sur le lit de l'hôpital couvert d'un drap vert, sa main droite est au-dessus de son cœur, son visage montre qu'il est malade et épuisé.

On aperçoit son bras injecté par un sachet de lait et en haut une bouteille d'huile (huile végétale), toutes les deux sous pondus sous forme de sérum. Devant le lit on voit un grand vase contenant deux baguettes de pains à la place des fleurs. Aussi nous voyons que la tête du personnage est allongée sur un oreiller qui n'est autre qu'un sachet de semoule.

A travers ces signes nous trouvons que cette caricature est pleine de significations, la situation de ce personnage dénote l'état d'un citoyen algérien fatigué qui souffre à cause de la pénurie alimentaire des produits de large consommation (l'huile, le pain, le lait, la semoule).

Karim a employé les denrées alimentaires comme une sorte d'exagération pour provoquer le rire et la moquerie, et implicitement, pour évoquer l'état de la crainte et de la panique vécues, face à la crise alimentaire.

2.5. Analyse de la Caricature N°5 :

FORTE HAUSSE DU PRIX DE LA VIANDE



Caricature N°5 : Ali Dilem : 03/02/2022.

Tableau 5 : les informations de la caricature N°5

Code de la caricature	Le titre	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°5	Forte hausse de prix de la viande	Ali Dilem	Journal quotidien « liberté » ¹²	03/02/2022

Cette image caricaturale se construit d'un portrait en charge dessinée en couleurs, datée le 23 février 2022, extraite du journal francophone algérien Liberté, par Ali

¹²<https://www.liberte-algerie.com/dilem/dilem-du-03-f%C3%A9vrier-2022>

Diem et signée par lui en bas à droite, son titre est « **FORTE HAUSSE DU PRIX DE LA VIANDE** ». Une phrase nominale écrite en majuscule, en couleur noir sur un fond blanc découpée entre deux lignes. Elle est réalisée dans un cadre carré vertical avec un plan demi-ensemble en gris clair qui symbolise la tristesse évoquant l'inquiétude et la crainte, en Algérie, devant la situation actuelle, et avec un blanc qui est considéré comme une source de lumière dans la caricature.

Les éléments iconiques de ce dessin montrent deux personnages : Le premier est un citoyen algérien reconnaissable à travers ses vêtements, il est habillé d'un tricot jaune et un pantalon beige déchiré et cousus par des plaques roses et vertes (signe de la pauvreté), et des chaussures traditionnelles blanches, ses pieds sont semis-fléchis, Sa tête est coiffée d'une chéchia rouge, son oreille gauche est un peu grande il a un gros nez et des yeux globuleux avec une bouche grande ouverte laissant apparaître ses dents, il tient un couffin qui semble vide renvoie à la hausse des prix et la diminution du pouvoir d'achat des algériens à cause de la flamme des prix.

Les gouttes des sueurs entourent le visage ouvert de cet Algérien qui crache de la salive en parlant, son regard est fixé sur le vendeur de la viande, avec plein de surprise et d'étonnement à cause des prix, sa parole sarcastique est refermée dans une bulle mise au-dessous de sa tête et il pointe son gros doigt (index) vers le boucher, avec énervement il dit : « **vous n'avais pas de cœur !** ».

Le deuxième personnage en face de lui, le boucher avec un gros nez qui occupe presque tout son visage, il a de longues oreilles, ses yeux sont fermés et un petit moustache, sa main est levée à moitié vers le haut et tient un couteau avec des gouttes de sang rouge, il porte un tablier blanc plein de sang et devant lui un réfrigérateur avec beaucoup de viande rouge et en derrière un billot de boucherie avec un couperet.

Une grosse bulle occupe une place importante dans le dessous de la caricature, elle contient la réponse du vendeur à la question de l'acheteur, il lui a dit « **si... à 4000DA le kilo** » avec une expression souriante et un calme visible sur son visage.

Nous pouvons comprendre par ce dessin et l'acte du citoyen que le peuple algérien est touché par les prix élevés comme nous pouvons le constater à travers les prix de la viande à 4000 DA qui prouve la forte augmentation des prix de la viande. L'acheteur refuse et s'empporte contre ce prix.

Dans cette caricature le titre indique le sujet proposé et les textes dans les bulles ainsi que l'image servent à renforcer le thème abordé, il existe deux bulles de paroles : l'une renvoie aux propos du simple citoyen « **vous n'avais pas de cœur !** » Une phrase verbale écrite en noir en majuscule en lettre d'imprimerie sous forme d'une question, elle se termine par un point d'exclamation qui reflète un état d'ébahissement, et l'autre bulle renvoie aux propos du boucher «**SI... A 4000DA LE KILO !** »

Par ailleurs, le message se lit doublement, « **vous n'avais pas de cœur !** ». Cet énoncé connote l'incapacité du citoyen algérien d'acheter la viande en raison de son prix élevé, il accuse aussi le boucher de « n'avoir pas de cœur », d'être « pas humain » en vendant la viande avec de tels prix exorbitants.

Nous remarquons que l'icône complète le titre, elle lui donne une signification, Donc il y a un rapport de complémentarité entre le titre et l'icône il nous donne un Message globale : « L'incapacité du citoyen algérien à gérer ses achats devant les prix Flambants et surtout la croissance des prix de la viande.

2.6. Analyse de la caricature N°6 :

Le prix de l'oignon fait pleurer



Lounis

Caricature N°06 : Djamel Lounis 14/03/2023.

Tableau 6 : les informations de la caricature N°6 :

Le code de la caricature	Le titre	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°6	Le prix de l'oignon fait pleurer	Djamel Lounis	Le réseau social : Twiter, page : Lounis ¹³	14/03/2022

Ce dessin a été diffusé au 14 mars 2023 pendant le ramadan sous un genre amplificateur il est fait en couleur il est paru dans le réseau social twiter.

¹³<https://twitter.com/louniscartoon/status/1635661478043832323?s=20>

Cette œuvre d'art est conçue par Lounis, et est signé en bas, à gauche, par lui ; son titre est « **Le prix de l'oignon fait pleurer** ».

Nous observons tout d'abord la structuration du plan : dans cette caricature le plan utilisé est moyen, le personnage est vu de pieds à la tête.

D'ailleurs, nous apercevons un seul personnage qui semble un simple citoyen situé dans le centre du dessin debout dans un marché en face d'un cageot plein d'oignons, il est vêtu d'un pantalon traditionnel large marron, un tricot blanc, un gilet bleu, des cheveux noirs, et des chaussures noires, il porte dans sa main gauche un couffin vide désigne qu'il n'a pas encore rien acheté, et met l'autre main dans sa poche, les pieds semis-fléchis. La tête baissée, le regard du personnage est plongé devant une plaque qui montre le prix cher des oignons, il a un gros nez de couleur rouge qui coule, sa bouche est semi ouverte et ses yeux servent des larmes sur sa joue. Il s'agit d'une exagération des traits physiques pour créer un effet satirique.

Juste au dessus de sa tête on voit une bulle de sa parole écrite en lettres d'imprimerie majuscules en gras « **VOUS AUSSI ? !** », elle contient deux ponctuations à la fin, un point d'interrogation et un point d'exclamation. Ceci qui nous fait comprendre que tous les prix qu'il a vus sont très cher, ses expression de visage et les gouttes de larmes symbolise qu'il est triste, étonné à cause de la hausse de prix, ce dessin vise à montrer la souffrance et la misère des citoyens Algériens face à la levé des prix des aliments et l'handicap de son pouvoir d'achat.

En haut de la caricature le titre est placé à l'entête, écrit en lettres d'imprimerie en majuscule et en gras : « **Le prix de l'oignon fait pleurer** ». Il s'agit d'une métaphore qui compare le prix élevé de l'oignon qui fait pleurer de peine avec la nature de cette plante qui provoque des larmes incontrôlables. Cet énoncé renferme une satire sociale qui renvoie au sérieux problème de la flambée du prix de l'oignon.

Par conséquent, nous constatons que le signe iconique est complété par le signe linguistique car le caricaturiste a fait recours à l'inscription linguistique (un titre et une bulle) pour passé son message.

Cependant, quand on revient à la date de parution de cette image, nous comprenons qu'elle est publiée pendant le mois de ramadan de 2023, une période qui a connu la flambée du pris de l'oignon.

Ce dessin parodique met en lumière la situation des Algériens face au souci d'inflammation de prix des l'oignon et les autres légumes.

2.7. Analyse de la caricature N°7 :



Caricature N°07 Hichem le hic : 25/09/202

Tableau 7 : les informations de la caricature N°7 :

Le code de la caricature	Le titre de la caricature	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°7	Le premier ministre l'a laissé entendre vers une hausse des salaries	Hichem le Hic	Le réseau social : Facebook : la page : Le Hic ¹⁴	25/09/2021

¹⁴<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=409254880558779&set=a.293756712108597&type=3&mibextid=8zY85DIH2KFz5aS1>

Cette imitation caricaturale d'un type de situation conçue par le hic sur sa page Facebook se compose d'un titre « **Le premier ministre l'a laissé entendre vers une hausse des salaires** » qui se répartit sur deux lignes, il est écrit en blanc sur un fond noir avec des lettres majuscules cela signifie que le caricaturiste a essayé de donner un mouvement et une impression aux titres grâce à la typographie pour renforcer son message publié le 25 septembre 2021.

