

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de L'Enseignement Supérieur et
De la Recherche Scientifique
Université Abderrahmane Mira – Bejaia-



Faculté des Lettres et des Langues
Département de français

Mémoire de master

Option : Sciences du Langage

Les signes de l'image à l'hôtel Raya de Tichy entre esthétique et identité :
une étude sémiologique.

Présenté par :

M^{elle} BOUATMANE Dassyne

Le jury :

Mme, BOUKERCHI Lamia, président
Mme MAHROUCHE Nesrine, directeur
Mme BOURBIA Nassima, examinateur

Remerciements

Avant toute chose, Louange à Allah, Le Tout-Puissant, Le Clément et Le Miséricordieux, qui m'a accordé la patience, la force, le courage, la réussite tout au long de ce parcours universitaire. Sans Sa volonté et Sa miséricorde, rien n'aurait été possible.

Je tiens ensuite à exprimer ma profonde gratitude à Madame MAHROUCHE Nesrine, mon encadreur, pour son accompagnement précieux, sa disponibilité, ses conseils éclairés et surtout sa patience inestimable. Elle n'a ménagé aucun effort pour me guider et m'épauler, même dans les moments les plus difficiles. Qu'elle trouve ici l'expression de ma reconnaissance la plus sincère.

Mes remerciements vont également à l'ensemble des enseignants qui ont jalonné mes cinq années d'études universitaires et m'ont transmis les connaissances, les outils et les méthodes nécessaires pour réussir. Leur dévouement et leur passion pour l'enseignement m'ont profondément inspiré.

Je remercie également les membres du jury d'avoir accepté de lire, d'évaluer et de juger ce travail. Leur regard critique et bienveillant est pour moi un grand honneur.

Je n'oublie pas de remercier chaleureusement tout le personnel de la filière de français, ainsi que le département des langues de la faculté, pour leur soutien administratif, pédagogique et humain.

Enfin, j'adresse mes vifs remerciements à toutes les personnes qui m'ont soutenue, de près ou de loin, tout au long de cette aventure : famille, amis, camarades... Que chacun trouve ici l'expression de ma reconnaissance la plus sincère.

Merci infiniment.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

À mon père, que la mort m'a arraché, mais que mon cœur n'oubliera jamais. Ce travail, je l'ai fait en pensant à toi, papa. C'est ton rêve que je réalise aujourd'hui : poursuivre mes études, réussir, obtenir un diplôme. Tu voulais me voir aller loin, tu croyais en moi, même quand moi je doutais. J'aurais tellement aimé que tu sois là, que tu me voies franchir cette étape. Mais je sais que, de là où tu es, tu es fier. Ce diplôme, c'est le tien avant d'être le mien.

À ton âme, paix éternelle. Je t'aime, *Papa*.

À mon oncle paternelle Mohand Chérif et à son épouse Hassina, vous avez été un pilier dans ce parcours. Votre aide, vos encouragements et votre présence ont été essentiels. Vous avez été là dans les moments les plus difficiles. Ce travail porte aussi la trace de votre générosité.

À mon très cher ami Hessissou, tu as été plus qu'un ami, une figure presque paternelle dans les moments d'épreuve. Ton soutien sincère et constant a fait une réelle différence dans mon cheminement.

À mes cousines Assia et Nassima, merci pour votre tendresse et vos mots d'encouragement. Vous m'avez apporté beaucoup plus que vous ne le pensez.

À tous ceux qui m'aiment et qui m'ont soutenue, recevez à travers ce modeste travail l'expression de ma reconnaissance. Que la vie vous comble de bonheur, de santé et de réussite.

SOMMAIRE

Introduction générale	8
1. Présentation du sujet.....	8
2. Problématique.....	9
3. Hypothèses.....	9
4. Motivation et choix du sujet	10
5. Méthodologie et corpus	10

Chapitre 01 : Approche sémiologie et démarche méthodologique

Introduction.....	13
1. Historique de la sémiologie	13
2. Le signe en sémiologie	18
3. La sémiologie de l'image	20
4. La grille d'analyse sémiologique.....	25
5. Cadre méthodologique et présentation du corpus.....	35
Conclusion	37

Chapitre 02 : L'hôtel Raya à travers ses images : analyse sémiologique

Introduction.....	39
1. Analyse des images de l'hôtel	39
2. Bilan interprétatif des images analysées.....	72
Conclusion	75
Conclusion générale.....	77
Références bibliographiques.....	81
Table des matières.....	83
Annexes.....	86
Liste des illustrations	94
Résumé	

INTRODUCTION GÉNÉRALE

1. Présentation du sujet

Ces dernières années, le tourisme prend une place de plus en plus importante dans les politiques de développements économique, culturel et social à travers le monde. Cependant, en Algérie, ce secteur demeure sous-développé, notamment en comparaison avec les pays voisins méditerranéens car malgré un patrimoine naturel et culturel riche, les infrastructures touristiques restent insuffisantes, et les initiatives locales peinent à s'établir sur le long terme.

En ce sens, la ville de Bejaïa, reconnue pour son potentiel touristique, tente de se démarquer. L'hôtel Raya, établissement emblématique de la région, en est un exemple significatif. Situé à Tichy, en bord de mer, il illustre l'évolution des pratiques touristiques et la manière dont l'espace est aménagé pour répondre à des attentes culturelles spécifiques. L'objectif principal de notre travail est d'étudier la manière dont cet hôtel mobilise une sémiologie visuelle pour construire une identité singulière voire spécifique. Nous chercherons à comprendre comment ces choix visuels et symboliques participent à l'élaboration d'une construction et d'une représentation identitaire ancrée dans un contexte kabyle, tout en s'inscrivant dans une logique touristique nationale algérienne.

Notre thème de recherche intitulé : « *Les signes de l'image à l'hôtel Raya de Tichy : une étude sémiologique* » s'inscrit dans le cadre des sciences du langage, français langue étrangère, notamment dans la sémiologie.

La sémiologie est une discipline scientifique qui étudie les signes utilisés dans la communication et leurs significations. Elle a été fondée par les travaux de Ferdinand de Saussure qui est considéré comme fondateur de cette discipline en Europe. Guilbaut (s.d.) souligne que Saussure estime que « la sémiologie devrait avoir pour objet d'étude la vie des signes au sein de la vie sociale ». Cela dit, elle n'est pas exclusivement liée à Saussure dans la mesure où elle a également été développée par d'autres chercheurs. Cela a engendré deux visions distinctes : la sémiologie de la signification de Roland Barthes et Julia Kristeva et la sémiologie de la communication de Gorges Mounin, Louis Prieto, Jeanne Martinet, et bien d'autres.

Dans ce qui suit, nous nous attacherons à présenter la problématique centrale et les questions subsidiaires qui en découlent en avançant trois hypothèses auxquelles nous apporterons une réponse momentanée le temps de l'analyse, mais aussi la motivation ainsi que le choix du sujet. Nous annoncerons également la méthodologie qui sera adoptée lors de notre recherche et le corpus utilisé.

2. Problématique

De nos jours, les établissements hôteliers participent à la valorisation des identités culturelles et la communication visuelle, où les signes sémiologiques apparaissent comme des outils fondamentaux en vue de décrypter le lien entre l'architecture, la décoration et les représentations culturelles. Ces signes, qu'ils soient linguistique, iconique ou plastique, contribuent à la construction d'une identité symbolique et significative spécifique à chaque espace.

C'est dans cette optique que nous posons la problématique suivante :

- Quels sont les principaux signes sémiologiques (linguistiques, iconiques et plastiques) employés par l'hôtel Raya pour exprimer son identité esthétique et une signification symbolique à travers ses images ?

Cette problématique amène d'autres questionnements que voici :

- Est-ce que nous pouvons dire que les angles de prise de vue, le cadrage et la disposition des éléments décoratifs dans les images de l'hôtel Raya participent ensemble à créer une ambiance particulière ? Et si oui, comment cela fonctionne ?
- Est-ce que la répartition des couleurs dans les images de l'hôtel Raya contribue à provoquer une ambiance particulière et à construire une identité visuelle propre pour chaque espace (réception, restaurant, chambres, etc.) ?

3. Hypothèses

En guise de réponses à cette problématique, nous formulons les hypothèses suivantes que nous tenterons de confirmer ou d'infirmer tout au long de notre travail d'analyse :

- ✓ Nous pensons que l'hôtel Raya mobilise une variété de signes sémiologiques (linguistiques, iconiques et plastiques) pour construire une identité culturelle marquée et offrir aux visiteurs une expérience esthétique harmonieuse et symboliquement riche.
- ✓ Il semblerait que les angles de prise de vue, le cadrage et les éléments décoratifs dans les images de l'hôtel Raya participent ensemble à créer des ambiances spécifiques. En jouant sur les formes, la composition ou même la mise en valeurs de certains objets, ces

choix esthétiques pourraient provoquer certains chez le spectateur des impressions précises comme l'intimité, le raffinement, l'ordre...

- ✓ Nous pouvons supposer que l'organisation des couleurs et leur choix dans les photographies participe à la création d'ambiances distinctes selon les espaces et ce en jouant sur les contrastes entre les couleurs chaudes et celles qui sont froide dans le but de susciter des impressions précises et spécifiques comme la chaleur, l'intimité, l'évasion, le luxe etc.

4. Motivation et choix du sujet

Nous avons été guidés par un double motivation, ce qui a naturellement imposé ce sujet dès le départ. Nous avons choisi ce thème car, d'une part, la curiosité intellectuelle et scientifique que suscite ce type d'analyse sémiologique était très importante en nous. Nous voulons découvrir l'originalité du design, de l'architecture, des couleurs et la façon dont l'hôtel Raya sis à Tichy attire sa clientèle. D'autre part, ayant grandi à Akbou et ayant poursuivi nos études à Bejaia, nous sommes familiarisés avec les dynamiques socio-culturelles de la wilaya de Bejaia mais spécifiquement de Tichy. Nous pouvons supposer que nous sommes, donc, à même de déchiffrer les traits culturels, valeurs voire de proposer une analyse fine des signes visuels que présente notre corpus.

Nous estimons que, peut-être, toutes ces réflexions nous aideront à interpréter et à analyser les signes de manière plus précise tout en évitant d'éventuels malentendus. Probablement cela peut constituer un atout non négligeable dans le domaine de la sémiologie.

5. Méthodologie et corpus

Nous avons choisi de nous appuyer sur une démarche d'observations sémiologique de l'hôtel « Raya » et ce dans le but d'analyser un certain nombre d'images tirées du site officiel de l'hôtel trouvé via Google. Ces images constituent notre corpus d'étude et seront analysées à l'aide d'une grille d'analyse inspirée des travaux et sources tels que Martine Joly, Roland Barthes et du groupe μ convoquant des notions essentielles telles que la sémiologie de la signification et de la communication, les signes en sémiologie (signifié, signifiant, réfèrent), les types de signes de l'image (le signe linguistique, iconique et plastique) et la grille d'analyse que nous tâcherons d'appliquer à notre corpus.

Ledit corpus¹ correspond donc à des photographies représentant l'hôtel « Raya » qui a été choisi comme lieu de recherche en raison de sa pertinence dans le cadre de notre étude ; nous y observons la décoration, l'architecture, piscine, chambres, le hall etc.

Pour bien structurer notre travail, nous avons décidé d'organiser notre recherche en deux chapitres :

- Le premier chapitre, intitulé « *Approche sémiologie et démarche méthodologique* », sera consacré à la partie théorique et conceptuelle dans laquelle nous définirons des notions de base telles que : sémiologie, sémiotique, image etc., il sera aussi question d'aborder plus en détails les outils méthodologiques qui seront mis en œuvres pour les besoins de l'analyse du corpus.
- Le deuxième chapitre, intitulé, quant à lui, « *L'hôtel Raya à travers ses images : analyse sémiologique* », proposera une analyse détaillée dans la mesure où nous nous focaliserons sur les éléments de notre corpus en appliquant la grille d'analyse susmentionnée sur les différentes images récoltées. A la fin de notre étude, cette approche analytique nous donnera la possibilité d'interpréter les codes sémiologiques, en confirmant ou infirmant les hypothèses proposées dès le début de notre travail.

¹ Une description détaillée en sera faite à la fin du chapitre 1.

Chapitre 01

Approche sémiologie et démarche méthodologique

Introduction

Afin d'apporter du sens, de la solidité et de la pertinence à notre travail et afin de garantir que l'interprétation des signes s'appuie sur des connaissances approfondies et une compréhension précise des concepts, il est primordial de situer cette étude dans un cadre théorique solide.

Ce chapitre-ci, intitulé « *Approche sémiologique et démarche méthodologique* », sera exclusivement consacré à la partie théorique, dans laquelle nous retracerons l'historique de la sémiologie et nous exposerons la différence entre la sémiologie et la sémiotique. De même, nous définirons des concepts-clés tels que signe, signifiant, signifié, référent ainsi que les différents types de signes liés à l'image suivant Roland Barthes, Martine Joly et groupe μ^2 . Nous aborderons aussi les deux incontournables théoriciens qui sont Saussure et Pierce, pionniers respectivement de la sémiologie et de la sémiotique mais aussi la grille d'analyse mise qui sera exploitée lors de la partie analytique.

Sur le plan méthodologique, ce chapitre sera également consacré à une présentation précise et structurée du corpus retenu présenté sous forme de tableau, ainsi qu'à la description des outils méthodologiques mobilisés pour mener à bien l'étude sémiologique.

1. Historique de la sémiologie

La sémiologie est une discipline d'analyse des signes, qu'ils soient linguistique, médicaux ou autres. Dans le contexte médical nommé « sémiologie médicale », elle joue un rôle fondamental car elle permet de traduire les manifestations du corps en information clinique grâce à une démarche rigoureuse d'observation, d'analyse et d'interprétation des signes. Ces signes peuvent être des symptômes isolés (comme une douleur) ou des syndromes, c'est-à-dire un ensemble de symptômes qui apparaissent ensemble et suggèrent une maladie précise. A ce propos, nous pouvons ajouter que :

Le terme « sémiologie » n'est pas nouveau puisque, dès l'Antiquité, il désigne un secteur de la médecine. Du grec *séméion* = signe, et *logos* = discours, science, la sémiologie -ou la *séméiologie*- médicale discipline qui existe encore de nos jours, consiste à interpréter les signes que sont les symptômes où les syndromes (ensembles

² Signes linguistique, iconique et plastique.

de symptômes). Ces signes, dont parle Hippocrate, sont donc synonymes de symptômes, mais aussi de « preuve » ou d' « indices ». (Joly, 2002, p. 09)

Le mot « sémiotique » a été introduit par Charles Sanders Peirce en 1867 et il a été considéré comme une théorie générale des signes. Ensuite, il a été développé par Ferdinand de Saussure (1995) qui propose la sémiologie comme une « science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale » (p. 33). Jusqu'à aujourd'hui, la sémiologie continue d'évaluer en intégrant les avancées technologiques et les nouveaux médias.

1.1 Sémiologie/ Sémiotique

Lorsque nous traitons des sujets concernant les signes, nous rencontrons tantôt le terme de « sémiologie » et tantôt celui de « sémiotique ». Nous disons souvent que les deux termes sont équivalents car ils ont pour objet l'étude des systèmes de signe et de signification. Mais, en réalité, ils ne sont pas des synonymes, ni dans leurs histoire, ni dans leurs usages.

La sémiologie, comme signalé précédemment, a été introduite par Ferdinand de Saussure qui s'est concentré sur les signes linguistiques. En revanche, la sémiotique a été développée par Charles Sanders Pierce ; elle englobe tous les systèmes de signification, qu'ils soient linguistiques, visuelles ou gestuels. Ce nouveau terme a une portée plus large et philosophique ; par conséquent, beaucoup de chercheurs n'étant pas spécialistes dans le domaine, confondent ces deux concepts.

Il apparaît que :

Les deux pères fondateurs convergeaient sur deux points importants : d'abord pour faire ce qu'ils nomment l'une sémiologie et l'autre sémiotique la science des signes ; ensuite pour mettre en avant l'idée que ces signes fonctionnent comme un système formel. (Klinkenberg, 1996, p. 22)

Ce passage met en avant le fait que le noyau central de cette science, et qui est commun aux deux scientifiques, est donc de faire de la sémiologie/sémiotique une discipline de tous

les systèmes de signe et une doctrine formelle de tous les systèmes signifiants car nul signe³ ne peut fonctionner sans s'insérer dans un système formel et une structure.

1.1.1. Sémiologie

Cette discipline s'est développée grâce aux travaux des grands chercheurs comme Saussure et Roland Barthes. La sémiologie, d'origine européenne, prend en charge l'étude des langages particuliers des signes, qu'ils soient linguistiques ou non linguistiques. Elle s'intéresse aux images, au cinéma, à la peinture, à la littérature, aux symboles, aux gestes, ainsi qu'aux mots et aux structures du langage parlé ou écrit. Elle analyse leur signification, c'est-à-dire comment les signes transmettent du sens dans différents contextes de communication.

Les études sémiologiques sont souvent divisées en deux branches : la sémiologie de la communication et la sémiologie de la signification.

A. La sémiologie de la communication

Suite au décès de Saussure, ses concepts ont été approfondis par divers chercheurs, donnant naissance à ce que l'on appelle l'école sémiologique. Parmi eux, on y retrouve : Georges Mounin, Éric Buyssens, Louis Prieto et Jeanne Martinet. La sémiologie de la communication étudie les signes utilisés dans un but intentionnel⁴ afin de transmettre un message de manière conventionnelle et précise. Par exemple, le code de la route, les signaux en navigation maritime et aérienne etc.

Selon Buyssens cité par Mounin (1970) « C'est une étude qui peut se définir comme l'étude des procédés de communication, c'est-à-dire, des moyens utilisés pour influencer autrui et reconnus comme tels par celui qu'on veut influencer » (p.13). Il souligne que la communication ne se limite pas à la transmission d'un message, mais qu'elle implique aussi une intention d'agir sur autrui mais aussi une réduction du désordre des systèmes signifiants. D'après Pougeoise (1996) « Elle étudie donc les systèmes de la communication produits par l'institution sociale (en exceptant les langues naturelles) : code de la route, morse, langage des sourds-muets, braille, signaux, maritimes, etc. » (p. 383). Comme l'explique Pougeoise, la sémiologie de la communication ne se limite pas aux langues naturelles, mais étudie plutôt les codes sociaux tels que le morse ou le code de la route.

³ Linguistique ou sémiologique.

⁴ Le signe en sémiologie de la communication est nommé signal.

B. La sémiologie de la signification

La sémiologie de Saussure définit le signe comme une association entre un signifiant et un signifié. Le sémiologue Roland Barthes a approfondi cette réflexion en l'appliquant à divers domaines notamment la culture et les médias et plus globalement aux communications de masse. Dans « *Mythologie* 1957 », et « *Éléments de sémiologie* 1964 », il analyse la manière dont les signes vont au-delà de leurs significations initiales pour transmettre des valeurs culturelles et idéologiques.

À cet égard, la recherche sémiologique est définie par Barthes comme étant une étude des systèmes, plus clairement dits des signes⁵. Ces indices ne fonctionnent pas isolément, mais font partie d'un ensemble de règles et d'interactions. Entre autres : la mode, la publicité, le cinéma, les bijoux, la nourriture et d'autres. Dans le cadre de la sémiologie, la signification se divise en deux niveaux : la dénotation et la connotation.

- **La dénotation** : est le sens premier du mot ; c'est la définition littérale que nous retrouvons dans un dictionnaire. Elle est comprise par tout le monde, exemple "le blanc" dénote une couleur.
- **La connotation** : est le sens second des mots dépendant du contexte et des interprétations. Un mot peut évoquer des idées ou des émotions différentes selon la situation. Par exemple, le mot "chien" dénote un animal domestique, mais il peut avoir des connotations positives (fidélité, loyauté) ou négatives (agressivité, soumission). Également la couleur "blanc" peut être connoté positivement (pureté, fraîcheur, richesse) et négativement (deuil, vide, absence).

1.1.2. La sémiotique

Cette discipline est d'origine anglo-saxonne, elle prend en charge l'étude de tous les signes y compris le signe linguistique.

A ce sujet, nous pouvons aussi dire que :

[...] les noms spécialistes les galvaudent du fait qu'elles ont un même rapport filial : toutes deux sont dérivées du grec *sémion* «signe ». Leur seule différence résiderait au

⁵ Mots, images, objets, gestes.

niveau de leurs suffixes :- logie « discours » et -tique « teknné ». (Seghir, 2020/2021, p. 07-08)

Cette citation met en lumière la proximité étymologique entre les termes « sémiologie » et « sémiotique », tous deux issus du mot grec sémion, signifiant « signe ». L'auteur insiste sur le fait que ces deux disciplines, souvent perçues comme synonymes ou confondues dans leur usage, ne se différencieraient que par leur suffixe : « -logie » qui renvoie à un discours ou un raisonnement, tandis que « -tique », issu de teknnè, évoque l'art ou la technique. Cette distinction terminologique permet de mieux comprendre les nuances dans l'approche théorique de l'étude des signes : la sémiologie s'inscrirait dans une logique explicative, tandis que la sémiotique adopterait une approche plus technique ou méthodologique. Il suggère également que cette différenciation est parfois négligée par les spécialistes eux-mêmes, ce qui souligne l'importance d'une clarification terminologique dans les sciences du langage.

La sémiotique est l'étude des signes et leurs significations et de la manière dont ils sont interprétés, en analysant comment le signe est produit et compris dans divers systèmes de communication. D'après Rastier (1990) « La sémiotique est une science qui s'intéresse à la signification telle qu'elle se manifeste dans des textes, des images, des pratiques sociales, des constructions architecturales, etc. » (p. 122).

L'auteur souligne par-là que la sémiotique est une science de la signification, mais il insiste sur le fait que cette signification ne se manifeste pas uniquement dans les textes écrits. Elle se déploie aussi dans des images, des pratiques sociales, des constructions architecturales, et bien d'autres formes culturelles. Cela signifie que tout ce qui peut être interprété peut faire l'objet d'une analyse sémiotique.

Le philosophe et logicien américain Charles Sanders Peirce est considéré comme le père fondateur de la sémiotique moderne. Il propose une classification des signes en trois catégories :

- **Icône** : est un signe qui ressemble à ce qu'il représente, comme par exemple une photo d'un chat renvoie à une icône car ce signe ressemble au chat réel.
- **Indice** : est un élément qui permet de deviner, d'inférer ou de découvrir quelque chose. Il a un lien de cause à effet avec son référent comme la fumée qui indique du feu.

- **Symbole** : est un signe qui représente une idée, une valeur ou un concept, souvent par convention culturelle (les mots, les drapeaux...).

2. Le signe en sémiologie

Toute interaction humaine repose sur des signes qui permettent aux individus de représenter, conceptualiser et comprendre la réalité. Sans signes, il serait impossible d'échanger des idées, de donner du sens aux objets et aux événements ou bien d'interpréter le monde qui nous entoure. Alors, il est nécessaire de comprendre ce qu'est un signe car il est bien plus qu'un simple outil de communication ; il constitue le fondement de notre perception du monde et façonne notre pensée.

2.1. Le signe

Un signe est défini comme un élément perceptible qui représente ou indique quelque chose d'autre. L'origine de ce mot vient du latin *signum*, qui signifie "marque, signal". Il était utilisé dans l'Antiquité pour désigner un repère visuel ou un symbole, permettant de marquer et d'indiquer n'importe quelle sorte d'objet concret ou encore abstrait. En effet, ce concept est très compliqué en raison de divers domaines dans lequel il est utilisé tel que la linguistique, mathématique, médecine, etc.

Selon le site de LAROUSSE (<https://www.larousse.fr/>) le signe renvoie à « Une unité linguistique constituée par l'association d'une forme sonore ou graphique (signifiant) et d'un contenu conceptuel (signifié) ».

2.1.1. Le signe selon Saussure

Il semble que :

Le signe linguistique unit non une chose et un nom, mais un concept et une image acoustique [...] le signe linguistique est donc une entité psychique à deux faces [...] nous proposons de conserver le mot signe pour désigner le total, et de remplacer concept et image acoustique respectivement par signifié et signifiant. (Saussure, 1964, p.98-99)

Dans sa linguistique structurale, Saussure définit le signe comme une entité binaire composée sur deux aspects inséparables :

- A. Le signifiant** : renvoie à la forme matérielle et perçue du signe. C'est l'image acoustique du mot ou du morphème, il est une suite de phonèmes organisés selon le système d'une langue, exemple /aʁbʁ/.
- B. Le signifié** : renvoie à une représentation mentale, c'est le concept associé comme le mot arbre, qu'on opposera au réfèrent ARBRE, objet du monde réel. Cette relation est arbitraire et conventionnelle (rien ne relie naturellement le son /aʁbʁ/ au concept de l'Arbre. Voici une représentation schématique du signe tel qu'il est perçu par Saussure :

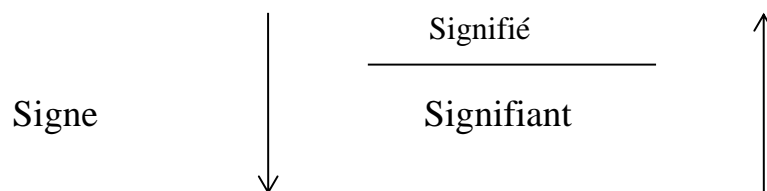


Schéma 01 : Représentation binaire du signe chez Saussure

- C. Le réfèrent** : renvoie à la réalité physique ou conceptuelle du monde réel. Exemple : dans la phrase "le chat dort" le chat est le signe linguistique. Le réfèrent est l'animal spécifique auquel ce syntagme renvoie dans la réalité.

2.1.2. Le signe selon C.S. Peirce

D'après la vision peircienne, un signe est tout ce qui représente quelque chose pour quelqu'un sous un certain aspect. Toujours d'après lui, un signe peut être simple ou complexe à l'opposé de Saussure qui voit les signes surtout comme des choses partagées par une société. Notons aussi qu' :

Un signe ou representamen, est quelque chose qui tient lieu pour quelque chose. Il s'adresse à quelqu'un, c'est-à-dire crée dans l'esprit de cette personne un signe équivalent ou peut-être un signe plus développé. Ce signe qu'il crée, je l'appelle l'interprétant du premier signe. Ce signe tient lieu de quelque chose, de son objet. Il tient lieu de cet objet, non sous tous rapports, mais par référence à une sorte d'idée que

j'ai appelée quelques fois le fondement [ground] du representamen. (Fontanille, 1998, p. 30-52)

Pour Fontanille, le signe ne renvoie pas directement à l'objet, mais fonctionne par l'intermédiaire d'un interprétant, c'est-à-dire un autre signe généré dans l'esprit du récepteur. Le sens ne réside donc pas dans une correspondance immédiate entre le signe et l'objet, mais dans un processus de médiation et d'interprétation fondé sur une idée sous-jacente, appelée ici « *le fondement grande* ». Cela met en avant la dynamique interprétative du signe dans la communication.

Afin de mieux comprendre la conception du signe chez Peirce, examinons plus en détail sa représentation triadique à travers le schéma suivant :

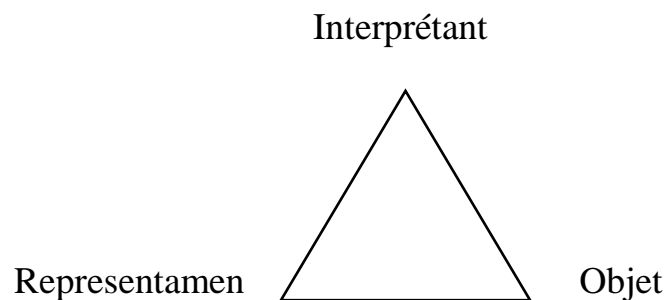


Schéma 02 : Représentation triadique du signe chez Peirce.