Cette image satirique est constituée d'un seul personnage dans un plan moyen, elle est représentée dans un cadre rectangulaire vertical. Les couleurs de l'arrière plan (noir et blanc séparés entre eux par une fine ligne grise) évoquent l'anxiété.

À partir de cette caricature nous remarquons un personnage type, un vendeur dans un marché, cela est montré par les cageots des fruites et des légumes qui sont présentés devant lui sur le parterre. Le vendeur porte un bonnet sur la tête, une blouse grise avec un tablier blanc, Il a un gros nez, un menton rond, une grande oreille, sa bouche et ses yeux sont fermés.

La position de ce personnage et ses traits du visage indiquent son calme et sa fermeté face au nouveaux prix de sa marchandise. En effet, nous constatons que l'ancien prix (bananes 250 DA), (oranges 400), (feuilles de laitue80), (la pomme de terre 60), (courgettes 650), (betteraves350), (aubergines400), (patate sucrée 50) des légumes et fruit sont cochés en rouge signifiant faux prix. Ces derniers sont remplacés par de nouveaux prix plus élevés, ils sont devenus : (Bananes 350 DA), (oranges 60 DA) , (feuilles de laitue 110 DA), (la pomme de terre 110DA),(courgettes 900DA), (betteraves500DA), (aubergines600DA),(patate sucrée 700DA) et en plus nous apparait que les caisses sont pleines et aucun achat n'a été fait, cela montre l'évolution des prix déraisonnables .

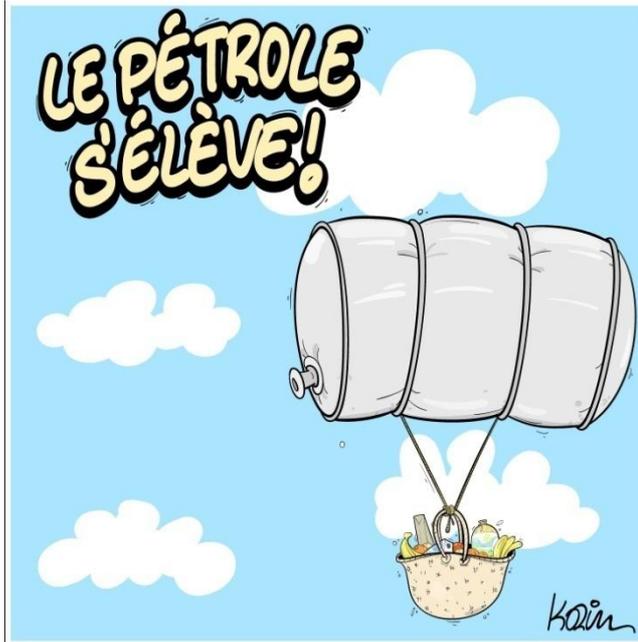
Nous trouvons que Le titre de la présente caricature qui montre un message linguistique est découpé entre deux ligne« **LE PREM!ER M!N! STRE L'A LA!SSE ENTENDRE VERS UNE HAUSSE DES SALA!RE** » en caractère gras c'est une phrase verbale, il nous informe que le ministre algérien veut augmenter les

salaires, mais ce qui a retenu notre attention dans cette intitulé est la ponctuation (!) signe graphique d'exclamation utilisé au lieu de la lettre (I) il est repéré cinq fois (chaque [I] dans un mot est remplacé par un signe d'exclamation), une exagération de l'emploi de ce signe de ponctuation renvoient à l'exagération des prix des aliments.

Le rapport entre le message linguistique et le message iconique a une fonction de relais car le message linguistique ne présente pas l'iconique. La caricature est signée par HIC en bas, à droite.

Le message que le hic voulait faire passer dans cette caricature est le point de vue des Algériens d'une façon humoristique qu'il n'y a pas d'augmentation des salaires mais plutôt une augmentation des prix des légumes et des fruits, et c'est ce que dit le Ministre. Chaque jours, ils sont élevés ce qui provoque une crise alimentaire et économique, ainsi le sens caché derrière cette caricature satirique est présenté par des signes sémiologiques et linguistiques.

2.8. Analyse de la caricature :



Caricature N°8 : Karim Bouguemra 09/03/2022

Tableau 8 : les informations de la caricature N°8

Le code de la caricature	Le titre de la caricature	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date du parution
N°8	Le pétrole s'élève	Karim Bouguemra	Le réseau social : Facebook : page de Karim Bouguemra. ¹⁵	09/03/2022

¹⁵<https://www.facebook.com/100044177062256/posts/502887711193793/?mibextid=8zY85DIH2KFz>

Cette image présente une caricature de situation est annoncé le 09 mars 2022 par Karim Bouguemra sur sa page Facebook Elle est dessinée dans un cadre rectangulaire et vertical, et dans un plan moyen avec un arrière-plan bleu clair et des nuages blancs faisant référence à un temps ensoleillé et à la quiétude qui règne, elle est signé en bas, à droite, par Karim.

En effet, ce dessin est accompagné d'un seul message linguistique qui est considéré comme un titre, il se trouve à gauche de l'image « le pétrole s'élevé ! » écrit en gras avec le jaune sur un fond de ciel et des lettres majuscules.

D'autre part, il nous apparait que ce titre est une phrase verbale, elle est formée d'un un sujet et un verbe qui se terminent par un point d'exclamation, un signe d'étonnement. Nous observons que ce titre parme de la situation du marché pétrolier et de ses perspectives d'augmentation en Algérie, donc le caricaturiste porte une information.

D'un autre coté, cette peinture satirique représente un dirigeable sous forme d'un grand baril du pétrole, gris torsadé avec des cordes solides portant un couffin beige plein de denrées alimentaires (banane, l'huile, lait, pomme de terre). Du point de vue connotatif, le couffin qui vole avec le baril du pétrole connote que si le prix du pétrole va s'élevé donc, les prix des aliments de la table algérienne va lui aussi, le suivre, et s'augmenter. Ainsi, cela peut affecter négativement les moyens de subsistance du peuple algérien.

Le titre est un signifie complet qui tient une relation satirique avec l'image car le titre dénote l'évolution du prix de pétrole en employant le verbe « s'élever », l'image montre effectivement le baril qui vole, mais pas seule avec les aliments. Le prix des aliments va lui aussi s'envoler et s'élever.

Concernant le titre et l'icone, il y a un rapport de divergence, ce qui nous a permis de dégager le message global.

Le caricaturiste nous, montre qu'il ya une contradiction des prix, vu que l'Algérie est un pays pétrolier, les prix des aliments ne sont jamais au parallèle avec le prix du

pétrole.

Le message transmis par le caricaturiste Karim via ce dessin satirique et critique à travers des signes linguistiques et iconiques. Il a pour but de révéler la réalité actuelle de la société algérienne.

2.9 Analyse de la caricature N°9 :

ON EST LE 1^{er} AVRIL !



Caricature N°9 : Ghilas Aïnouche : 02/04/2021

Tableau 9 : les informations de la caricature N°9

Le code de la caricature	Le titre	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°9	On est le 1 avril	Ghilas Aïnouche	Réseau social Facebook (page Facebook : Algérie en caricature) ¹⁶	02/04/2021

¹⁶<https://www.facebook.com/541654039220619/posts/3977446735641315/?mibextid=8zY85DIH2KFz5aS1>

Cette caricature appartient au type amplificatif qui a été affichée le 02/04/2021 par Ghilas Aïnouche et est émergé par lui à droite de l'image sous le titre « on est le 1er avril ! ». Elle est exposée dans un plan moyen avec un cadre carré vertical. Elle figure dans la page Facebook « Algérie en caricature ».

Cette dernière met en évidence deux personnages principaux au milieu de l'image debout à côté d'un cageot de poisson placé au-dessus de la terre par des briques rouges, ils semblent un client et un vendeur. Le premier est un vendeur cela est montré par le cageot qui est présenté devant lui, il est vêtu d'une tenue grise avec un tablier et un chapeau en vert, Il a un visage plein, un gros nez, une petite oreille, ses yeux sont largement ouverts et ses sourcils sont levés et on remarque le doigt du vendeur levé pour critiquer quelque chose.

Devant lui il y a un cageot de poisson qui porte une plaquette jaune écrite en noir le chiffre 1500 DA à partir de ce montant, nous comprenons que le prix du poisson est très chère qui renvoie à l'augmentation du prix de la sardine connu avec la crise alimentaire algérienne.

L'autre personnage est un client debout juste en face du vendeur, au niveau du visage nous remarquons qu'il est choqué quand il voit le prix, des grands yeux prolongés sur le chiffre 1500 DA, un sourcil levé, un grand nez, sa bouche est grande et ouverte avec l'apparition de sa langue et ses dents blanches, des cheveux noirs crépus et il prend un panier vide dans sa main droite ce qui veut dire qu'il n'a rien acheté signifiant la cherté du poisson. Il est habillé d'une chemise verte déchirée et cousue avec un pantalon et des chaussures bleu foncé, ses vêtements montrent qu'il est un pauvre citoyen algérien, son index pointé au vendeur avec une expression inscrite dans une bulle au dessus de sa tête « **c'est un poisson d'avril ?** » qui signifie (ce n'est pas vrai) avec un visage interrogatif, le vendeur a répondu dans une bulle en haut de l'image « **Non !** » Pour exprimer sa négation connote le prix véritable (prix actuelle).

À droite de l'image il ya le monument d'Alger avec un drapeau national algérien flotte

dans le ciel qui symbolisent l'état et l'identité algérienne.

D'après le plan linguistique (Le titre) de la présente caricature est une phrase verbale « **on est le 1^{er} avril !** » elle est écrite en une seule ligne, en majuscule, avec du noir sur un fond blanc, nous constatons que ce message est indirect excitant pour le lecteur, le caricaturiste a employé une date de 1^{er} avril qui connote le poisson d'avril connu comme un jour d'une plaisanterie ou une farce que l'on fait le 1^{er} avril (un mensonge). Nous notons également que cette intitulée se termine par un signe d'exclamation qui nous démontre l'étonnement cela connote que le citoyen algérien ne croit pas au prix du poisson car il est inacceptable et incroyable.

Encore nous nous basons sur ce qui était écrit dans les grosses bulles qui portent des discours des personnages écrits en gras par des lettres majuscules sur des fonds blancs, la première indique une interrogation posée par le client « **C'EST UN POISSON D'AVRIL ?** », c'est une phrase verbale interrogative qui se termine par un point d'interrogation cela indique que l'acheteur ne comprend pas ce qu'il voit à partir le chiffre inexprimable inscrit dans la plaquette qui représente le prix du poisson ici il y a une ironie par opposition à la deuxième bulle du deuxième personnage « **NON !** » évoque une réponse négative du vendeur où il dénote une expression de nier, qui prend fin par un point d'exclamation pour confirmer le réel prix des poissons.

Le rapport entre le message linguistique et le message iconique a une fonction de relais afin de présenter un problème d'actualité par un dessin satirique humoristique.

2.9. Analyse de la caricature N°10 :



Caricature N°10 Ghilas Ainouche : 06/05/2022.

Tableau 10 : les informations de la caricature N°10

Le code de ka caricature	Le titre	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°10	60 ans de l'indépendance de l'Algérie	Ghilas Ainouche	Réseau social Facebook : page de Ghilas Ainouche. ¹⁷	06/05/2022

L'image ci-dessus représente une caricature satirique du dessinateur portant le pseudonyme **Aïnouche** postée sur sa page Facebook éditée le 06/07/2022, porte d'un

¹⁷<https://www.facebook.com/100044568123511/posts/566546191507647/?mibextid=8zY85DIH2KFz5aS1>

type de situation.

Elle est représentée dans un cadre rectangulaire horizontale et dans un plan moyen.

L'arrière-plan de l'image est bleu et la couleur dominante indique le calme.

Auparavant, nous observons que la caricature est accompagnée à première vue d'un énoncé nominal **600 DINARS ans de l'indépendance de l'Algérie** écrit en deux lignes en caractère gras par des lettres majuscules. Ce qui a attiré notre attention c'est le chiffre (600 **dinars**) ans, que le dernier numéro (0) et le mot (dinars) sont écrits en rouge symbolisant le danger. De là nous pouvons comprendre que le caricaturiste nous informe que le nombre 60 connote les années de recouvrement de l'indépendance algérienne (5 juillet 1962) et 600 **dinars** connote le prix de quelque chose.

Le message parle de l'anniversaire de la libération de l'Algérie écrit en gras pour accrocher le lecteur et orienter son intention vers le sujet développé et le message linguistique dans cette caricature est considéré aussi comme un titre.

D'autre part la représentation iconique figurant au-dessous de l'énoncé nominal montre un seul personnage c'est un jeune homme algérien de cette génération d'une petite taille habillé d'un tricot bleu clair avec un pantalon en bleu foncé. A partir de son code vestimentaire on peut identifier son statut social, un citoyen qui a des grands yeux une bouche fermée, avec des cheveux noirs, il serre sa tête par une bande rouge. Aussi, on voit qu'il tient dans sa main droite le drapeau national de l'Algérie qui flotte dans le ciel exprimant leur joie et leur satisfaction dans le jour de raviver l'histoire de l'Indépendance de l'Algérie et prendre sa liberté. Mais quand nous remarquons le visage de ce personnage, on ne voit les signes de joie de cette célébration. Juste à côté de lui, il y a un grand plateau pleine d'œufs (30 œufs) à un prix écrit au dessus sur une plaque carré jaune expose 600 DINARS ses yeux et sa main sont fixés sur le chiffre 600 DINARS montre que La situation de ce personnage dénote l'état d'un citoyen algérien qui semble être déçu de ce prix exagéré des œufs.

A travers ce dessin, nous comprenons que le caricaturiste veut nous transmettre l'idée

que l'Algérie a pris sa liberté depuis 60 ans, mais que les prix des œufs, simples aliments quotidiens, ont augmentés comme si nous étions encore à l'époque coloniale, dans la pauvreté et la souffrance.

Nous remarquons que le titre est un signifié complet, qui tient plus une relation avec l'image, car le titre connote la joie et la satisfaction, par contre l'icône connote la souffrance, donc entre le titre et l'icône, il y a un rapport de divergence.

2.10. Analyse de la caricature N°11 :



Caricature N°11 Ali Dilem : 17/04/2022

Tableau 11 : les informations de la caricature N°11

Le code de la caricature	Le titre	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date du parution
N°11	Hausse des prix Les algériens pris à la gorge	Ali Dilem	Réseau social Facebook : page d'Ali Dilem. ¹⁸	17/04/2022

Cette affiche dessinée d'un type de portrait en charge est parue 17/04/2022 sur le profil Facebook d'Ali Dilem dans un cadre rectangulaire vertical et dans un plan moyen, d'une prise de vue frontale sous le titre qui se compose en deux lignes

¹⁸<https://www.facebook.com/396821001134061/posts/1184819812334172/?mibextid=8zY85DIH2KFz5aS1>

« hausse des prix » et comme sous titre « les algériens pris à la gorge », au sommet de la caricature écrit en gras et par des lettres majuscules en blanc sur un fond noir

La signature du caricaturiste se trouve en bas de page écrite en noire.

Pour le message iconique ce dessin contient un seul personnage, il s'agit selon son apparence d'un personnage type qui représente le peuple Algérien, c'est un homme au milieu de la caricature, il est habillé un tricot vert et un pantalon large beige et des chaussures blanches. Sa tête est coiffée d'une chéchia rouge, il a un menton rond, un gros nez occupant une grande partie de son visage, des moustaches noires, des yeux grandement ouvert presque hors de son visage avec des larmes et des gouttelettes de sueur se dégagent de son front, ses deux mains sont levées à moitié vers le haut. comme nous constatons que malgré sa bouche est fermées il a fait sortir sa langue rouge, ses sourcils sont levés, il a une grande oreille gauche, contrairement à l'oreille droite qui semble être petite, à travers ce la nous remarquons également qu'il est de mauvaise humeur à cause d'un bouquet de bananes attachée autour de son cou bien serrée que les expressions faciales nous montrent qu'il est étranglé, ces signes qui montrent sa faiblesse et sa douleur et son incapacité à supporter.

Les bananes pour étrangler au lieu de la corde, ce montre que ce simple citoyen algérien est victime des flammes des prix et de cette augmentation qui se répercute sur la santé financière des Algériens.

Juste à côté de ce personnage se trouve un couffin mis par terre et en voit qu'il est vide, renvoie à cause de la hausse des prix des aliments, et de la chute du pouvoir d'achat des algérien

Ce dessin montre la souffrance et la détresse du citoyen algérien face aux changements et l'élévation des prix comme ne peuvent plus supporter les augmentations.

L'ensemble de la scène se déroule dans un arrière-plan à moitié noir qui témoigne du passé douloureux et la tristesse du peuple algérien et le blanc est considéré comme une source de lumière dans la caricature pour mettre en valeur le personnage évoqué.

Par le biais du message linguistique en gras, qui d'abord porte une information « hausse des prix » ; le sous titre écrit en lettres plus larges « les algériens pris à la gorge » est une métaphore qui personnifier les prix élevés des aliments qui semble étouffer les Algériens. Cette personnification est reprise à travers l'image de la banane tenant bien le coup du personnage.