- **Le representamen** : il s'agit de quelque chose, qui représente une autre chose (un symbole, une image, un mot). Il renvoie au signifiant (Sa) selon la définition de Saussure.
- **L'interprétant** : il s'agit d'une représentation mentale, l'interprétation ou la signification que l'on donne au signe. Il réfère au signifié (Sé) dans la terminologie Saussurienne.
- **L'objet** : il s'agit de la chose représentée par le représentant, ce à quoi le signe renvoie ce qui correspond au référent selon la conception saussurienne.

3. La sémiologie de l'image

La pluralité d'usages d'une image favorise une certaine ambiguïté dans son emploi. Actuellement, le mot "image" renvoie à l'image médiatique (la télévision, la vidéo, la publicité). Cette focalisation fait oublier d'autres formes d'images comme la photographie, la

peinture, le dessin, la gravure, etc. Pourtant, toutes ces formes constituent véritablement des images à part entière.

L'image est une représentation visuelle d'un objet, d'une scène soit matérielle ou numérique. Elle est perçue non pas comme une simple reproduction de la réalité, mais plutôt comme un signe qui véhicule du sens. L'interprétation et la compréhension du sens des signes fondamentaux de l'image ne peuvent être pleinement dégagées qu'à travers une analyse sémiologique.

Dans le cadre de l'étude de l'image comme moyen de communication, la sémiologie offre des outils conceptuels essentiels pour en analyser le fonctionnement et la portée. C'est dans cette perspective que Joly (2002) affirme que l'« On voit, à travers toute cette évocation de l'élaboration d'une pensée sémiotique, d'une considération de l'image comme un signe particulier, un terrain propice à l'apparition de la sémiologie de l'image » (p. 35). Poursuivant cette réflexion, Martine Joly (2002) ajoute que « [...] L'approche sémiologique nous aidera à mieux comprendre la spécificité de la communication par l'image en nous aidant précisément à cerner [...] » (p. 25).

Ces deux citations soulignent l'importance de considérer l'image comme un objet signifiant, c'est-à-dire porteur de sens, et non comme une simple représentation visuelle. En ce sens, la sémiologie de l'image permet de dépasser une lecture superficielle pour interroger les mécanismes de signification à l'œuvre dans toute production visuelle. L'approche sémiologique devient ainsi un outil d'analyse incontournable pour décrypter les messages visuels dans leur complexité, en tenant compte à la fois du contexte, des codes culturels et des intentions de communication.

L'analyse de l'image vise à comprendre comment les différents éléments s'organisent pour servir l'intention de l'artiste ou le concepteur de l'image. Ces éléments possèdent une signification propre et participent à sa construction globale. Chaque personne est libre d'interpréter l'image à sa guise, car toute analyse est valable mais surtout aucune n'est fausse car chacun à ses connaissances et son vécu, il s'agit en fait de faire spécialement attention à :

- ❖ **Ce qu'on voit :** il s'agit du dénoté, de la perception visuelle, ce qui est observable par nos sens sans interprétation.
- ❖ **Ce qu'on croit :** correspond au connoté. Il s'agit des interprétations que nous donnons à l'image en lui attribuant du sens, guidé par notre imagination et nos sensations.

- ❖ **Ce qu'on sait** : renvoie à notre culture, à notre connaissance qui nous permet de rechercher une interprétation plus approfondie, liée à un contexte plus large.

Globalement, c'est cette méthode d'analyse, qui oscille entre description, interprétation et savoir, que nous appliquerons tout au long du chapitre deux lors de l'étude des photographies de l'hôtel Raya à Tichy constituant notre corpus.

3.1. Le groupe μ et l'image

Le Groupe μ est un ensemble de chercheurs belges, formé dans les années 1960 à l'université de Liège. Leur but était d'étudier la manière dont on utilise les signes, les images et les figures de style pour communiquer mais aussi de rendre l'analyse des textes et des images plus précise, presque comme une science. Leurs travaux, comme « *Rhétorique générale* » et « *Traité du signe visuel* », ont eu beaucoup d'influence dans le domaine de la littérature, de l'art et de la communication. Ce groupe a croisé plusieurs disciplines pour mieux comprendre comment l'on donne du sens à ce que l'on voit ou lit.

Et puis, il faut savoir que :

Dans son fameux *Traité du signe visuel* (1992), le Groupe μ (Groupe mu) propose une grammaire substantielle de la structure sémiotique de l'image. Il met en place une rhétorique générale du message visuel en distinguant le signe plastique, le signe iconique et la relation icono-plastique. Nous analyserons successivement le cadre théorique des composantes du signe plastique, puis celles du signe iconique pour mieux comprendre le fonctionnement d'un énoncé visuel. Gardons cependant à l'esprit que, dans l'examen d'une rhétorique de l'image, les dimensions plastiques et iconiques sont interreliées. (Granjon, 2016, p. 01)

Cette citation explique que dans leur livre intitulé « *Traité du signe visuel* », le Groupe μ propose une méthode pour mieux comprendre les images. Selon eux, une image peut être analysée en deux parties : d'un côté, il y a ce que l'on voit sur le plan visuel pur, comme les formes, les couleurs ou la composition⁶, et de l'autre côté, il y a ce que l'image représente, comme un objet, un personnage ou une scène reconnaissable⁷. Ils démontrent aussi que ces

⁶ C'est ce qu'ils appellent le signe plastique.

⁷ Il s'agit du signe iconique.

deux aspects sont toujours liés et que l'on ne peut pas vraiment les séparer lorsqu'il s'agit de comprendre le sens d'une image. Ce passage annonce donc une analyse de ces deux dimensions conjointement pour expliquer comment une image peut transmettre un message, un peu comme un texte le ferait avec des mots.

Toutefois, pour bien assimiler leurs théories, il faut tenter de répondre à la question suivante : qu'est-ce que l'image ? Sans trop nous attarder, disons que l'image peut renvoyer à quelque chose de basique comme un dessin d'enfant, une carte postale ou l'image que l'on perçoit chez quelqu'un etc., toutefois nous constatons que :

Le plus frappant est que, malgré la diversité des significations de ce mot, nous le comprenons. Nous comprenons qu'il indique quelque chose qui, bien que ne renvoyant pas toujours au visible, emprunte certains traits au visuel et, en tout état de cause, dépend de la production d'un sujet : imaginaire ou concrète, l'image passe par quelqu'un, qui la produit ou la reconnaît. (Joly, 2009, p. 11)

Comme le souligne Joly, même si l'image n'est pas toujours visible, et nous pensons aux images mentales ou symboliques, aux rêves par exemple, cette image recourt toujours quelque chose au visuel car elle relève d'une expérience de perception directe ou indirecte car elle doit passer par un être humain pour que celui-ci l'interprète et la reconnaisse.

3.2. Les types de signes dans un message visuel

L'image est un puissant moyen de communication qui repose sur différents types de signes permettant de transmettre des messages et de structurer la perception visuelle. Ces signes jouent un rôle fondamental dans l'interprétation des images qu'elles soient artistiques, publicitaires, médiatiques...

En vue d'interpréter et d'analyser efficacement ces signes, il est essentiel d'en connaître les principaux types. Nous en distinguons généralement trois, parmi les plus couramment utilisés et étudiés.

3.2.1. Le signe linguistique

Le signe linguistique est l'association entre un élément perçu et l'image mentale que nous en formons après sa perception. Selon Guilbaut, (s.d.) « Le signe linguistique est donc le

résultat de l'association d'un signifiant (aspect physique du sens) et d'un signifié (le sens). Il est difficile de concevoir l'un sans l'autre ».

Il appartient à tout ce qui relève des phrases, des mots, de logos et de slogans. Il se compose de 4 caractéristiques majeures :

- ❖ **Indissociabilité du signifiant et signifié** : ils sont inséparables du signe linguistique.
- ❖ **La linéarité du signifiant** : le signifiant se déploie de manière successive dans le temps et l'espace, suivant un ordre précis.
- ❖ **Mutabilité et immutabilité du signe** : le signe peut être à la fois changeant (mutable) et stable (immutable) dépendamment des contextes.
- ❖ **Arbitrarité du signe** : le signe linguistique est arbitraire donc conventionnel. Selon Pottier (1988) « Le lien unissant le signifiant ou encore, puisque nous entendons par signe le total résultat de l'association d'un signifiant à un signifié, nous pouvons dire simplement : le signe linguistique est arbitraire » (p. 833).

3.2.2. Le signe iconique

Le signe iconique est une forme de représentation qui, en suivant certaines règles de transformation visuelles, permet d'identifier des objets du monde réel. Comme le définit Joly (2002) « [...] la définition du signe iconique comme un type de représentation qui, moyennant un certain nombre de règles de transformation visuelles, permet de reconnaître certains “objets du monde” » (p. 96).

3.2.3. Le signe plastique

Le Groupe μ dans son fameux « *traité du signe visuel* (1992) » distingue d'une part les signes iconiques ou “icônes” qui représentent des objets du monde réel, d'autre part les signes plastiques qui génèrent du sens à travers des éléments tels que la couleur, la texture et la forme. Merkadji (2018/2019) estime que « de ce fait, le signe plastique a été considéré comme une partie du signe iconique, non figuratifs, liées à des choix purement formels » (p. 20). Nous pouvons aller plus loin et souligner que :

Parmi les signes plastiques on peut en distinguer de deux types : ceux qui renvoient directement à l'expérience perceptive et ne sont pas spécifiques aux messages visuels,

tels que les couleurs, l'éclairage ou la texture ; ceux qui sont spécifiques à la représentation visuelle et à son caractère conventionnel, tels que le cadre, le cadrage ou la pose du modèle. (Joly, 2002, p. 102)

L'auteur explique qu'il existe deux sortes d'éléments qu'on voit dans une image. Il y a d'abord ceux qu'on comprend tout de suite avec les yeux, sans réfléchir, comme les couleurs, la lumière ou la texture. Ce sont des choses que tout le monde peut ressentir, même sans connaître les règles du dessin ou de l'art. Ensuite, il y a d'autres éléments qu'on comprend seulement si on a appris certaines règles, comme le cadre de l'image, la manière de placer les choses (le cadrage), ou la position du modèle

4. La grille d'analyse sémiologique

L'analyse des messages visuels ne se fait pas de manière totalement libre et spontanée ; loin de là, son interprétation et sa compréhension reposent sur une grille d'analyse spécifique. Toutefois, il ne s'agit pas d'appliquer cette grille de manière rigide, mais bien, au contraire , de faire des choix éclairés et de déterminer selon chaque situation d'analyse les éléments les plus significatifs afin de bien faire ressortir les caractéristiques des corpus.

Toute communication ne peut être comprise indépendamment de son contexte, car elle s'inscrit toujours dans un environnement (culturel, technologique socioéconomique, etc.) qui influe directement sur la communication. Il est donc judicieux de relier tout corpus à analyser à son contexte et ce afin de mieux saisir, l'analyser voire l'interpréter. Ainsi, le contexte se définit comme un ensemble de textes qui entoure un élément de la langue (mot, phrase, discours...) et qui aide à comprendre ce que cela veut dire, non seulement par ses mots mais aussi par la situation dans laquelle il est produit. Il peut être linguistique situationnel ou culturel. Il sert à éviter tous les malentendus lors de l'analyse ou de l'interprétation d'un signe. Selon le site de LAROUSSE (<https://www.larousse.fr/>) « Le contexte est un ensemble des circonstances dans lesquelles se produit un événement, se situe une action ». Dans le but de comprendre ce discours, il est essentiel d'analyser les différents types de contexte dans lesquels il s'inscrit.

- A. Contexte de production** : cela comprend tous les aspects qui s'exprime (l'auteur) et ce qu'il exprime (l'image).

- Quelle rôle se donne la personne qui s'exprime (artiste, quelqu'un qui réalise une tâche, etc.) ?
- Quelle est l'intention profonde de l'auteur (désintéressée, mercantile...) ?
- Quelles sont les convictions et les idées de l'auteur ?
- Quel est le but de cette communication (amuser, informer, partager, culture, savoir ...) ?

B. Contexte de réception : c'est le contexte de la relation entre le message (l'image) et l'auteur (énonciateur).

- Quel effet l'image a-t-elle produit quand elle a été montrée (réactions, articles, témoignages, etc.) ?
- Comment l'image est-elle regardée (seul, en groupe, ...) ?
- Où l'image est-elle regardée (endroits privées, chez des personnes, etc.) ?
- Comment les gens regardent-ils l'image (concentrés, attentionnés, passionnés, etc.) ?

C. Contexte socioculturel : c'est le contexte de la relation entre l'auteur (émetteur) et le spectateur (récepteur).

- Quelles sont les connaissances et les références culturelle que partagent la personne qui crée le message et celle qui le reçoit (savoir extratextuel : école, mouvement, genre, etc.) ?
- Comment était la société quand l'image a été diffusé (idées importantes, politique, dominantes, etc.) ?
- Quelle importance cette image a-t-elle dans la vie de la personne qui l'a créée ?

4.1. Description et analyse du message

Avant d'analyser en profondeur le message véhiculé par l'image, il est vital de commencer par sa description. Ces deux étapes, la description et l'analyse, sont étroitement liées et peuvent parfois se confondre, car voilà ce qu'il faudra déceler dans l'image en question :

- Les contextes variés seront abordés en introduction.
- Les trois catégories fondamentales des signes : plastique, iconique et linguistique.

- Après avoir décrit les différents signes, nous pouvons procéder à l'interprétation de la signification de l'image.

Toute analyse d'image doit détecter les éléments suivants :

4.1.2. Signe plastique

Selon les travaux du groupe μ , nous considérons les signes plastiques comme les outils de mise en forme de l'image. Il est une unité visuelle signifiante qui résulte de l'utilisation des éléments plastiques comme la couleur, la lumière, la forme et la textures, etc.

4.1.2.1. Le support

Il désigne la surface ou le matériau sur lequel une image ou une composition visuelle est représentée. Il prend différentes dimensions : grand, petit, étroit, allongé. La texture est l'ensemble des caractéristiques visuelles et tactiles d'une surface qui participent à la construction du sens dans une image. Le tableau ci-dessous présente quelques gammes de papiers destinés à l'imprimerie selon l'article « *Les différents types de papier pour l'impression* » :

Types de papiers	Ses caractéristiques
Le papier couché	C'est un papier standard lisse, le roi des catalogues des brochures, des rapports et des supports de communication.
Le papier non couché (finition machine MF)	C'est un type de papier qui n'a pas reçu de traitement de surface. Il est destiné aux livres, bulletins et publipostages...
Le papier cartonné	C'est un papier épais, rigide et de fort grammage. Il est destiné aux emballages, cartes visites et à la fabrication de couvertures.

Tableau 01 : Les types de papiers.

4.1.2.2. La ligne (droite, brisée, courbe)

La ligne est un outil très important pour les graphistes. Elle sert à beaucoup de choses : relier, organiser, séparer, montrer une direction, construire une image, etc. La ligne la plus connue est la ligne droite. Elle montre le mouvement de base. Selon sa forme, la ligne peut avoir plusieurs sens, mais elle représente toujours une idée de mouvement, de lien ou de séparation. Il existe plusieurs types de lignes, selon la direction qu'elles prennent :

- La ligne horizontale est une ligne droite qui va de la gauche vers la droite (ou inversement). Elle est parallèle au sol.
- La ligne verticale est une ligne droite qui va de haut en bas (ou de bas en haut). Elle est perpendiculaire au sol.
- La ligne diagonale est une ligne droite qui est inclinée. Elle va en biais, entre l'horizontale et la verticale.

Pour compléter, nous pouvons dire que :

La signification des lignes et des formes a, elle aussi, son histoire dans la représentation visuelle et nous avons appris à les associer à tel ou tel signifié : les lignes courbes à la douceur ou à la féminité, les lignes droites à la virilité, les obliques ascendantes vers la droite au dynamisme, les obliques descendantes vers la gauche à la chute, les formes closes ou ouvertes à des impressions d'enfermement, de confort ou d'évasion, les lignes brisées et les angles aigus à l'agressivité, les formes triangulaires ou pyramidales à l'assise et à l'équilibre, etc. (Joly, 2002, p. 107)

Cette citation nous montre que les lignes et les formes ne sont pas justes des éléments décoratifs. Elles parlent, elles transmettent des messages. Par exemple, une ligne droite peut donner une impression de force, alors qu'une ligne courbe paraît plus douce et rassurante. Ce que l'auteur veut dire, c'est que notre regard associe naturellement certaines formes à des sentiments ou des idées. C'est quelque chose qu'on a appris avec le temps, sans forcément s'en rendre compte. Donc, quand on regarde une image, on ne voit pas seulement un dessin, on ressent aussi quelque chose grâce à la manière dont les lignes et les formes sont utilisées. C'est pour ça qu'il est important de bien les comprendre, surtout quand on travaille avec des images

ou qu'on veut faire passer un message.

4.1.2.3. Le cadre

Il est un élément qui permet de ceinturer, d'entourer, d'isoler et d'encadrer une image. C'est une frontière physique et délimite et sépare deux espaces distincts qui sont l'espace représenté (à l'intérieur du cadre) et l'espace de l'exposition (à l'extérieur du cadre). En communication visuelle, le cadre peut être employé pour : mettre en évidence, attirer, séparer, organiser, unifier, contenir, et distinguer. Comme l'affirme Joly (2002) « [...] il est une limite, une frontière physique qui délimite, et sépare deux espaces distincts qui sont l'espace représenté (à l'intérieur du cadre) et l'espace de l'exposition ou de la monstration (à l'extérieur du cadre, le hors-cadre) » (p. 109).

4.1.2.4. L'angle de prise de vue (cadrage)

Il correspond au point dans l'espace depuis lequel l'image est capturée, en déterminant la position de l'observateur par rapport au sujet de l'image. Il est complété par le choix du cadre (plan/champ). Il existe trois possibilités principales :

- La première, c'est l'angle frontal, où la caméra est placée en face du sujet, à sa hauteur : c'est une vue normale ;
- La deuxième, c'est la plongée, où la caméra est au-dessus du sujet et regarde vers le bas : cela donne l'impression que le sujet est petit ou faible ;
- La troisième, c'est la contre-plongée, où la caméra est en dessous et regarde vers le haut : cela fait paraître le sujet plus grand ou plus fort.

4.1.2.5. La composition

La composition, c'est l'art d'organiser les différents éléments d'une image pour créer un ensemble harmonieux. Elle permet de donner une structure à ce que l'on voit et d'attirer l'attention du spectateur vers ce qui est important. Il existe plusieurs façons de composer une image, parmi lesquelles nous verrons :

A. La composition séquentielle (ou « en Z ») : Ce type de composition vise à guider le regard à travers l'image pour le mener naturellement vers l'élément central en fin de

parcours. Il s'appuie sur un parcours visuel structuré, souvent en forme 'Z', débutant en haut à gauche, glissant vers la droite, puis suivant une diagonale descendante vers la gauche, avant de terminer par un dernier mouvement horizontal en bas à droite, où se trouve généralement l'élément clé, comme le produit mis en avant.

Quant à la composition séquentielle, c'est-à-dire qui organise le parcours du regard sur l'ensemble de l'annonce, elle suit d'une manière générale le trajet consacré du Z, partant du haut à gauche de l'annonce pour la faire parcourir ensuite du haut à droite vers le bas à gauche et aboutir, dans un dernier mouvement de gauche à droite, en bas et à droite de l'annonce, sur l'image du produit même. (Joly, 2002, p.120)

- B. La composition axiale :** elle place le sujet au centre de l'image, alignée avec l'axe du regard, et qui s'accompagne souvent d'un monopole de la couleur et de la lumière par le sujet. Comme le définit Joly (2002) « La composition axiale, qui consiste à présenter le produit dans l'axe du regard, bien au centre du message, correspond la plupart du temps à un message de lancement, d'apparition du produit sur le marché [...] » (p.120).
- C. La composition focalisée :** elle s'appuie sur l'organisation des lignes, des couleurs et de lumière, toutes dirigées vers le point central, le cœur de l'image.
- D. la composition pyramidale :** lorsque les éléments principaux sont rassemblés dans la partie basse de l'image, ils forment une composition en triangle.
- E. La composition en profondeur :** le sujet, intégré dans un décor en perspective, se détache et occupe le premier plan.
- F. La composition temporelle :** elle utilise le sens de lecture habituel, de gauche à droite, pour créer une impression de progression dans le temps, comme une suite chronologique.

4.1.2.6. La lumière (luminosité, contraste, éclairage)

La lumière permet de hiérarchiser le champ visuel et de créer des contrastes de valeur qui vont produire des effets de douceur et de violence. La lumière n'est pas seulement un phénomène physique que nous voyons avec nos yeux, mais aussi quelque chose que nous ressentons intérieurement. D'un côté, elle est captée par notre œil (c'est le côté optique, scientifique). De l'autre, elle provoque en nous des émotions, des sensations, parfois même des

souvenirs ou des impressions profondes (c'est le côté psychique). Par exemple, un lever de soleil peut simplement être de la lumière qui change, mais pour nous, cela peut aussi être un moment de paix, d'espoir ou de beauté. Ainsi, la lumière touche à la fois notre corps et notre esprit. Comme l'a si bien exprimé Joly (2002) « la lumière est perçue optiquement et vécue psychiquement » (p. 105).

La luminosité, c'est simplement la quantité de lumière qu'un objet reflète, par exemple, une ampoule allumée a une forte luminosité car il brille beaucoup. Alors, elle nous permet de voir les choses plus ou moins clairement selon la lumière présente.

Le contraste désigne la différence nette entre deux éléments qui s'opposent, comme ici entre des teintes chaudes et froides de la lumière. Cette opposition visuelle peut suggérer une saison comme le printemps, l'été ou l'hiver ou une région du monde le Nord ou le Sud, en évoquant les significations et les émotions que l'on associe généralement à ces contextes.

L'éclairage, c'est ce qui apporte de la lumière dans un endroit pour qu'on puisse voir.
Par exemple :

- Quand nous allumons la lampe dans la chambre le soir, c'est de l'éclairage.
- Le soleil qui éclaire la rue pendant la journée, c'est aussi un éclairage naturel.
- Dans un film, la lumière qui fait ressortir le visage d'un acteur, c'est un éclairage spécial.

L'éclairage sert donc à voir, à créer une ambiance, ou à mettre quelque chose en valeur. Selon Joly (2002) « Une fois cette distinction faite, Alekan propose d'observer deux grands types d'éclairage : l'éclairage directionnel et l'éclairage diffus » (p. 105). D'après cette citation, nous distinguerons deux types d'éclairage : l'éclairage directionnel et l'éclairage diffus.

- L'éclairage directionnel : L'éclairage directionnel, c'est quand une lumière très forte vient d'un côté de l'image, sans qu'on voie la lampe ou la source. Cela éclaire fort une partie et laisse l'autre dans l'ombre. Ça donne un effet fort, comme dans les films ou les scènes dramatiques. De l'avis de Joly (2002) « L'éclairage directionnel donne l'impression que l'image est éclairée par une source lumineuse latérale violente, souvent hors champ » (p. 105).
- L'éclairage diffus : Un éclairage diffus est une lumière douce et répartie qui ne met pas en valeur un point précis. Elle adoucit les formes, rend les matériaux plus lisses, et les couleurs plus délicates. Elle permet au regard de circuler librement, sans être attiré par

un seul détail. Au dire de Joly (2002) « À l’opposé, un éclairage diffus laissera plus libre le regard, qui guidera éventuellement la composition ou le jeu des couleurs. Le relief est atténué, les matériaux plus uniformes, les couleurs plus douces » (p.106).

4.1.2.7. Couleurs

La sémiologie s'intéresse aux couleurs, car elles forment un système propre à chaque culture. Les couleurs portent des significations particulières qui varient d'une société à l'autre, par exemple : les significations positives du bleu sont : le rêve, la sagesse, la sérénité, la vérité, la loyauté et la fraîcheur. Tandis que, la signification négative serait la mélancolie. Les couleurs sont un puissant outil de communication en marketing hôtelier. Elles véhiculent des émotions, définissent une identité et influencent le comportement des clients. Par exemple, les hôtels de luxe privilégient souvent des teintes sobres et raffinées (doré, noir, bleu nuit) pour évoquer l'élégance et l'exclusivité, tandis que les hôtels familiaux ou de villégiature adoptent des couleurs plus vives et chaleureuses pour transmettre une sensation de convivialité et de détente.

L'analyse chromatique en sémiologie permet de décoder les choix de couleurs utilisés dans l'hôtellerie et d'en comprendre les significations profondes. Elle offre donc les couleurs sont perçus et interprétés par les clients, en tenant compte de leur culture, de leurs attentes et des conventions visuelles du domaine.

Nous nous sommes appuyés sur l'article intitulé « *La signification des couleurs (2019)* » dont nous avons extrait les différentes interprétations symboliques des couleurs. Ces significations que nous présentons sous forme du tableau ci-dessous nous permettront d'interpréter les différents symboles visuels dissimulés dans une image en fonction de leur contexte culturel et situationnel :

Les couleurs	Significations	
	Positive	Négative
Le rouge	L'amour, la passion, le mode, le dynamisme, la créativité.	Signe/signal de l'alarme, du danger, de l'interdiction.
L'orange	La communication, la frivolité, la force, la vitalité.	La chaleur, le feu, le rayonnement.
Le jaune	La joie, l'énergie, l'optimisation, la puissance.	La maladie, la folie, la trahison.
Le vert	La stabilité, l'équilibre, la nature, la jeunesse.	Le diable, l'étrange, la malchance.
Le bleu	Le rêve, la confiance, la royauté.	Le froid, la solitude.
Le violet	La délicatesse, la sérénité, le rêve, la paix.	Le poison, la jalousie, la magie.
Le rose	La tendresse, le bonheur, le romantisme.	La naïveté, l'immaturité.
Le brun	Le naturel, la solidité.	La fadeur, l'abîme.
Le noir	Le luxe, l'élégance, la modernité.	La mort, la faute, le péché.
Le gris	Le calme, la sobriété, l'élégance.	La tristesse, la solitude, la monotonie.
Le blanc	La pureté, la chasteté, l'innocence, la simplicité.	Le vide, la mort, l'aveuglement.

Tableau 02 : les significations de couleurs positives et négatives.

4.1.3. Signe iconique

Suivant le groupe μ , nous considérerons les signes iconiques comme des symboles, qui donnent de manière codée, créant une impression de ressemblance avec la réalité en s'appuyant sur l'analogie perspective et sur les codes de représentation issus de la tradition artistique occidentale. Comme mentionné précédemment, le signe iconique est un type de représentation qui suit un ensemble de règles de transformation visuelles, facilitant ainsi l'identification de certains objets du monde. Nous distinguerons trois sous-ensembles au sein des signes iconiques :

- **Signe kinésique** : est une branche de la communication non-verbale, un signe est lié au mouvement du corps, aux gestes aux expressions faciales et à la posture, par exemple : hochement de tête, froncement de sourcils et mouvement de la main...
- **Signe proxémique** : est un signe lié à la gestion de l'espace entre les individus dans la communication. Entre autres, la distance intime (proche du corps), la distance personnelle, la distance sociale et publique.