Le caricaturiste vient de dire d'après le titre que le peuple algérien est confronté à une crise sociale qui épuise ses poches et sa vie à cause des prix élevé.

2.11. Analyse de la caricature N°12 :



Caricature N°12 Djamel Lounis : 27/03/2021

Tableau 12 : les informations de la caricature N°12

Le code de la caricature	Le titre	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°12	L'huile de table se vend au prix fort	Djamel Lounis	Le Journal quotidien « le jour d'Algérie » ¹⁹	27/03/2021

Cette caricature d'un type amplificatif qui a comme titre « **l'huile de table se vend aux prix forts** » dessinée en couleurs réalisé par le dessinateur Djamel Lounis parue

¹⁹<https://lejournalalgerie.com/27-mars-2021/>

dans le réseau social Facebook et datée le 27/03/2021, pendant la crise du manque de l'huile.

Elle est dessinée dans un cadre carré vertical avec un plan moyen, elle est signée par Lounis au fond à gauche.

L'arrière-plan est une nuance entre le noir et le gris, Tandis que la lumière blanche est orientée vers la boîte qui porte la bouteille d'huile, symbolisant ainsi l'attention focalisée sur ce secteur de haute importance.

Il y a un seul message linguistique qui accompagne le dessin c'est le titre écrit en caractère gras, en lettres d'imprimerie noires, « l'huile de table se vend aux prix fort », tout le monde qui lit le titre comprend facilement de quoi s'agit-il dans cette caricature, il écrit sous forme d'un syntagme verbal qui sert à donner une information réelle sur l'augmentation vertigineuse des prix de produits de première nécessité (l'huile).

L'image se concentre sur la présence d'un élément iconique où il nous montre que les doigts d'une main tendue sur un très gros plan tenant une boîte rouge ouverte, et de ce que nous discernons au milieu de cette boîte il y a un bidon d'huile de 5 litres de couleur dorée avec un emballage en plastique portant la marque algérienne (elio) qui signifie (soleil) écrit en gras en couleur bleue pour allécher la concentration du lecteur. En outre, nous observons qu'il y a un dessin brillant dénotant la cherté ou encore la rareté de cet aliment de large consommé, par un prix maximal plafonné de bouteille de l'huile. Nous comprenons que le caricaturiste ici l'a comparé à une bague en or. Nous trouvons que le message linguistique aide à compléter le sens de la caricature avec le message iconique dans ce cas il y a une relation de complémentarité.

2.12. Analyse de la caricature N°13 :



Caricature N°13 Ali Dilem : 13/04/2021

Tableau 13 : les informations de la caricature N°13

Le code de la caricature	Le titre	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°13	Le pétrole toujours à la hausse L'or noir à plus de 100 dollars	Ali Dilem	Le journal quotidien « liberté » ²⁰	13/04/2021

Ce dessin satirique caricatural d'un type de simplification, il est paru le 13 avril 2021, dessiné par le caricaturiste Ali Dilem, il figure dans la presse francophone algérienne liberté.

Le dessin est présenté dans un cadre carré vertical et un plan moyen car les personnages sont l'élément central afin d'identifier plus des messages, comme elle

²⁰<https://www.liberte-algerie.com/dilem/dilem-du-13-Avril-2022>

porte la signature de Dilem en bas à droite.

Nous trouvons, en premier plan en haute de l'image, le titre en deux parties « LE PETROLE TOUJOURS A LA HAUSSE » et sous titre « L'OR NOIR A PLUS DE 100 DOLLARS » ce signe linguistique écrit en lettres d'imprimerie noires sur un fond blanc avec un caractère gras par des lettres majuscules pour charmer le lecteur et attirer son attention cela signifie que le caricaturiste a essayé de donner un mouvement et aux titres grâce à la typographie pour renforcer son message, Ce titre se compose de deux phrases, les deux phrases sont nominales qui se caractérisent par ses rapidité et ses brièveté .

Le lecteur comprend facilement l'idée générale de la caricature, où le caricaturiste nous informe que le taux d'augmentation du prix du pétrole évolue chaque jour en Algérie où il a atteint le prix 100 dollars et cela anormalement un impact positif sur l'économie algérienne, car l'Algérie possède la richesse pétrolière.

Par ailleurs, ce dessin focalise sur trois personnages de deux classes sociales différentes, ils sont debout deux responsables dans l'Etat algérien devant un simple citoyen algérien.

Premièrement, à droite de l'image nous déformons un homme qui porte des vêtements traditionnels, un gilet vert un tarbouche rouge, un tricot jaune et un pantalon beige avec des chaussures blanches, ses yeux sont ouverte, l'oreille gauche est un peu grande, au dessous de son gros nez, se dessine une expression de colère que les traits du visage et la rougeur de son nez indiquent. Le personnage est furieux, sa bouche grande ouverte occupe une grande partie de son visage qui laisse apercevoir ses dents et sa langue rouge avec des gouttes sortant de sa bouche, il tient dans sa main droite un sachet de lait et le pointe vers le haut, on la connaît par son emballage qui expose le mot « LAIT ». Sa main gauche tient un panier vide tendu vers le bas qui renvoie à la diminution du pouvoir d'achat .ainsi qu'il nous apparaît une grosse bulle qui montre sa parole avec un regard attentif sur les autres personnages : « **ET SINON...DES NOUVELLES DE L'OR BLANC !?** » Cette bulle se compose d'une

phrase nominale écrit en noir par des lettres majuscules et ce qui nous intéresse c'est l'expression (**ET SINON**) qui est une conjonction écrit en gras noir suivie par trois points de suspension exprimant l'hésitation et une indécision du personnage et notamment le non-dit afin de susciter la réflexion des lecteurs. Nous remarquons aussi qu'il y a une interrogation sans aucun mot interrogatif (interrogation indirecte), elle se termine par deux signes de ponctuations différents, un point d'exclamation qui exprime l'exaspération du personnage et un point d'interrogation qui accomplit une fonction ironique, exprime l'inquiétude et l'incertitude du personnage représenté. Par ce message linguistique le dessinateur veut dire que même le pétrole est devenu 100 dollars mais l'or blanc qui signifie (lait) reste toujours trop cher donc il s'agit d'un paradoxe (contradiction) entre les prix.

Il y a une antonymie entre noir et blanc, l'expression or blanc est copiée de or noir une sorte de comparaison aussi avec la cherté du lait comme si c'était de l'or ou du pétrole

A l'autre côté gauche, on voit deux autres personnages, ils semblent être des personnalités importantes vu leurs habillements officiels, ces deux personnages sont éloignés du personnage central, un éloignement du quotidien des simples algériens.

Le rapport entre le message linguistique et le message iconique (le titre+image) a une fonction de relais car le message linguistique ne présente pas l'iconique

En conséquence ce dessin caricatural représenté d'une façon humoristique qui traite du sujet réelle « la hausse de prix de lait en Algérie » construit par des signes linguistique et iconique pour une bonne transmission de message.

2.13. Analyse de la caricature N°14 :



Caricature N°14 Djamel Lounis : 20/03/2023

Tableau 14 : les informations de la caricature N°14

Le code de la caricature	Le titre	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°14	Pouvoir d'achat entre hier et aujourd'hui	Djamel Lounis	Réseau social : Twitter, page : Caricature Algérie. ²¹	20/03/2023

Cette bande dessinée d'un type amplificatif, elle est datée le 20 mars 2023, dessinée en couleur par le dessinateur Djamel Lounis, dans un cadre carré vertical avec un plan général. Elle est signée par Dilem au fond à droite titrée « pouvoir d'achat entre hier et aujourd'hui » proclamée dans le journal quotidien « Le jour d'Algérie » La couleur blanche de l'arrière plan symbolise la vérité et la nouveauté de ce qui se

²¹https://twitter.com/Caricatures_Alg/status/1505641006225633285?s=20

passé en Algérie.

Cette satire caricaturale nous désigne deux personnages dans une situation opposante apparemment invisibles ne montrant que leurs mains avec les avant-bras. L'une est située à gauche de l'image porte une manche blanche à rayures vertes avec un tricot blanc paraissant sur la coude, nous voyons qu'elle tient avec ses doigts un lourd panier plein des denrées alimentaires (viande, huile, tomates, citrons, brocoli ...etc.) comme nous constatons au-dessus de la main le mot « avant » écrit en gras par des lettres majuscules, le terme indique un temps antérieur.

D'autre part, nous constatons la seconde main située à droite de l'image, habillée d'une manche d'une veste bleue en dessous du coude de la main on voit un pull blanc, elle porte avec un ou deux doigts un sachet léger (le reste des doigts est libre) de couleur noire symbolisant la tristesse. Le sachet semble vide à l'intérieur cela montre que la personne n'a rien acheté, en haut de la main nous observons le mot « maintenant » écrit par un caractère gras et des lettres majuscules, exprimant un adverbe de temps.

Ici nous pouvons dire que Lounis à travers le signe iconique a comparé le pouvoir d'achat dans les années passées avec les années actuelles où le citoyen algérien dans le passé pouvait emplir son couffin parce que les prix du produit alimentaire étaient raisonnables mais aujourd'hui nous avons une crise alimentaire à cause des prix élevés où nous ne pouvons même pas remplir un petit sachet.

Le titre de la présente caricature est une phrase nominale: « pouvoir d'achat entre hier et aujourd'hui » Il est écrit en une seule ligne avec du noir sur un fond blanc pour donner l'envie de continuer à lire et susciter la curiosité à en savoir plus.

Si nous venons à décortiquer le titre on trouve deux adverbes de temps antonymes « hier » et « aujourd'hui ». Des synonymes à ces termes sont employés en bas « avant » et « maintenant », c'est deux adverbes sont eux aussi des antonymes qui exprime les différences des pouvoirs d'achats dans le temps.

Dans ce dessin le signe iconique est complété par le signe linguistique qui lui donne

une signification, car le caricaturiste a fait recours à l'inscription linguistique pour passer son message donc il y a un rapport de complémentarité.

2.14. Analyse de caricature N°15 :

Un autre usage de la bavette



Caricature N°15 Djamel Lounis : 08 /06/2021

Tableau 15 : les informations de caricature N°15 :

Le code de la caricature	Le titre	Le dessinateur	Le moyen de diffusion	La date de la parution
N°15	Un autre usage de la bavette	Djamel Lounis	Le journal quotidien : le jour d'Algérie ²²	08/06/2021

Le type de cette dernière caricature satirique est amplificatif, dont a comme titre centré

²² <https://lejourdalgerie.com/08-juin-2021/>

en haut du dessin «un autre usage de la bavette », elle est caricaturée par Djamel Lounis, et est extraite du journal quotidien « le jour d'Algérie » le 08/06/2021, après la propagation de la pandémie COVID-19 en Algérie, le cadrage de cette image est rectangulaire vertical et dans un plan moyen.

Le dessin représente un seul personnage au centre de la caricature c'est un citoyen vêtu d'un pantalon traditionnel bleu, une blouse blanche et un gilet et des chaussures grises ,il a de grandes oreilles, un gros nez , des cheveux bouclés , sa bouche est semi ouverte , ses mains derrière le dos portant un couffin vide et ce qui nous intéresse plus est le masque de protection contre le corona Virus (bavette) qui se trouve au dessus de ses yeux au lieu de son nez et de sa bouche. Le personnage marche probablement dans un souk cela est montré a travers les boxes placés sur la terre qui contiennent des légumes et des fruits , des produits alimentaires , des viandes où chaque aliment a une plaquette noire qui porte le nom d'aliment et son prix écrit en blanc (huile850),(sardine 1200),(poulet 450),(banane 250) ,(patate90).

Donc l'utilisation de la bavette dans les yeux du personnage indique qu'il ne peut pas voir ces prix, ou qu'il ne veut pas les voir. Cela signifie clairement qu'une hausse des prix généralisée de nombreux produits de large consommation dérange et perturbe le citoyen.

Au dessus de la tête du personnage, nous remarquons des signes graphiques une ponctuation d'exclamation, suivies par une ponctuation d'interrogation qui exprime son étonnement et l'inquiétude a cause ses prix. Tous ces indices montrent l'austérité des poches du citoyen algérien.

Le message linguistique écrit en caractère gras par des lettres d'imprimerie noire sur un fond blanc « Un autre usage de la bavette » est le titre de cette caricaturiste ; il nous qu' après la souffrance du peuple algérien avec la pandémie de corona virus, ils souffrent maintenant, d'une autre crise, qui est l'augmentation des prix des produits alimentaire les plus consommés, ce qui amènent les citoyen à user ailleurs de la bavette..

Le rapport entre l'image et le l'énoncé du titre est un rapport de complémentarité, parce que le titre complète le message iconique.

3. Synthèse interprétative :

Au long de ce chapitre, nous avons sélectionné un ensemble d'images caricaturales satiriques, que nous avons analysées selon le model de Roland Barth.

Notre travail contient 15 caricatures qui traitent du thème de la crise alimentaire en Algérie, de l'année 2021 jusqu'à 2023.

Nous avons pu voir différents caricaturistes (Ghilas Ainouche, Ali Dilem, Hichem Le Hic, Karim Bouguemra, Djamel Lounis) chacun a son propre style et sa propre vision avec ses clés et ses codes pour exprimer la situation et pour transmettre leurs messages, afin d'élaborer un sujet d'actualité de notre pays (la pénurie des produits alimentaires et les flammes des prix) d'une manière différents de l'autre.

Les éléments qui caractérisent l'image caricaturale incluent : le titre, les bulles, les personnages, les couleurs, les ponctuations (les signes graphiques), ils jouent tous dans la transmission du message satirique en question.

En effet, la caricature satirique est un mélange de trois types de signe (signe linguistique, iconique et plastique. Chacun de ces signes renforce l'autre.

Sur le plan linguistique nous remarquons que les intitulés des caricatures ont des titres toujours écrits en gras par des lettres d'imprimerie en majuscules découpé sur deux lignes tel que les caricatures N°1,N°5 ;N°7 ;N°8 ,N°11,N°13 et la plupart sont des phrases nominales qui mettent en évidence une information pour donner un mouvement et une premières impression de la caricature.

Toutefois, nous remarquons que le dessinateur Lounis écrit les titres de ces caricatures en lettres minuscules en gras (les caricatures N°2, N°6, N°12, N°14, N°15). Nous avons également remarqué que la caricature N°4 de Karim Bouguemra ne porte pas un titre, ce qui rend son œuvre, à la fois, ambigu et attirante.

Pour les paroles des personnages caricaturés qui sont dans des bulles dans les caricatures N°1, N°5, N°6, N°9, N°13 qui montrent la situation des personnages pour mieux comprendre le message transmis, et pour les autres caricatures les caricaturistes n'ont pas utilisé les bulles pour laisser le champ libre au lecteur pour imaginer ce que peuvent dire le personnage, à travers d'autres signes.

D'ailleurs, il y a de nombreux signes de ponctuation et le plus utilisé chez les caricaturistes est le point d'exclamation parce qu'il exprime la surprise, la souffrance et l'inquiétude de la crise, il a été repris 15 fois, soit dans les titres, comme la caricature N°5 (5 fois), ou dans les bulles de paroles ou au centre du dessin, cela montre l'existence de la marque de subjectivité presque dans la plus part des caricatures. On retrouve également, les points d'interrogation, les deux points, les points de suspension pour compléter le message transmis.

En ce qui concerne les messages linguistiques (titres ou paroles), nous avons relevé l'usage de la métaphore, de la synonymie, de l'antonymie, de la polysémie (dans « le pétrole s'élève ») et de la dénomination (« or noir »).

Ensuite pour le message iconique nous observons que la plupart des personnages dessinés portent des vêtements qui sont des codes vestimentaires, là nous pouvons savoir les catégories des personnages caricaturés qui représentent l'identité algérienne, dans ce cas les vêtements sont de couleurs traditionnels, fanes, et des vêtements recousus avec des morceaux de tissus de différentes couleurs, signe de pauvreté et de misère. Les gestes, les mimiques et les positions des personnages aident à bien lire cette image dégradée du citoyen Algérien.

Le signe plastique qui présente les couleurs de l'arrière plan (gris, noir, bleu, blanc), et le plan moyen sont les plus utilisés dans les caricatures comme étant les plus conformes pour le message transmis, et la majorité des caricatures sont limitées par un cadre carré verticale.

Les caricaturistes ont discuté d'un sujet d'actualité dans les médias et sur les réseaux sociaux (les journaux : liberté, le jour d'Algérie et le réseau social : Facebook, twitter) ;

et chacune des caricatures analysées a une fonction informative.

En effet donc, il y a une étroite combinaison entre les deux codes linguistique et iconique dans une caricature. Ces codes se complètent et génère ensemble la signification et permettent de lire la satire sociale de la crise alimentaire de l'Algérie, qui est évoquée avec subtilité.

Enfin, nous pouvons dire que cette analyse-interprétative vient de confirmer les deux hypothèses de la présente recherche d'une part que les discours dans les caricatures présentés par la satire et d'autre part différents signes sémiologique renforce cette satire.

Conclusion :

Au terme de ce chapitre, nous pouvons conclure que le dessin satirique est un moyen efficace et rapide de transmission d'un message plus riche de signification et d'information parce qu'il contient un ensemble de codes et des signes pour la compréhension du sens, donc les caricature sont des miroirs de la société qui révèlent la réalité quotidienne par un effet humoristique a travers des signes sémio-linguistique.