- **Signe ornemental** : est un signe visuel et physique qui sert principalement à embellir, à exprimer une identité ou à transmettre un message. Il peut être culturel, esthétique ou communicatif. Exemple : vêtements et accessoires, décoration architecturale, bijoux et tatouages, etc. Selon le groupe μ , bien que la relation entre l'iconique et le plastique soit étroite, elle reste limitée, car le plastique peut exister indépendamment de l'iconique. Les signes iconiques répondent à la question « qu'est-ce que je représente ? » Tandis que, les signes plastiques répondent à « comment je le représente ? »

4.1.4. Signe linguistique

Il est très rare de trouver des images totalement dépourvues d'accompagnement de langage verbal qu'il soit oral ou écrit. L'interprétation d'une image peut varier en fonction de sa relation avec un message linguistique et de la manière dont ce message, s'il est présent, correspond ou non aux attentes du spectateur. Selon Roland Barthes, le message linguistique remplit deux types de fonctions par rapport aux messages visuels : les fonctions d'ancrage et de relais :

- A. La fonction d'ancrage** : désigne le rôle du texte dans un message visuel lorsqu'il vient orienter le sens de l'image en limitant ses interprétations possibles. D'après l'article de Gille (2019) « La fonction d'ancrage consiste à arrêter cette « chaîne flottante du sens » qu'engendrerait la nécessaire polysémie de l'image, en désignant « le bon niveau de lecture », quoi privilégier parmi les différentes interprétations que peut solliciter l'image seule » (p. 11).
- B. La fonction de relais** : le texte ne se contente pas d'expliquer ou de limiter l'interprétation d'une image, mais complète et prolonge son sens. Il n'est pas indispensable pour que le lecteur puisse comprendre l'image. Par exemple, dans un reportage d'actualité, une vidéo peut montrer des images d'une manifestation avec des personnes qui marchent dans la rue, brandissant des pancartes. Sans commentaire, le spectateur comprend qu'il s'agit d'une mobilisation, mais il ne sait pas exactement pourquoi elle a lieu.

5. Cadre méthodologique et présentation du corpus

Dans cette sous-partie, nous présenterons la méthode d'analyse adoptée ainsi que le corpus choisi.

5.1. Cadre méthodologique de l'analyse sémiologique

Nous avons choisi d'adopter la méthodologie développée par le Groupe μ , Martine Joly et Roland Barthes car elle constitue un cadre rigoureux pour l'interprétation des messages visuels. L'approche que nous avons élaborée repose sur un double élément très simple qui est : description-interprétation. Pour la partie descriptive, nous proposerons une présentation succincte, sous forme de tableau, des 13 images constituant notre corpus. Ce tableau sera composé de quatre colonnes : l'objet représenté, le contenu visuel, le type de signe analysé et enfin l'éventuelle présence ou non de signes verbaux.

Pour ce qui est de la partie interprétative, nous recourrons à une grille d'analyse composée de 3 niveaux de signification :

- ✓ Signe iconique, qui renvoie à ce que l'image représente,
- ✓ Signe plastique, qui renvoie aux formes, couleurs, lignes, compositions ...
- ✓ Signe linguistique, qui renvoie aux éléments verbaux.

Nous examinerons les structures formelles et les procédés sémiologiques qui contribuent à la construction du sens, en mettant donc particulièrement l'accent sur les relations entre forme et contenu. Cette méthode, ancrée dans la sémiologie visuelle questionne l'interaction entre les éléments plastiques et les éléments iconiques⁸.

S'en suivra un bilan synthétique récapitulant, sous forme de points, les éléments forts et pertinents de la lecture du corpus révélant les dynamiques symboliques au sein de l'établissement hôtelier.

⁸ Problématique à laquelle s'est beaucoup intéressé le Groupe μ et nous aussi dans la mesure où nous n'avons relevé que 2 signes linguistiques.

5.2. Présentation et description du corpus

Le corpus choisi pour cette étude est constitué de différentes images téléchargées⁹ sur le site internet de l'hôtel Raya à Tichy. Ces photographies montrent une variété d'éléments tels que la décoration intérieure, l'architecture, les objets symboliques, et d'autres aspects visuels significatifs liés à l'identité de l'établissement¹⁰. Le tableau ci-dessous présente, de manière synthétique, les éléments principaux de chaque figure qui composent le corpus :

Figures	Objet représenté	Contenu visuel	Type de signe analysé	Présence de signe linguistique
Figure 01	Réception 1	Comptoir d'accueil, personnages	Visuel	Non
Figure 02	Réception 2	Le hall d'accueil	Visuel	Non
Figure 03	Réception 3	Un espace de détente	Visuel	Non
Figure 04	Restaurant 1	Salle à manger	Visuel	Non
Figure 05	Restaurant 2	Un coin spécial	Visuel	Non
Figure 06	Restaurant 3	Table à manger	Visuel	Non
Figure 07	Chambre 1	Chambre à baldaquin	Visuel	Non
Figure 08	Chambre 2	Chambre de style classique	Visuel	Non
Figure 09	Salle des fêtes 1	Hall d'entrée	visuel	Non
Figure 10	Salle des fêtes 2	Espace de réception	Visuel	Non
Figure 11	Piscine	Bassin principal	Visuel	Non
Figure 12	Terrasse	Terrasse panoramique	Visuel / Verbal	Oui (Restaurant)
Figure 13	Salle de conférence	Espace de réunion	Visuel / verbal	Oui (le logo de l'hôtel)

Tableau 03 : description du corpus

⁹ Les images analysées dans ce travail ont été sélectionnées à partir du site officiel de l'hôtel Raya (<https://www.hotelraya-dz.com/>). Elles n'ont pas donc été prises personnellement et ce pour deux raisons : d'abord, pour garantir une bonne qualité d'image. Ensuite, pour assurer une représentativité des d'espaces tels qu'ils sont présentés aux clients de l'établissement et perçus par eux. Nous avons choisi de ne pas prendre en considération les éléments plastiques habituellement étudiés : el support et le cadre. Comme il ne s'agit pas d'images imprimées mais numériques, sans texture et donc sans support possible mais aussi comme ces photographies ont été copiées-collées, nous avons dû en redimensionner certaines pour qu'elles plus lisibles ce qui a modifié leur cadre initial et rend impertinente l'analyse des aspects : support et du cadre.

¹⁰ Malgré plusieurs visites sur place, nous n'avons trouvé aucune réponse de la part des responsables sur l'histoire de la création de cet hôtel. Toutefois, nous estimons que cela ne réduira en rien l'analyse des photographies.

Conclusion

L'incursion théorique et méthodologique que nous venons d'effectuer qui se place avant l'analyse vise tout simplement à justifier le choix des critères d'analyse retenus par nous. Elle a également pour but de fournir aux lecteurs, même non spécialistes, les repaires nécessaires pour comprendre l'interprétation proposée.

Dans ce premier chapitre, nous avons exploré l'histoire de la sémiologie tout en abordant plusieurs aspects fondamentaux. D'abord, nous avons distingué la sémiologie et la sémiotique selon les trois figures majeures dans leur histoire (Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce et Roland Barthes). Nous avons mentionné, les différents types de signes en sémiotique, en mettant en avant les notions, de signifiant, signifié et référent, d'après les deux visions saussurienne et peircienne. Nous avons conclu cette partie théorique par la mention de la grille d'analyse sémiologique qui sera suivie.

En ce qui concerne l'aspect méthodologique de ce chapitre, il repose sur une présentation claire et concise du corpus utilisé, ainsi que sur l'explication des outils méthodologiques qui seront exploités lors de l'analyse.

Chapitre 02

***L'hôtel Raya à travers ses images :
analyse sémiologique***

Introduction

L'hôtellerie est un secteur où l'image revête une importance cruciale dans l'expérience du client. Au-delà des services proposés, l'atmosphère visuelle d'un établissement influence profondément la perception des clients et leurs ressentis. Parmi les éléments visuels, les couleurs occupent une place centrale, à la fois dans l'architecture intérieure des hôtels et dans leur communication visuelle.

Dans ce chapitre intitulé : «*L'hôtel Raya à travers ses images : analyse sémiologique* », nous analyserons treize figures, chacune accompagnée d'une description et d'une interprétation. L'analyse sera réalisée selon le type d'analyse visuelle développé par le Groupe μ , Joly et Barthes qui permettent de comprendre la construction du sens à travers l'image. En appliquant cette approche, nous chercherons à dévoiler les signes présents dans les photographies, à identifier les messages qu'elles transmettent, et à interpréter les significations esthétiques ou symboliques qu'elles véhiculent.

1. Analyse des images de l'hôtel

Dans cette analyse, notre travail s'inscrit dans une approche de sémiologie de la signification car il ne s'agit pas d'étudier un message intentionnel¹¹ mais de bien assimiler que le type de sémiologie duquel relève notre analyse considère que les signes peuvent émerger de façon implicite nourris par des stéréotypes sociaux, un imaginaire collectif. C'est la raison pour laquelle un certain type d'angle de prise de vue, une couleur chaude ou froide quelconque ou même un choix décoratif au sein de l'établissement hôtelier Raya peut paraître anodin mais pour nous sera considéré comme un élément signifiant à part entière.

Dans ce qui suit, il sera question d'analyser les photographies du corpus de manière linéaire¹² en suivant ce schéma : la réception (3 images), le restaurant (3 images), les chambres (2 images), salle des fêtes (2 images), piscine (1 image), terrasse (1 image) et enfin une salle de conférence (1 image).

¹¹ Comme le préconise justement la sémiologie de la communication.

¹² Par analyse de manière « linéaire », nous voulons dire qu'il sera question d'une analyse sous forme de déroulé image par image et non d'une analyse comparative par exemple. Nous estimons que pour une initiation à l'analyse sémiologique, notre choix est plus judicieux.

a. La réception**i. Figure n° 1 : Comptoir d'accueil de l'hôtel****Figure 01 : Comptoir d'accueil de l'hôtel****❖ Présentation et description**

La photographie présente une prise de vue en plongée légère car elle offre une vue d'ensemble claire en montrant toute la structure de l'espace. Sa composition est axiale, focalisée et marquée par une forte profondeur, car elle est structurée autour d'un axe central qui guide le regard vers un point focal, tout en créant une perspective linéaire qui donne à l'espace une impression de volume et d'immersion. Elle a une lumière douce et uniforme, avec une température chaude. La luminosité est moyenne à forte, bien répartie dans toute l'image.

Pour ce qui est de l'éclairage, celui-ci semble être artificiel et diffus, venant probablement du plafond. Le contraste est faible à modéré, car les ombres sont peu marquées et les différences entre les zones claires et foncées sont douces. Nous voyons sur cette photo des couleurs chaudes : Rouge vif, beige clair et jaune crème et enfin du marron clair. Ainsi que des couleurs froides : gris métallique, bleu-gris très pâle et des couleurs neutres telles que le blanc et le noir.

Après avoir exploré les signes plastiques, la description se poursuit avec les signes iconiques qui se distinguent en trois sous-ensembles distincts. Au premier coup d'œil, l'attention est immédiatement captée par les nombreux signes ornementaux qui parsèment la surface : tapis rouge, plantes vertes en pot, cadre décoratif, lustres plafonniers, meubles du comptoir, télévision, barrières métalliques, rambardes, escaliers carrelés, sol en marbre, un homme avec

une chemise rouge et un pantalon noir se trouve devant le comptoir, un autre homme derrière le comptoir semble être assis, probablement sur une chaise ou un tabouret, drapeaux algériens et l'extincteur.

Quant aux signes kinésiques et proxémiques nous remarquons que la personne en chemise rouge est en position debout, contrairement à la deuxième personne derrière le comptoir semble être assis, probablement sur une chaise ou un tabouret. Aucun geste et mimiques faciales n'est observés car l'image semble de qualité moyenne ou prise avec un appareil standard (téléphone ou caméra de surveillance), cela empêche de voir clairement les expressions fines comme le sourire, le froncement de sourcils, etc.

Dans cette image, aucun signe linguistique n'est présent. Nous n'observons aucune inscription, aucun mot écrit sur les panneaux, ou les étiquettes. L'absence du texte rend impossible toute lecture linguistique directe.

❖ **Interprétation**

L'angle de prise de vue en plongée légère permet une vue d'ensemble claire et hiérarchisée de l'espace. Cette perspective donne au spectateur une position d'observateur dominant dans le but de montrer l'organisation et la fonctionnalité de l'espace. La composition axiale sert à un objectif de mise en valeur et de communication visuelle claire. En organisant les éléments autour d'un axe central (les tapis, les rampes, les escaliers, le comptoir), l'image structure l'espace avec rigueur et équilibre, ce qui donne au lieu à une apparence ordonnée, professionnelle et maîtrisée. Cette organisation visuelle renforce la première impression que l'on veut transmettre au visiteur : un lieu bien structuré, fonctionnel et accueillant. Le regard est guidé automatiquement vers le comptoir d'accueil qui devient le point focal, c'est-à-dire le cœur du service. Cela symbolise l'importance de l'accueil dans l'hôtellerie, où tout commence et s'organise autour de ce point central.

La lumière douce et chaude utilisée dans cette photo répond à une intention claire de créer une ambiance accueillante, rassurante et agréable. La température chaude de la lumière évoque la convivialité, la sécurité et l'hospitalité. Contrairement à une lumière froide qui peut donner une impression clinique ou impersonnelle, une lumière chaude humanise l'espace. Elle invite le visiteur à se sentir bienvenu, comme dans un lieu où il pourra se reposer, se détendre ou être bien pris en charge.

L'éclairage artificiel diffus, venant du plafond, permet d'éclairer l'ensemble de la scène de

manière homogène, sans zones d'ombre prononcées. Un contraste doux, avec des transitions progressives entre les zones claires et foncées permet de créer une atmosphère visuelle fluide, sans rupture ni agressivité.

Les couleurs chaudes créent une atmosphère accueillante et rassurante, par exemple, le rouge vif, visible sur la chemise de l'un des membres de l'équipe hôtelière, attire l'attention, il anime la scène et suggère l'énergie, l'activité et la présence humaine. Le beige clair et le jaune crème sur les murs et le sol diffusent une chaleur douce qui évoque la sécurité et le confort. Le marron clair, souvent associé au bois, apporte une sensation de stabilité, de tradition et de naturel.

Les couleurs froides, bien que plus discrètes, ont une fonction d'équilibre et de modernité. Entre autres, le gris métallique donne une impression de modernité, de sobriété et de professionnalisme. Le bleu-gris très pâle évoque le calme, la fraîcheur, la rigueur.

Les couleurs neutres assurent la lisibilité, l'équilibre visuel et la sobriété de l'image. Le blanc symbolise la propreté, la clarté et la transparence. Dans un hôtel, cela rassure le visiteur sur l'hygiène et la qualité du service. Le noir souvent utilisé avec modération, il structure l'espace visuel et donne une touche d'élégance sans dominer.