Conclusion générale

Nous arrivons à la partie finale de notre travail de recherche, inscrit en sémiolinguistique de la caricature. Nous nous sommes intéressées à des caricatures, diffusées par différents médias et réseaux sociaux, tirant du thème la crise alimentaire en Algérie (2021-2023).

Afin d'entreprendre notre travail et d'atteindre notre objectif, nous avons formulé une problématique de recherche de la manière suivante : comment est exposée la récente crise alimentaire algérienne dans la caricature présente dans les différents médias et réseaux sociaux algériens (2021 - 2023) ? Notre mémoire s'est organisé en deux chapitres. Le premier avait pour but de situer la recherche et de présenter son cadre conceptuel, ensuite nous avons exposé le contexte de cette crise alimentaire.

Dans le second chapitre, nous nous sommes intéressées à la vérification des deux hypothèses de la recherche. En effet, nous avons remarqué que les différents signes iconiques et linguistiques jouent ensemble pour renforcer la satire sociale des caricatures composant notre corpus. La relation entre le texte et l'image qui caractérisent l'ensemble des caricatures est très étroite et est subtile.

Finalement, grâce à cette étude, nous avons pu démontrer que les différents signes sémiologiques ont permis aux satire caricaturales d'élargir les visées des messages, elles représentent un moyen d'expression d'opinions, de sentiments, de revendications, de frustrations ... Ces caricaturistes sont finalement un porte-parole qui adressent des messages contestataires, en une transformant le réel en scène sarcastique et revendicatrice. La caricature revêt actuellement une dimension psycho-sociale importante, elle est le miroir et le thermomètre de la société.

Pour conclure, ce travail est une simple contribution dans les sciences du langage en général, et en la sémiologie en particulier. Le thème en question mérite de plus amples recherches tant sur le plan linguistique, discursif, comme il peut prendre d'autres perspectives sociologiques car il demeure un phénomène d'actualité très répandu.

Références bibliographiques :

Ouvrage :

- Cadet C., Charles, R., & Galus, J.L. *La communication par l'image*, Paris, Nathan, 1990.
- PEIRCE, CHARLES SANDRES « écrit sur le signe » Ed. Seuil, paris, 1978, p 105
- De Carlo M., *L'interculturel*, CLE International, France, 1998, pp.47-48.
- Duval S. et Martinez M., *La satire*, Editeur, année, 2000.
- FLOCH J.M, *Sémiotique marketing et communication sous le signe de la stratégie*, Ed. PUF, Paris, 1995, p.07
- Ferdinand De Saussure, « Cours de linguistique générale », Arbre d'or, Genève, 2005 p, 22
- Ferdinand, S : « Cours de linguistique générale », Mauro, Paris, 1967 p, 67
- Joly M., *Introduction à l'analyse de l'image*, Edition Armon colin, Paris 2006, p.09
- Joly M., l'image et le signe, p.24
- Joly M
- P.Guiraut, sémiologie, coll., que sais-je ?1983
- Roberts-Jones, P., *La caricature du second empire à la belle époque, 1850- 1900*, Club français du livre, Paris.

Articles :

- Joly M., *L'image et les signes*, éditeur Armand Colin., 1970.
- Michel Tardy « image et pédagogie », in Revue média, né 07, paris, novembre 1969
- PRAMONO. In SOBUR A, « Semiotikakomunikasi. Bandung : PT RemajaRosdakarya» 2009, p 138
- PLATON, *La République*, trad. Ed. Chambry, Les Belles Lettres, Paris, 1949, in MARTINE Joly, *Introduction à l'analyse de l'image*, Op.cit.p. 8.

Sitographie:

- <https://elwatan-dz.com/consommation-les-produits-alimentaires-plus->

- <https://www.liberte-algerie.com/dilem/dilem-du-03-f%C3%A9vrier-2022>
consulté le 27/03/2023

Dictionnaire

- Bloch O., Von Wartburg W., *Dictionnaire étymologique de la langue française*, Presse Universitaire de France, Paris, 1994, p 109.
- *Le Robert, Dictionnaire historique de la langue française*, 1993.

Mémoire et thèses :

- BAH Souleymane (2004). *La presse satirique en Afrique : Un discours politique et une médiation culturelle pour la construction d'une identité* (Thèse de doctorat), Université Lumière Lyon 2). En ligne :
http://theses.univlyon2.fr/documents/lyon2/2004/bah_s#p=2&a=TH.2, consulté le 03/02/2023
- Ghedrouche Meriem, Mokrane Roukia, Analyse sémiologique de la caricature cas du journal « le soir d'Algérie, mémoire de master, université de Mohammed Seddik Ben yahia, Jijel..., 2015-2016, p, 43.

Table des matières :

Remerciement.....	4
Dédicace.....	5
Sommaire.....	6
Introduction générale.....	7
Chapitre 1 : sémiologie et caricature	
1. La sémiologie	11
1.1. Etymologie de terme.....	11
1.2. La définition de la sémiologie	12
1.3. La sémiologie et la sémiotique.....	13
1.3.1 .La relation et la distinction entre la sémiologie et la sémiotique	13
1.4. Les types de la sémiologie.....	13
1.4.1. La sémiologie de la signification	14
1.4.2. La sémiologie de la communication.....	14
1.5. La sémiologie de l'image.....	14
1.5.1. Qu'est ce qu'une image.....	15
2. La Caricature.....	16
2.1. L'histoire et l'évolution de la caricature.....	16
2.2. .La définition de la caricature.....	16
2.3. Les types de la caricature.....	18
2.3.1. Le portrait en charge.....	18
2.3.2. La caricature de situation.....	18
2.3.3. La caricature par amplification.....	18
2.3.4. La caricature par zoomorphique.....	18

2.3.5. La caricature par simplification.....	19
2.4. Les procédés de la caricature.....	19
2.4.1. Exagération à partir du physique.....	19
2.4.2. Animalisation et végétalisation.....	19
2.4.3. Pour faire rire.....	20
2.4.4. L'ironie.....	20
2.5. Les fonctions de la caricature.....	20
2.5.1. La fonction d'informer.....	20
2.5.2. La fonction de distraction.....	21
2.5.3. La fonction de l'éducation.....	21
2.5.4. La fonction de contestation.....	21
2.5.5. La fonction de publication.....	21
2.6. La caricature comme miroir culturel.....	21
3. La satire.....	21
3.1. La définition de la satire.....	22
4. Crise alimentaire en Algérie (2021-2023).....	23
5. Méthodologie de recherche.....	24
5.1. Présentation de grille d'analyse sémiologique.....	24
Conclusion.....	25
Chapitre 2 : l'analyse sémio-linguistique des caricatures.....	27
1. Présentation du corpus	28
2. Analyse sémio-linguistique des caricatures	28
2.1. Analyse de la caricature N°1.....	29
2.2. Analyse de la caricature N°2.....	32
2.3. Analyse de la caricature N°3.....	35
2.4. Analyse de la caricature N°4	38

2.5.	Analyse de la caricature N°5.....	40
2.6.	Analyse de la caricature N°6.....	43
2.7.	Analyse de la caricature N°7.....	45
2.8.	Analyse de la caricature N°8.....	48
2.9.	Analyse de la caricature N°9.....	51
2.10.	Analyse de la caricature N°10.....	54
2.11.	Analyse de la caricature N°11.....	57
2.12.	Analyse de la caricature N°12.....	60
2.13.	Analyse de la caricature N°13.....	62
2.14.	Analyse de la caricature N°14.....	65
2.15.	Analyse de la caricature N°15.....	67
3.	Synthés interprétative.....	69
	Conclusion.....	71
	Conclusion générale.....	72
	Références bibliographiques.....	74
	Table des matières.....	78
	Table des tableaux.....	81
	Annexes.....	82

Table des tableaux :

Tableau 1 : les informations de la caricature N°1	29
Tableau 2 : les informations de la caricature N°2.....	32
Tableau 3 : les informations de la caricature N°3.....	35
Tableau 4 : les informations de la caricature N°4.....	38
Tableau 5 : les informations de la caricature N°5.....	40
Tableau 6 : les informations de la caricature N°6.....	43
Tableau 7 : les informations de la caricature N°7.....	45
Tableau 8 : les informations de la caricature N°8.....	48
Tableau 9 : les informations de la caricature N°9.....	51
Tableau 10 : les informations de la caricature N°10.....	54
Tableau 11 : les informations de la caricature N°11.....	57
Tableau 12 : les informations de la caricature N°12.....	60
Tableau 13 : les informations de la caricature N°13	62
Tableau 14 : les informations de la caricature N°14.....	65
Tableau 15 : les informations de la caricature N°15.....	67

Annexes

Caricature N°1 :



Caricature N°2 :

Grave pénurie de lait

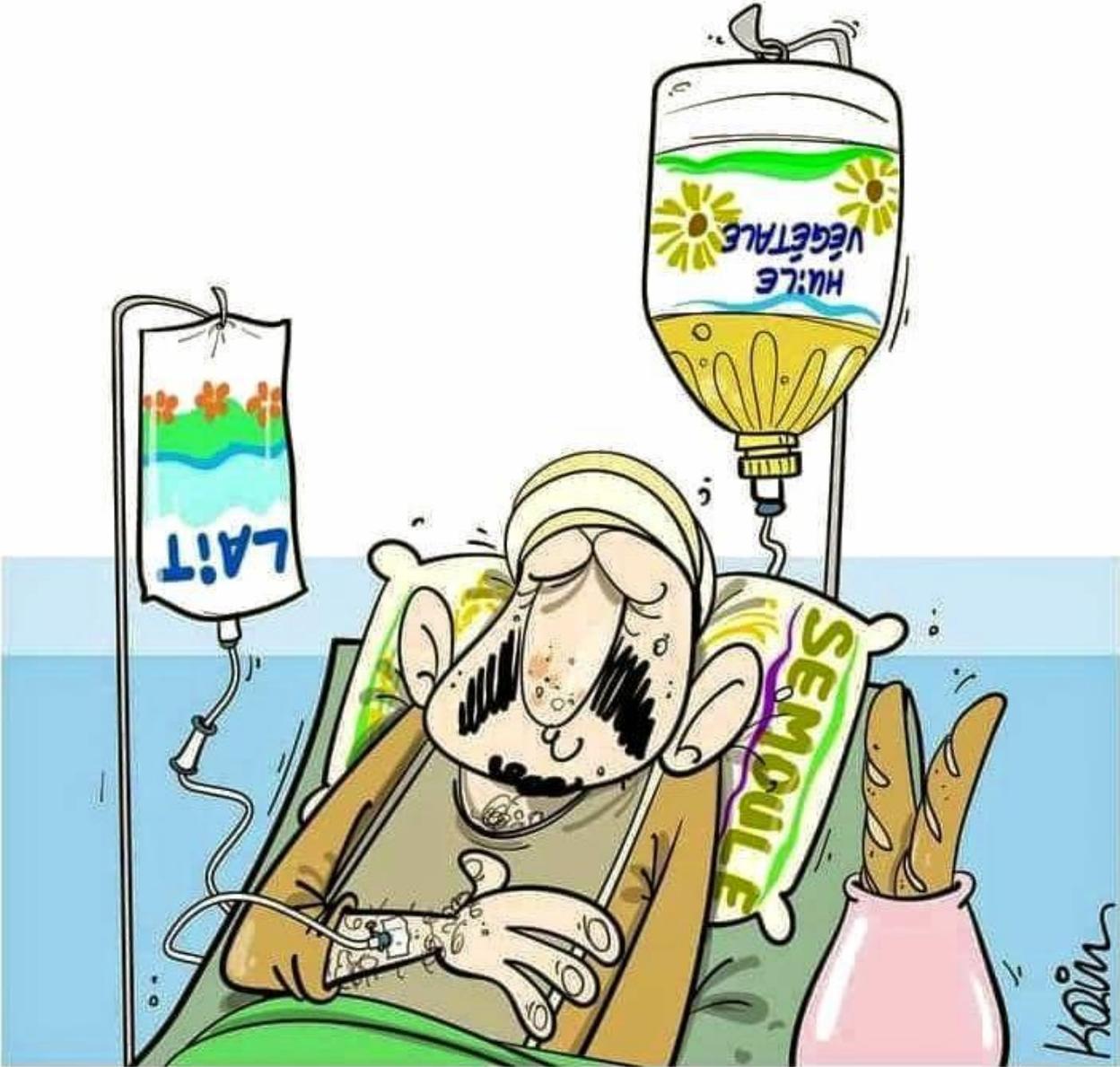


Loumis

Caricature N°03 :



Caricature N°04 :



Caricature N°05 :

FORTE HAUSSE DU PRIX DE LA VIANDE



Caricature N°06 :

Le prix de l'oignon fait pleurer

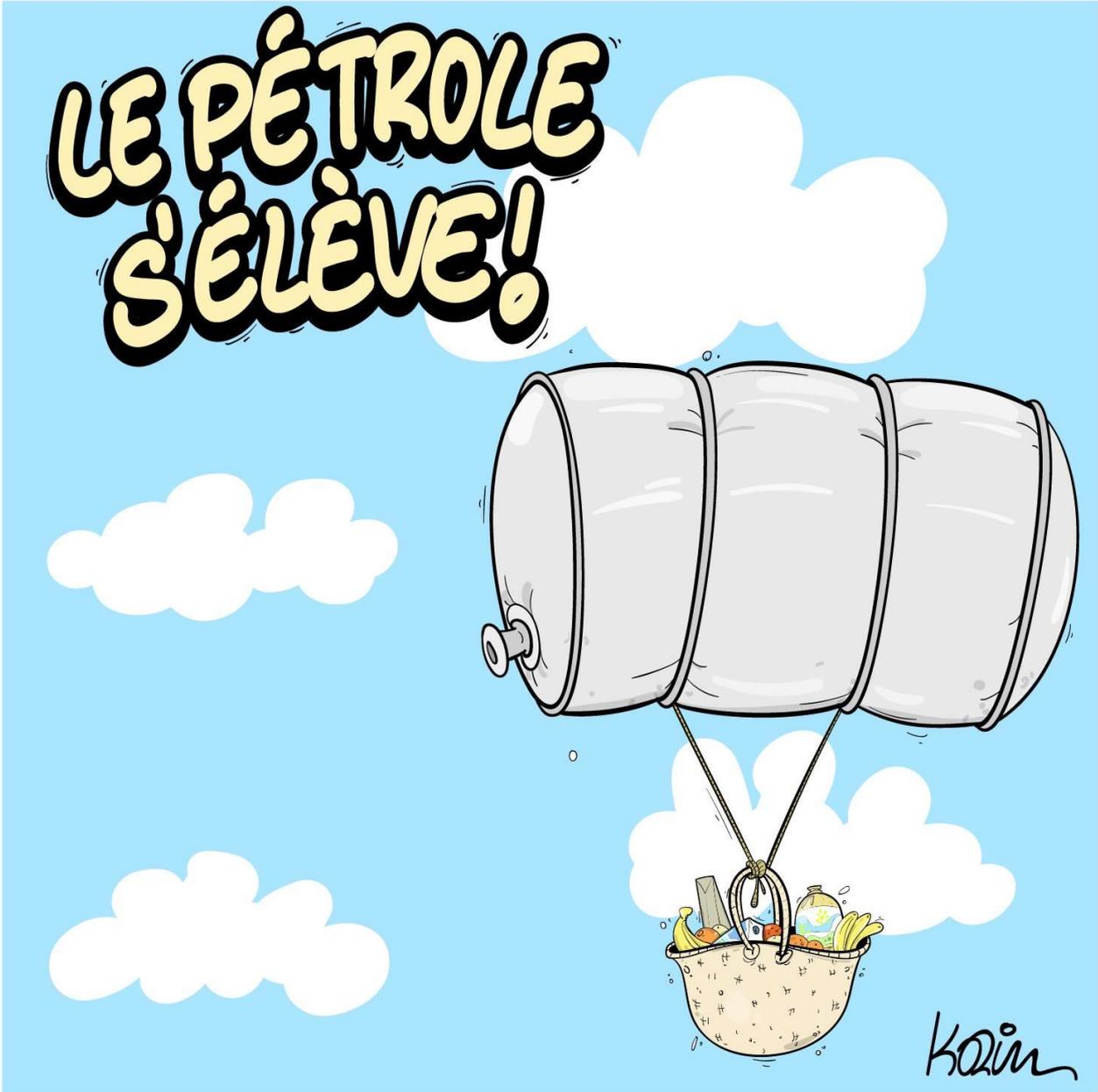


Loumis

Caricature N°07 :



Caricature N°08 :



Caricature N°09 :

ON EST LE 1^{er} AVRIL !