Passons maintenant à l'interprétation des signes ornementaux. Le tapis rouge est un symbole fort, il évoque l'accueil, le prestige et le respect du client. Il renvoie à une valeur cérémonielle, comme si l'on voulait honorer le visiteur dès son entrée. Il guide aussi le regard et les pas. Les plantes vertes en pot apportent une touche naturelle, apaisante et vivante, elles renforcent l'idée d'un espace sain, frais et entretenu.

Les meubles du comptoir matérialisent la fonction de service et d'accueil. Ils marquent la frontière entre le personnel et les clients, mais aussi le point de contact et d'interaction. Sa taille, sa forme et sa propreté influencent la perception de professionnalisme. La présence d'un écran peut symboliser la modernité, l'information en continu ou le divertissement. Elle montre que l'hôtel est connecté au monde, qu'il propose des services contemporains et qu'il pense au confort des clients en attente.

La barrière métallique ou rambarde d'escalier a une double fonction : sécurité et orientation. Visuellement, elle structure l'espace et oriente la circulation. Le choix du métal reflète une image de solidité et de sobriété moderne. Le sol en marbre est un matériau noble, souvent utilisé pour signifier le luxe, la qualité et la durabilité. Son aspect brillant et ses tons clairs valorisent la propreté, la lumière et le raffinement de l'espace.

Aussi, nous remarquons le drapeau algérien et celui-ci est un signe d'identité nationale. Il affirme que l'établissement est ancré dans le contexte algérien, ce qui peut surement rassurer la clientèle locale ou informer les visiteurs étrangers. C'est un marqueur de fierté et de cadre légal.

L'extincteur est un signe de sécurité obligatoire. Il est à la fois fonctionnel et rassurant. Sa présence montre que l'établissement respecte les normes de sécurité, ce qui renforce la confiance du client.

La présence des deux hommes, l'un derrière le comptoir en position assise et l'autre debout devant ce même comptoir, traduit une scène typique de l'univers hôtelier, centrée sur l'interaction entre personnel et client. L'homme assis, situé derrière le comptoir, semble être un réceptionniste ou un employé en poste ; sa posture stable et calme renvoie à une attitude de disponibilité, de maîtrise de son espace de travail et de concentration sur ses fonctions. En face de lui, l'homme en chemise rouge et pantalon noir, debout, évoque soit un client en attente, soit un autre membre du personnel en mouvement. Sa tenue sobre mais visuellement marquante par la chemise rouge, renvoie à une image dynamique et professionnelle.

La posture debout suggère une action ou un échange en cours, et renforce l'idée d'un espace vivant et fonctionnel. La composition spatiale des deux corps, l'un statique, l'autre actif, met en scène la relation de service propre au monde hôtelier : disponibilité, accueil et mouvement coordonné pour répondre aux besoins des clients.

ii. Figure n° 2 : le hall d'accueil



Figure 02 : Le hall d'accueil

❖ Présentation et description

L'angle de cette image est frontal, nous sommes au même niveau que le sujet. Elle présente une composition axiale et pyramidale, et une lumière artificielle douce et bien répartie dans l'espace. Dans cette image, l'éclairage est assuré par des spots encastrés au plafond, produisant une lumière blanche chaude. La luminosité est moyenne.

Nous observons la présence de couleurs chaudes : beige clair, marron foncé, rouge bordeaux, jaune doré ; ainsi que de couleurs froides : gris foncé, noir et blanc.

L'exploration des signes plastiques ayant été menée, nous nous tournons maintenant vers les signes iconiques. Abordons les signes ornementaux : il y a trois drapeaux algériens, l'un au centre, près d'un pilier et les deux autres sur le comptoir à droite. Escalier rouge avec rampe décorative. Le plafond comporte, quant à lui, des formes arrondies et des lumières intégrées. Nous constatons la présence de sculptures murales, des niches décoratives, des vases et des statuettes, une table basse blanche au fond, des canapés beiges sobres, un comptoir arrondi, un écran d'ordinateur, des cadres accrochés aux murs, un extincteur mural rouge, un téléphone, une vitrine contenant des objets artisanaux algériens qui rappellent le patrimoine culturel et un grand miroir.

La photo ne présente aucun signe kinésique, proxémique ni linguistique, en raison de l'absence de personnes et de toute forme de communication verbale et non verbale.

❖ Interprétation

L'angle frontal met le spectateur en égalité avec la scène, ce qui peut indiquer que cet espace est destiné au public, accessible. La composition axiale et pyramidale guide le regard vers le centre de l'image où se trouvent des éléments symboliques comme les drapeaux et la zone d'accueil. Cette lumière blanche permet de créer une ambiance accueillante, calme et professionnelle. La luminosité moyenne permet de rester dans un équilibre visuel.

La présence de couleurs chaudes peut mettre les visiteurs à l'aise dès leur arrivée. Par exemple : le beige clair sur les murs et les canapés apporte une sensation de douceur, de propreté et de confort ; il invite à la détente dès l'entrée. Le marron foncé donne un sentiment de stabilité, de tradition et de sérieux. Le rouge bordeaux utilisé pour le tapis de l'escalier évoque le luxe, le prestige et la chaleur humaine. Le jaune doré ajoute une touche de lumière et de noblesse, renforçant le caractère accueillant du lieu.

En parallèle, les couleurs froides apportent une touche de sobriété et de prestige. Par

exemple, le gris foncé apporte un équilibre visuel. Le noir structure l'espace, donne du caractère et évite que l'ensemble paraisse trop neutre. Le blanc, très présent (plafond, éléments de décoration), est associé à la propreté, la clarté et la lumière.

Passons maintenant à l'interprétation des signes ornementaux : la présence de plusieurs drapeaux algériens dans un hôtel signifie une affirmation forte de l'identité nationale et une fierté d'appartenance, cela montre que l'établissement s'inscrit dans les valeurs et les symboles de l'État tout en accueillant ses visiteurs dans un cadre officiel et respectueux. L'escalier rouge avec rampe décorative évoque le prestige et l'élégance. Le plafond aux formes arrondies avec lumières intégrées crée une ambiance douce et moderne, et donne une impression d'harmonie.

La sculpture murale dans un hall d'accueil de l'hôtel symbolise le goût artistique et la volonté de personnaliser l'espace. La niche décorative montre une volonté de soigner l'esthétique du lieu et de mettre en valeur certains objets porteurs de sens. Les vases et les statuettes embellissent l'espace et parfois évoquent la sérénité, le luxe et la spiritualité.

Pour ce qui est du grand miroir, il agrandit visuellement l'espace tout en reflétant la lumière ; il donne une sensation d'ouverture et de clarté. La table basse blanche, les canapés beiges sombres créent un espace de repos et d'attente confortable, accueillant les visiteurs avec chaleur et sobriété. Le comptoir arrondi symbolise l'accueil, la fluidité et la disponibilité du personnel.

L'écran d'ordinateur avec caméras de surveillance indique un système de sécurité maîtrisé, ce qui inspire confiance et professionnalisme. Le cadre au mur participe à l'identité visuelle du lieu. L'extincteur mural rouge et le téléphone sont des signes de prévention et de sécurité témoignant de la responsabilité de l'établissement envers ses clients.

Enfin, la vitrine contenant de l'artisanat algérien est un élément patrimonial fort. Elle montre que l'hôtel souhaite valoriser la culture nationale, et transmettre aux visiteurs une image d'attachement aux traditions locales.

iii. Figure n° 3 : un espace de détente**Figure 03 : Un espace de détente****❖ Présentation et description**

L'angle de prise de vue est en contre-plongée, montrant une vue légèrement orientée vers le haut. Elle a une composition axiale et centrée. La lumière y est douce et chaude. L'harmonie colorée est bien maîtrisée entre des tons chauds comme le doré, le beige, le crème, le brun foncé, le bois clair, le rouge vif, et des tons froids comme le bleu clair, le bleu turquoise, le gris argenté, le noir et le blanc.

La description des signes plastiques étant faite, nous passons aux signes ornementaux. Au centre de l'image, nous observons un lustre doré installé de manière centrale. Il est rond et en forme de cascade, composé de chaînes brillantes suspendues à une structure dorée stylisée. Juste en dessous se trouve une grande table blanche, également centrée, ronde, avec un pied sculpté en forme courbée et des ornements dorés.

Sur la table est posé un grand vase décoratif en métal argenté, orné d'anses travaillées, contenant une plante verte. Le tapis rond beige est placé juste en dessous de la table. Deux

fauteuils noirs à rayures blanches sont disposés de part et d'autre, accompagnés chacun d'une petite table blanche. Les rideaux beiges ainsi que les voilages blancs encadrent les baies vitrées, laissant entrer la lumière naturelle.

Le plafond est équipé de petits spots encastrés, apportant un éclairage doux et localisé. Le sol est en carrelage foncé. Sur le côté gauche, un climatiseur beige est visible, posé au sol. L'extincteur rouge fixé sur le mur. Un cadre vertical accroché au mur de gauche représente une femme portant une robe kabyle traditionnelle, tenant une cruche en poterie berbère. Un radiateur mural de chauffage central est également visible, intégré discrètement à l'espace.

L'absence de personnes sur la photo signifie qu'il n'y a pas de communication non verbale ou verbale, donc aucun signe kinésique, proxémique ou linguistique n'est présent dans cette image.

❖ **Interprétation**

Le choix de prise de vue contre-plongée permet de sublimer l'architecture du lieu en soulignant sa hauteur et sa majesté. La composition axiale, parfaitement centrée, crée un effet de symétrie visuelle qui renforce l'ordre, l'harmonie et la sophistication de l'espace.

Nous notons la lumière chaude qui enveloppe l'ensemble dans une ambiance paisible et accueillante. Elle donne une valeur esthétique à l'image, en évoquant la douceur, le confort et le raffinement. L'intégration de couleurs chaudes et froides est pensée pour mettre les visiteurs à l'aise dès leur arrivée à l'hôtel.

Les couleurs chaudes dominent l'espace et renforcent l'atmosphère accueillante. Le doré, symbole de luxe et de richesse, attire immédiatement le regard et évoque le prestige. Le beige et le crème ajoutent une sensation de douceur et de calme. Le brun foncé, rappelant la terre et le bois, donne un sentiment de stabilité et de tradition, tandis que le bois clair évoque la nature et le confort, renforçant l'authenticité de l'espace. Le rouge vif, utilisé avec parcimonie, dynamise la scène. Il attire l'attention sur certains éléments de sécurité ou d'accentuation visuelle, comme l'extincteur que l'on remarque dès l'entrée.

À ces teintes chaudes s'ajoutent des couleurs froides qui équilibrent l'ambiance générale. Le bleu clair et le turquoise évoquent la fraîcheur, le calme et une certaine pureté. Ils apportent une touche apaisante à l'ensemble. Le gris argenté, associé à la modernité, introduit une élégance discrète, tandis que le noir, utilisé avec subtilité, renforce les contrastes et donne de la profondeur. Le blanc, très présent dans les rideaux, les murs et certains meubles, symbolise

la lumière, la pureté et l'harmonie.

Il est temps d'interpréter les signes ornementaux. Le lustre doré, majestueux, suspendu au centre, attire immédiatement l'œil. Sa forme évoque une cascade de chaînes brillantes qui rappellent le mouvement fluide de l'eau. Il représente la richesse et la beauté, comme une plume lumineuse suspendue dans l'espace. Ce choix décoratif crée un effet de surprise et d'admiration dès l'entrée.

La table ronde placée en dessous, élégante et centrale, renforce la symétrie de la pièce. L'ensemble du mobilier et des objets décoratifs s'harmonise autour de cet axe central, contribuant à une ambiance raffinée, équilibrée et luxueuse. Ils invitent à un regard circulaire et créer un point d'équilibre visuel au centre du hall. Le pied sculpté en forme courbée apporte une touche artistique et esthétique. L'ornement doré renforce le lien visuel et symbolique entre les éléments décoratifs. Le vase en métal renvoie à la modernité. Le tapis rond délimite visuellement l'espace central, mettant en valeur la table et le vase comme un point focal.

Les deux fauteuils et deux tables permettent d'ouvrir l'espace à la conversation ou à l'attente. Les rideaux sur les baies vitrées adoucissent la lumière naturelle et ils offrent une protection contre l'éblouissement tout en préservant l'intimité de l'espace intérieur. Le choix d'un plafond avec spots encastrés répond à un double objectif : esthétique (pour une ambiance élégante et épurée) et fonctionnel (éclairage doux, ciblé et confortable).

Le sol en carrelage gris est un matériau pratique, durable et facile à entretenir, adapté aux lieux publics comme les halls. Le climatiseur assure le confort thermique du lieu. L'extincteur rouge représente la prévention et montre que l'hôtel respecte les normes de sécurité. Le cadre vertical avec la femme en robe kabyle tenant une poterie berbère valorise le patrimoine vestimentaire berbère. Le décor renvoie à l'artisanat, à la transmission des traditions et à la féminité liée à la terre et à l'eau. Le radiateur mural est un élément de confort moderne. Il permet de maintenir une température agréable en hiver.

b. Le restaurant**i. Figure n° 4 : salle à manger****Figure 04 : Salle à manger****❖ Présentation et description**

L'angle de prise de vue de cette image est en plongée légère et oblique, ce qui permet de voir une grande partie de la salle. Elle présente une composition axiale avec une ligne perspective fuyante vers le fond de l'image et une lumière qui semble être naturelle venant des grandes fenêtres à gauche, combinée à une lumière artificielle¹³. L'éclairage est mixte¹⁴ et la luminosité est bien équilibrée. Nous observons des couleurs dominantes neutres : blanc cassé, crème, gris clair, gris perle, beige.

Les couleurs chaudes : doré pâle, marron foncé. Les couleurs froides : violet, bleu violacé, gris bleu léger, noir, bleu foncé.

Nous poursuivons avec les signes ornementaux : trois grands lustres suspendus aux plafonds décorés de pendentifs en verre, trois grands rideaux épais. Il y a des colonnes décoratives

¹³ Celle des lustres.

¹⁴ Naturel et artificiel.

blanches avec cannelures (rayures verticales), un plafond voûté avec des arcs nervés, des moulures murales, des chaises¹⁵ de style Louis XVI. Il y a aussi des tables recouvertes de nappes blanches des serviettes en tissu pliées artistiquement en forme d'éventail, des couverts en métal argenté, des assiettes blanches et verres.

Nous remarquons des banquettes latérales avec assise matelassée. De grandes baies vitrées, des lumières LED violettes. Comme nous ne constatons la présence de personnes donc la photo ne présente aucun signe kinésique, proxémique ni linguistique.

❖ Interprétation

L'angle plongée léger et oblique valorise l'ordre, la symétrie et permet d'introduire la profondeur. La composition axiale avec perspective fuyante évoque l'ordre, l'harmonie et la stabilité. La lumière naturelle venant de la gauche crée un effet de réalisme et doux et la lumière artificielle apporte la chaleur et l'élégance.

Le choix des couleurs dans cette image n'est pas anodin : chaque teinte, qu'elle soit neutre, chaude ou froide, participe à la création d'une ambiance particulière. Notons par exemple, les couleurs dominantes et neutres : Le blanc cassé évoque la pureté et la clarté. Le crème adoucit la lumière et instaure une ambiance confortable et rassurante. Le gris clair symbolise la sobriété et la modernité, il structure visuellement l'espace tout en restant discret. Le gris perle ajoute une touche de raffinement subtil grâce à sa douceur, presque nacrée, qui évoque l'élégance sans excès. Le beige rappelle la nature et la stabilité.

Parmi les couleurs chaudes, nous remarquons la présence de l'ocre doré qui évoque le luxe, la richesse, la lumière et la fête. Le marron foncé, quant à lui, apporte de la chaleur, de la stabilité. Pour les couleurs froides, nous avons : le violet qui symbolise la créativité, le mystère et la spiritualité. Le gris-bleu qui apporte une sensation de calme et de profondeur. Le noir et le bleu foncé structurent l'image et ajoutent du contraste et de la profondeur.

Décodons à présent les signes ornementaux. L'installation de trois lustres permet de répartir la lumière de manière équilibrée sur toute la longueur de la salle. Ils sont alignés selon l'axe central de la salle pour guider le regard vers le fond et accentuent la profondeur de l'espace.

Les très grandes rideaux épais contribuent à l'isolation phonique et lumineuse tout en accentuant la noblesse du lieu par leur tombé élégant. Les colonnes décoratives, doublées de cannelures verticales rappellent l'architecture antique, évoquant la grandeur et l'héritage

¹⁵ Dossier ovale, pieds courbés, assise rembourrée

classique. Le plafond voûté avec arcs noirs et les moulures murales donnent une impression de volume et de sophistication en ajoutant du relief architectural.

Les chaises de style Louis XVI renforcent cette ambiance noble et classique. Le choix du mobilier majestueux évoque l'élégance française, le confort et le goût pour la tradition décorative classique française. Les tables recouvertes de nappes blanches participent à la pureté visuelle du lieu. Elles évoquent le respect du client et la qualité du service. La serviette en tissu pliée en éventail n'est pas seulement pratique, elle signale une attention aux détails, une volonté de mise en scène du repas comme un rituel raffiné.

Les couverts en métal argenté et les assiettes blanches à bord vert rappellent les codes de la haute gastronomie¹⁶. Les banquettes latérales matelassées apportent à la fois esthétique et confort. Elles permettent une assise plus détendue tout en structurant l'espace autour des murs.

Les grandes baies vitrées laissent entrer la lumière naturelle le jour et ouvrent l'espace vers l'extérieur, créant un dialogue entre l'intérieur et le monde extérieur. Enfin, les lumières LED violettes ajoutent une touche contemporaine et sensorielle. Elles donnent une atmosphère moderne, presque onirique, surtout en soirée.

ii. Figure n° 5 : un coin spécial



Figure 05 : Un coin spécial

¹⁶ Comme la brillance, la propreté, l'harmonie des couleurs douces.

❖ Présentation et description

L'image présente un angle de prise de vue en contre-plongée légère, ce qui permet de bien distinguer le lustre suspendu ainsi que le plafond. Cette perspective donne une impression de hauteur et de grandeur à la scène. Elle propose une composition axiale avec une légère tendance pyramidale, l'ambiance qui s'en dégage est douce et élégante. La luminosité est modérée, ni trop forte ni trop sombre.

L'éclairage, quant à lui, combine à la fois des sources naturelles et artificielles. Dans cette image, nous remarquons l'utilisation de couleurs chaudes telles que le jaune doré, le beige, le marron doux, le rose violacé ou encore le blanc chaud. À cela s'ajoutent des couleurs froides comme le gris foncé, le bleu clair, le blanc froid, le noir ou le bleu-gris.

L'analyse se poursuit avec les éléments ornementaux présents dans la scène. Un lustre décoratif est suspendu au plafond, accompagné d'un éclairage LED coloré. De grandes fenêtres panoramiques laissent passer la lumière, encadrées de structures métalliques.

Nous distinguons aussi des rideaux tirés, des tables recouvertes de nappes blanches, des serviettes de table pliées, des assiettes, des verres à pied, ainsi que des chaises habillées de housses blanches ornées de nœuds dorés. Des radiateurs sont fixés au mur. Le sol est couvert d'un carrelage gris, et le plafond est travaillé avec des formes géométriques et des encadrements lumineux.

Enfin, L'image ne laisse entrevoir aucune présence humaine, aucun geste ni indice kinésique, proxémique ou linguistique.

❖ Interprétation

L'angle adopté est une légère contre-plongée, ce qui met en évidence la hauteur du plafond et le lustre, tout en accentuant l'importance de l'environnement intérieur. Sa composition, à la fois axiale et pyramidale, offre une impression de stabilité et d'équilibre visuel.

Le choix de lumière et de luminosité traduit une volonté de créer une atmosphère accueillante, chic et bien équilibrée, parfaitement adaptée à un espace de réception ou à un événement.

Pour ce qui est des couleurs, celles qui sont chaudes contribuent à une sensation de confort,

de luxe et d'hospitalité. Le jaune doré évoque le luxe et l'élégance. Le beige suggère la douceur et la sobriété. Le marron clair renvoie à la stabilité et au naturel. Le rose violacé apporte une touche romantique et raffinée, avec une nuance de modernité dans l'éclairage. Le blanc chaud, quant à lui, évoque la pureté et la propreté. Les couleurs froides, de leur côté, insufflent une impression de calme, de modernité et de fraîcheur. Le gris foncé symbolise la rigueur et le sérieux. Le bleu clair évoque la fraîcheur, la sérénité et l'ouverture vers l'extérieur. Le blanc froid renvoie à la clarté. Le noir évoque l'élégance, le contraste, la sobriété. Le bleu-gris signifie la fraîcheur, la tranquillité, l'ambiance.

Mettons en lumière le sens des signes ornementaux. La table ronde symbolise l'égalité, la convivialité et le partage, contrairement aux tables rectangulaires. Elle permet à chaque personne de se voir et de parler facilement. Cela favorise une atmosphère détendue, intime et idéale pour des événements familiaux ou professionnels où la communication est importante.

Les chaises habillées de housses avec nœuds dorés visent à créer une ambiance de prestige et à montrer que l'hôtel attache de l'importance aux détails. Cet élément décoratif digne d'une cérémonie ou d'un repas haut de gamme. Le lustre central attire le regard vers le haut et donne à la pièce un caractère solennel et luxueux.

Les grandes fenêtres laissent entrer la lumière naturelle, ce qui rend la pièce plus vivante, ouverte sur l'extérieur, tout en évitant l'impression d'être dans un espace clos et confiné.

Les nappes blanches et la vaisselle bien rangée évoquent la propreté totale et le respect du client, en transmettant l'idée que chaque invité est important. Ce coin aménagé dans la salle de restaurant est conçu pour offrir plus d'intimité aux clients. En étant légèrement isolé du reste de l'espace, il crée une atmosphère calme et privilégiée, idéale pour des moments importants ou des réunions spéciales.

L'hôtel souhaite aussi exprimer sa vision à travers ce choix en proposant une expérience personnalisée, où chaque client peut se sentir à part et valorisé.

iii. Figure n°6 : table à manger**Figure 06 : Table à manger****❖ Présentation et description**

L'angle de prise de vue de cette figure est frontale, nous sommes au même niveau que le sujet, nous regardons droit à lui. Sa composition est axiale. Elle est très bien éclairée.

Nous constatons une prédominance de couleurs chaudes, entre autres : orange, jaune, beige, crème, rouge. Également, des couleurs froides : bleu clair, bleu turquoise, blanc, gris, bleu-gris. Des couleurs neutres : noir, gris foncé, marron clair, bois.

L'étape suivante de l'analyse concerne les signes ornementaux : quatre serviettes blanches, verres à pied, quatre sets de table bleus, couverts (fourchettes et couteaux), petite lampe décorative, bougeoir, support d'assaisonnement contenant une salière, une poivrière et une bouteille d'huile ou vinaigre avec une poignée en verre. Il y a aussi des chaises blanches rembourrées, une table blanche rectangulaire, une grande baie vitrée, des rideaux transparents.

Nous retrouvons aussi des bâtiments extérieurs, des parasols multicolores qui sont visibles sur la plage, la mer bleue, le ciel bleu clair ainsi que des arbres verts. L'image ne comporte aucun indice kinésique, proxémique ni linguistique, puisqu'elle est dépourvu d'individus et de toute expression communicative, qu'elle soit verbale ou corporelle.

❖ Interprétation

La prise de vue frontale permet de créer un effet de face-à-face avec la scène. La composition axiale donne un sentiment d'équilibre, d'ordre et d'harmonie. L'éclairage de l'image suggère un moment de calme, de détente et de qualité.

Les couleurs chaudes que nous remarquons sont : l'orange qui symbolise la chaleur humaine, la détente. Le jaune qui évoque l'optimisme, l'énergie, la lumière du soleil. Le beige et le crème créent une ambiance douce et naturelle. Le rouge attire l'attention et il évoque la chaleur, parfois la passion.

Les couleurs froides : Le bleu clair / turquoise expriment le repos, l'évasion, la paix intérieure. Le blanc est un symbole de la pureté et de la clarté. Le gris et le bleu gris ajoutent une touche de sérénité, voire de modernité. Les couleurs neutres dans cette image sont : le noir et le gris foncé qui apportent du contraste et de l'élégance discrète.

Passons à la lecture des signes ornementaux. Nous observons quatre verres à pied et ceci indique un repas raffiné où plusieurs boissons¹⁷ peuvent être servies. Ils expriment le standing élevé du restaurant. Les serviettes blanches pliées verticalement sont un symbole de propreté et de soin, les assiettes blanches sont symboliques de simplicité et de qualité. Quatre sets de table délimitent les espaces individuels.

La couleur bleue rappelle la mer et apporte une cohérence visuelle avec l'environnement extérieur, quant aux ouverts, ils sont des objets de base du repas, mais bien disposés sur la nappe et ils reflètent le respect des codes de l'art de la table.

Toujours pour les signes ornementaux, il y a une petite lampe décorative / bougeoir qui ajoutent une lumière douce et chaleureuse, créant une ambiance intime et relaxante, surtout le soir. Les Supports d'assaisonnement montrent que le client peut personnaliser son plat, ce qui un signe de respect et de qualité de service. La chaise blanche rembourrée signifie le confort et l'élégance.

La table blanche rectangulaire renvoie à la forme classique et pratique. Le blanc reflète la

¹⁷ vin, eau...

lumière. La grande baie vitrée ouverte qui donne directement sur la mer crée un lien entre l'intérieur l'extérieur donc avec la nature. Tous ces éléments qui renforcent la valeur de la vue panoramique constituent un atout majeur dans un hôtel ou restaurant de standing.

Les rideaux transparents laissent passer la lumière tout en adoucissant l'ambiance. Les bâtiments extérieurs avec des toits rouges montrent que le lieu est situé dans un environnement organisé, sécurisé et touristique.

Les parasols multicolores sur la plage suggèrent une activité balnéaire vivante et la présence de vacanciers. La mer bleue et ciel bleu clair renforcent l'idée de calme, de détente et de luxe naturel. Il y a la présence d'arbres verts qui ajoutent une touche de nature et de verdure, symbole de fraîcheur et d'environnement sain. Ces éléments jouent un rôle essentiel et crucial dans la publicité hôtelière.

Cette photographie n'est pas seulement une table dans une salle, c'est une mise en scène complète qui invite à vivre un moment de plaisir, de calme et d'évasion dans un cadre de rêve.

c. La Chambre

i. Figure n° 7 : chambre à baldaquin



Figure 07 : Chambre à baldaquin

❖ Présentation et description

L'image est prise en angle frontal. Sa composition est axiale. La luminosité est optimisée et mise en valeur. Nous observons des couleurs chaudes telles que beige, doré, marron clair, rouge, et des couleurs froides : blanc, noir, bleu foncé, vert foncé, violet.

L'analyse se concerne à présent sur les signes ornementaux : il y a un lit à baldaquin avec un voilage blanc suspendu. Un matelas et des oreillers avec housse beige et coussins décoratifs rayés. Il y a une table de nuit blanche avec un téléphone posé dessus.

Signalons aussi la présence d'un banc ou tabouret tapissé au pied du lit, avec un tissu à motifs floraux et d'une coiffeuse blanche avec des bordures dorées et d'une chaise noire devant cette coiffeuse. Il y a une fleur rouge posée sur le lit. Un tapis beige sous le lit et sous le banc. Il y a des rideaux beiges à droite de l'image, devant une fenêtre ou porte et des voilages blancs autour du lit.

Quant au plafond, celui-ci contient des moulures circulaires. Il y a des lumières encastrées dans le plafond qui sont des spots LED. Il y a des murs avec moulures blanches formant un décor sculpté. Dépourvue de personnes ou de communication, l'image ne représente aucun signe kinésique, proxémique ni linguistique.