Caricature N°10 :



Caricature N°11 :

HAUSSE DES PRIX LES ALGÉRIENS PRIS À LA GORGE



Dilem

Caricature N12 :

L'huile de table se vend Au prix fort



Loumis

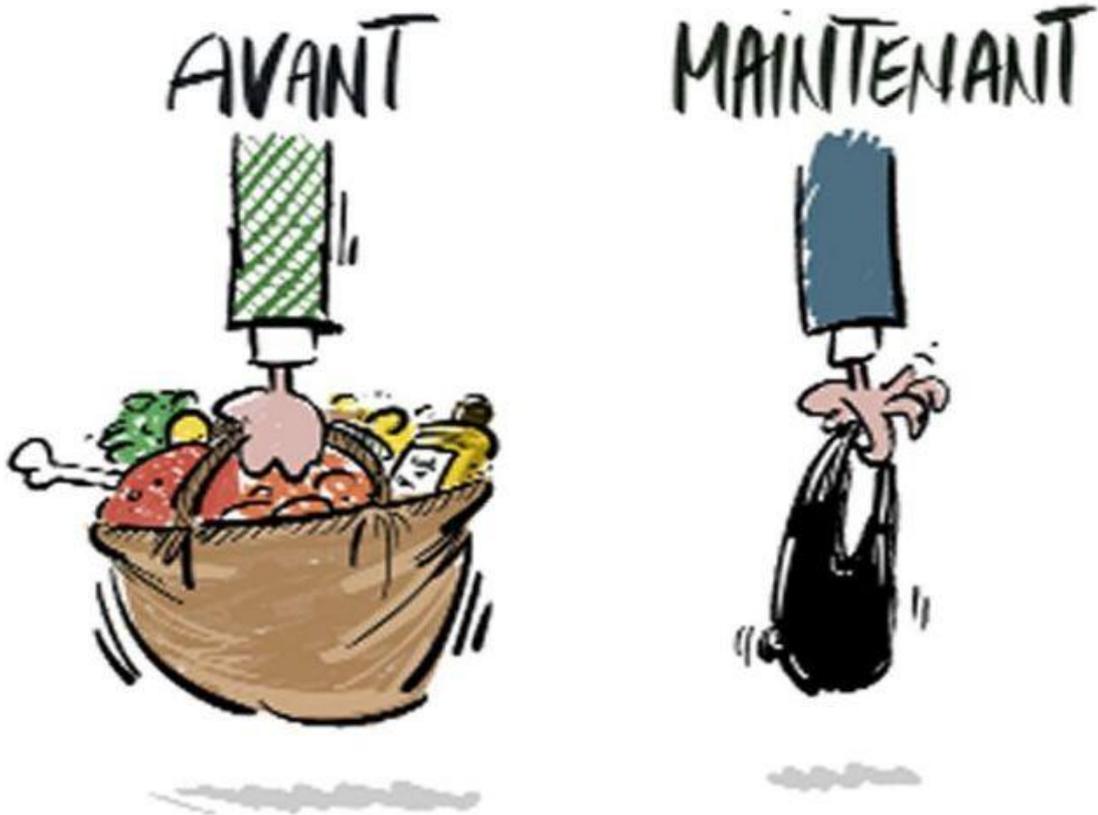
Caricature N°13 :

LE PÉTROLE TOUJOURS À LA HAUSSE
L'OR NOIR À PLUS DE 100 DOLLARS



Caricature N°14 :

Pouvoir d'achat entre hier et aujourd'hui



Loumis

Caricature N°15 :

Un autre usage de la bavette



4. Les biographies des caricaturistes :

1.2. Biographie d'Ali Dilem :



Ali Dilem né le 29 juin 1967 à El-Harrach, en Algérie est un dessinateur de presse algérien d'origine kabyle. Ali Dilem publie ses caricatures dans le quotidien algérien Liberté et dans l'émission de télévision Kiosque sur la chaîne francophone TV5.

Ali Dilem démarre sa carrière au quotidien Le Matin en 1991 avant de rejoindre Liberté en 1996. Il obtient le prix international du dessin de presse en 2001. Dilem travaille dans des conditions difficiles : menacé de mort par des groupes islamistes à de nombreuses reprises, Ali Dilem est aussi harcelé par plusieurs procès pour diffamation. Il a notamment écopé d'une amende de 50 000 dinars algériens en mai 2005.

Le 14 juin 2005, Ali Dilem est condamné à six mois de prison ferme pour une caricature publiée dans le journal Liberté le 29 novembre 2001. Il y dénonce la corruption des généraux algériens juste après les inondations meurtrières de Bab El-Oued. Deux personnages commentent les dons d'argent de généraux comme étant des « restitutions ».

1.3. Biographie de Hicham Baba Ahmed :



Né à Alger le 11 janvier 1969, ingénieur en aménagement du territoire et protection de l'environnement, Hichem, plus connu sous sa signature d'artiste, HIC ou Le HIC doit sa célébrité à ses dessins de presse paraissant régulièrement dans le quotidien El Watan.

Auparavant, il a été dessinateur éditorialiste et caricaturiste dans plusieurs journaux (l'Authentique, Le Jeune Indépendant, El Manchar, Le Soir d'Algérie), Puis rédacteur en chef de la revue de bande dessinée bendir. Fin observateur de la société et de l'actualité, qu'il sait suggérer ou illustrer d'un trait, Le HIC est un caricaturiste hors pair, qui vous « croque » en quelques coups de crayon, un personnage saisi dans la posture qui le définit le mieux. Résultat, une galerie de portraits et situations publiées dans des albums aux titres aussi évocateurs que « *Nage dans ta mer* », « *L'Algérie* », « *Dessine-moi l'humour* » etc.

1.4. Biographie de Ghilas Aïnouche :



« Le dessinateur Ghilas Aïnouche né le 10 octobre 1988 à Sidi-Aïche, en Algérie, dans une famille berbérophone, est un caricaturiste et dessinateur de presse algérien. Sa mère est enseignante et son père artiste. »

Il dessine depuis qu'il est enfant. Il définit son activité comme un métier passionné. Après avoir obtenu son diplôme d'études secondaires en 2008, il a travaillé dans une entreprise de presse universitaire. Après cela, il a travaillé dans des journaux hebdomadaires, à la télévision et dans des journaux nationaux. Puis il s'est fait virer en raison de ses dessins. En 2014, à l'âge de 25 ans, il devient rédacteur indépendant pour Charlie hebdo, qui qualifie de "rêve d'enfant".

En 2016, il est l'invité d'honneur de la 14^e édition du festival « Couleurs d'Afrique » à Elbeuf en Normandie. En octobre et novembre 2017, invité par le département d'État américain aux États-Unis, il participe au programme intitulé *Dessinateur de Presse*. En 2018, il fête ses 10 ans de carrière en tant que dessinateur de presse.

1.5. Biographie de Djamel Lounis :



Lounis né le 24 Septembre 1955 en

Alger « Il est un caricaturiste, dessinateur de presse, illustrateur. Il collabore au journal *Le Jour d'Algérie* ainsi qu'à un site néerlandais qui regroupe plusieurs dessinateurs originaires de plusieurs pays.

Biographie de Karim Bouguemra :



Karim Bouguemra est un jeune caricaturiste algérien de 35 ans originaire de Skidda, une localité à l'est du pays. Comme les dessinateurs de *Charlie Hebdo*, ses coups de crayons ont pu s'illustrer dans la presse de son pays, le journal sportif *Maracana*. Aujourd'hui, c'est pour le MENA Post, un site d'informations en ligne dédiée à la région MENA, que le dessinateur fait part de

son talent

Résumé :

Comme toute image, le dessin caricatural dans les médias est considéré comme un moyen de communication, en représentant des événements qui touchent différentes domaines : social, culturel, idéologique ...elle est l'un des riches moyens de signification utilisés pour la transmission d'un message.

Dans notre travail de recherche nous intéressons au domaine de la sémiologie de l'image issue des travaux de R. Barthes où nous pouvons analyser les caricatures satirique pour montrer les composants langagières et visuelles pour renforcer le message comme type de communication et aussi pour indiquer la relation entre les deux codes linguistiques et iconiques permet une complémentarité et une interrelation qui émerge une pluralité de sens et facilite la compréhension de l'image.

Les mots clés : la sémiologie, la caricature, la communication, la satire, les codes linguistiques et iconiques, le sens.

Abstract:

Like any image, the caricature drawing in the media is considered as a means of communication, representing events that affect different areas: social, cultural, ideological ... it is one of the rich means of meaning used for the transmission of a message.

In our research work we are interested in the field of image semiology from the work of R. Barthes where we can analyze satirical caricatures to show the linguistic and visual components to reinforce the message as a type of communication and also to indicate the relationship between the two linguistic and iconic codes allows a complimentarily and an interrelation that emerges a plurality of meanings and facilitates the understanding of the image.

Key words: semiology, caricature, communication, satire, linguistic and iconic

codes, meaning.

ملخص :

مثل أي صورة ، يعتبر الرسم الكاريكاتوري في وسائل الإعلام وسيلة اتصال ، تمثل الأحداث التي تؤثر على مختلف المجالات: الاجتماعية والثقافية والأيدولوجية ... وهي من الوسائل الغنية للمعنى المستخدمة في نقل الرسالة.

نحن مهتمون في عملنا البحثي بمجال علم الأحياء للصورة من أعمال رولاند بارث حيث يمكننا تحليل الرسوم الكاريكاتورية الساخرة لإظهار المكونات اللغوية والمرئية لتعزيز الرسالة كنوع من الاتصال وأيضًا للإشارة إلى العلاقة بين الرمزين اللغويين والأيونيين مما يسمح بالتكامل والترابط الذي ينبثق عن تعدد المعاني ويسهل فهم الصورة.

الكلمات المفتاحية: علم الأحياء ، الكاريكاتير ، التواصل ، الهجاء ، الرموز اللغوية والأيقونية ، المعنى.