❖ Interprétation

La prise de vue frontale permet de créer un effet de face-à-face avec la scène. La composition axiale donne un sentiment d'équilibre, d'attache et d'harmonie. L'éclairage de l'image suggère un moment de calme, de détente et de qualité.

Les couleurs de cette image sont choisies intentionnellement. Nous pouvons dire que chaque teinte, chaude ou froide, contribue à une ambiance spécifique. Par exemple, les couleurs chaudes : Le beige est une couleur d'enracinement. Il renvoie à une présence discrète du confort, une chaleur silencieuse. Le doré est un symbole de luxe. Il capte l'œil sans éblouir. Le marron clair crée un sentiment d'abri. Le rouge suggère l'amour et la passion.

Quant aux couleurs froides : Le bleu évoque une part intérieure. Le noir donne une profondeur silencieuse à l'espace. Le violet est un souffle onirique¹⁸ qui évoque l'intimité. Le

¹⁸ Veut dire qu'il évoque une sensation magique, quelque chose de beau, comme dans un rêve.

bleu foncé rappelle le calme des profondeurs marines, ce qui évoque un sentiment de sérénité. Le vert foncé est l'équilibre intérieur.

La prochaine étape de l'analyse concerne les signes ornementaux. Le lit à baldaquin est un symbole de luxe, de romantisme et d'intimité. Le voilage blanc évoque une dimension éthérée¹⁹ et protectrice, comme un cocon. Les Matelas et oreillers avec housse beige et coussins rayés apportent une touche de modernité ou de dynamisme sans briser l'harmonie générale.

La table de nuit est placée à côté du lit pour permettre un accès rapide aux objets essentiels²⁰. Nous pouvons la considérer comme un pont entre le sommeil et l'éveil. Il y a un banc ou tabouret qui sert à poser des vêtements, des valises ou à s'asseoir pour se chausser. Il offre un espace tampon entre le lit et le reste de la pièce.

Le tissu à motifs floraux recouvre certains éléments de décoration, apportant de la texture et du charme romantique. Sur le côté, une coiffeuse de style classique, accompagnée d'une chaise noire élégante, évoque le soin de soi et la séduction discrète. Une fleur rouge posée en décoration renforce cette symbolique de passion et d'amour.

Des tapis, placés sous le lit et devant le banc, ajoutent un confort sensoriel tout en accentuant l'atmosphère cocooning de la pièce. Un rideau épais placé devant la fenêtre ou la porte assure une intimité visuelle et filtre la lumière extérieure.

Au plafond, un voilage léger accompagné d'une moulure circulaire attire l'attention vers le haut et encadre le lit avec élégance. Un éclairage doux, composé de lumières encastrées et de spots LED, permet de moduler l'ambiance selon les besoins, entre détente et intimité.

Le mur avec des moulures rappelle les intérieurs aristocratiques ou bourgeois. Cette chambre semble spécialement conçue pour accueillir des mariés lors de leur nuit de noces. Tout dans sa décoration évoque le romantisme, l'élégance et l'intimité.

¹⁹ Une dimension aérienne, ce qui signifie que le voilage blanc donne l'impression flottant dans l'air, telle une brume douce.

²⁰ Le téléphone qui suggère la sécurité en cas d'urgence ou pour contacter la réception, livre, verre d'eau, etc.

ii. Figure n° 8 : chambre de style classique**Figure 08 : Chambre de style classique****❖ Présentation et description**

L'angle de prise de vue de cette photo est en plongée légère et oblique. Sa composition est axiale. La pièce est principalement éclairée par une lumière artificielle provenant des lampes de chevet, car aucune source de lumière n'est naturelle ici. Nous observons des couleurs chaudes : doré, beige, crème, marron clair, rose saumon, jaune doré. Des couleurs froides : gris clair, blanc cassé, noir, gris foncé, violet.

Continuons l'analyse en nous penchant sur les signes ornementaux : un grand lit au centre de la pièce qui contient une tête de lit capitonnée, en tissu rayé doré et marron, avec une décoration sculptée. Deux oreillers blancs et trois coussins. Il y a deux tables de chevet, chacune porte une lampe à pied décoratif avec un abat-jour.

Trois tapis avec ce qui semble être une texture douce et ces tapis sont placés de chaque côté du lit et un autre au pied du lit. Nous remarquons un canapé deux places à gauche de l'image, avec un dossier arrondi de style classique. Un repose-pied blanc devant le canapé. Une grande coiffeuse blanche à droite de l'image avec un design courbé. Trois grands miroirs ovales de style baroque²¹. Une chaise à dossier, tapissée, assortie à la coiffeuse.

²¹ Correspond à des cadres richement ornés de détails sculpturaux et de motifs floraux.

Il y a aussi une armoire blanche dans le coin droit avec des courbes arrondies. Le revêtement du sol est en carreaux foncés. L'absence de personnes et de communication verbale ou non verbale fait que cette image ne montre aucun signe kinésique, proxémique ni même linguistique.

❖ Interprétation

L'angle plongée légère et oblique valorise l'ordre, la symétrie et permet d'introduire la profondeur. La composition axiale évoque l'ordre et la stabilité. La lumière artificielle crée une ambiance intime et chaleureuse.

Passons maintenant à l'interprétation des couleurs chaudes choisies : le doré évoque le luxe, la richesse. Le beige, crème, marron clair sont des couleurs douces qui créent une ambiance apaisante et naturelle. Le rose saumon apporte une touche féminine, presque romantique. Le jaune doux réchauffe la scène, sans agresser l'œil. Nous notons aussi la présence de couleurs froides : Le gris et le blanc cassé sont neutres, calmants. Le noir et le gris foncé ajoutent de la profondeur et du contraste, ce qui donne du relief à l'image. Le violet symbolise la noblesse, le rêve et parfois la spiritualité.

L'étude se poursuit par l'examen des signes ornementaux : Le lit placé au centre impose immédiatement sa fonction : repos, intimité, confort. La tête capitonnée évoque le luxe, la chaleur et la tradition décorative européenne classique. La décoration sculptée rappelle les styles aristocratiques, ce qui cherche à valoriser le statut du client « dormir ici, c'est vivre comme un roi ou une reine ».

Les oreillers blancs signalent la propreté, la neutralité et l'hygiène et les coussins décoratifs montrent le soin apporté à l'esthétique. Deux tables de chevet et des lampes avec abat-jour ajoutent une ambiance douce et intime. Les trois tapis ont une fonction de confort mais surtout de chaleur sensorielle²².

Le canapé deux places n'est pas là pour dormir mais pour s'asseoir, discuter et lire. Il introduit une zone secondaire dans la chambre, comme un salon privé. Le repose-pied suggère encore plus de détente. C'est un signe de générosité de l'espace. La coiffeuse est un symbole

²² C'est-à-dire à éviter le froid du sol.

de soin de soi, de féminité, d'intimité privée. Elle donne à la chambre une dimension personnelle.

Les trois miroirs baroques permettent une vision complète de soi, ce qui est à la fois pratique et esthétique. La chaise est choisie avec goût pour s'harmoniser avec le reste. L'armoire représente le rangement c'est-à-dire la maîtrise de l'espace privé. Elle offre au client un espace personnel temporaire, comme un petit coin chez soi. C'est un signe d'hospitalité : « Ici, vous pouvez vous installer, vous êtes chez vous ».

Le sol en carreaux donne une stabilité visuelle à l'ensemble. Cette chambre dégage un sentiment de luxe, mais il ne s'agit pas d'un luxe moderne ou technologique. C'est un luxe traditionnel, presque aristocratique, inspiré directement de l'esthétique européenne classique.

L'hôtel cherche à transporter le client dans un autre monde, un univers de rêve et de beauté. Nous avons l'impression de séjourner dans un château ou un manoir d'autrefois, comme si l'on vivait un moment privilégié dans l'Europe historique et développée.

d. La salle des fêtes

i. Figure n°9 : hall d'entrée



Figure 09 : Hall d'entrée

❖ Présentation et description

L'image présente une composition axiale et en profondeur. L'éclairage est assez doux et uniforme et l'angle est frontal. Pour ce qui est des couleurs, nous observons la présence de couleurs chaudes comme le marron, le beige clair, le rouge vif, jaune doré et de couleurs froides : le blanc, le gris, le vert.

La description des signes plastiques étant achevée, nous passons à la présentation des signes iconiques. En premier lieu, les signes ornementaux : Le tapis rouge placé au centre de l'escalier, descendant jusqu'au sol. Il y a deux tables et chacune est ornée d'une plante verte artificielle à côté, pour ce qui est du carrelage, celui-ci est blanc. Une porte se trouve à droite de l'escalier. En haut, derrière les escaliers, nous voyons un reflet de deux personnes. Quatre lumières blanches sont bien alignés au plafond.

En deuxième lieu, les signes proxémiques et pour cela nous apercevons deux personnes très proches l'une de l'autre à la porte d'entrée. Dans cette image, nous sommes face à une scène visuelle statique, bien structurée. Il y a une présence humaine, mais elle n'est pas active ; les personnes sont trop éloignées. L'absence de personnes et de communication verbale ou non verbale fait que cette image ne montre aucun signe kinésique, proxémique ni même linguistique.

❖ Interprétation

La composition axiale et en profondeur crée un effet de symétrie et de perspective, il y a une lumière douce et uniforme qui donne une ambiance calme et équilibrée. La prise de vue frontale renforce l'effet de stabilité et de structure dans l'image.

En ce qui concerne la signification des couleurs chaudes, nous pensons que le rouge attire le regard et suggère la cérémonie et il marque un chemin central. Le marron et le beige adoucissent la lumière. Pour ce qui est des couleurs froides, nous notons que le vert évoque la nature, la fraîcheur ; le bleu clair et le gris renforcent l'effet de profondeur et d'aération de l'espace.

Nous procéderons maintenant à l'interprétation des signes ornementaux. Le tapis rouge est un signe fort de prestige et de cérémonie, souvent associé aux événements officiels ou aux

réceptions importantes. Les tables et les plantes ajoutent une touche décorative symétrique. Le carrelage blanc et brillant crée un effet de pureté. Pour ce qui est de la porte, il ne s'agit pas d'une porte d'entrée principale mais une telle porte peut donner accès à un local technique ou de service, pour le personnel, ou une issue secondaire pour la sécurité. Les quatre lumières présentes assurent une lumière douce et uniforme.

Sur le plan des signes proxémiques, nous apercevons, dans le reflet du fond, deux personnes très proches l'une de l'autre à l'entrée. Cette proximité physique suggère qu'il s'agit probablement d'agents de sécurité, de service ou d'accueil en train de dialoguer ou de se coordonner. Leur position en hauteur sur la dernière marche leur donne un rôle de surveillance ou de contrôle discret.

ii. Figure n°10 : espace de réception



Figure 10 : Espace de réception

❖ Présentation et description

L'angle de prise de vue de cette image est oblique en plongée légère, présentant une composition axiale et en profondeur. L'éclairage est artificiel, fourni par des lumières LED colorées. Nous remarquons une prédominance de couleurs froides par rapport aux couleurs chaudes. En effet, il y a une couleur chaude bien présente : le rouge bordeaux, tandis que les couleurs froides sont nombreuses, telles que le blanc, le bleu marine, le bleu foncé, le violet, le gris clair et le vert clair.

L'image comprend des signes ornementaux : Tapis rouge central, chaises recouvertes de housses blanches avec des nœuds en ruban bleu marine. Tables habillées par des nappes blanches et des bouquets floraux artificiels au centre des tables. Plafond lumineux avec LED violettes, rideaux au fond de la salle. Piste ou espace central dégagé. Cette photographie est dépourvue de personnes ou de mouvements de communication, la photo ne présente aucun signe kinésique, proxémique ni linguistique.

❖ Interprétation

L'angle oblique et en plongée légère valorise l'ordre, la symétrie et permet d'introduire la profondeur. La composition axiale en profondeur symbolise l'ordre et l'équilibre. L'éclairage artificiel permet de créer une ambiance adaptée à l'événement ainsi qu'aux lampes. Les lampes LED consomment très peu d'électricité.

L'intégration des couleurs froides comme le blanc peut signifier la pureté, la paix. Le bleu marine symbolise aussi la confiance, le calme. Le violet symbolise la spiritualité, le luxe, la paix intérieure. Le gris clair et le vert clair signifient la nature, la fraîcheur et la vie. La couleur chaude rouge bordeaux signifie le bonheur, l'honneur et la célébration.

La prédominance des couleurs froides dans cette salle des fêtes crée une atmosphère chic et élégante. Elles valorisent la lumière artificielle car elles s'adaptent bien à tous les styles de décoration.

Pour ce qui est des signes ornementaux, voici ce que nous pouvons en dire, il y a le tapis rouge central qui sert de chemin d'honneur, généralement pour les mariés ou les invités principaux. Les chaises recouvertes de housses transforment l'aspect des chaises pour les rendre plus élégantes. Tables habillées de nappes servant à les protéger et rendre la décoration plus festive. Il y a des bouquets floraux artificiels qui décorent chaque table pour créer une apparence parfaite. Le plafond lumineux avec LED donne une ambiance féerique, moderne et festive. C'est un moyen de transformer la salle en lieu d'exception. Les rideaux au fond de la salle marquent l'espace principal²³, souvent pour les mariés.

La piste sert à marcher, danser ou exposer des éléments comme la pièce montée, qui est généralement servie à la fin de la fête, souvent au moment symbolique de la découpe du gâteau.

²³ Une scène.

Elle marque l'union des deux familles, du bonheur partagé et d'avenir commun.

e. La piscine/bassin principal : figure n°11



Figure 11 : Bassin principal

❖ Présentation et description

L'image représente une prise de vue frontale. Sa composition est axiale. L'éclairage est artificiel. Nous observons des couleurs froides : le bleu, le blanc, ainsi qu'une seule et unique couleur chaude : le marron.

L'analyse se poursuit avec les signes ornementaux dans la mesure où la piscine est l'élément principal, remplie d'eau. Une échelle métallique pour entrer et sortir de l'eau, il y a planchée en bois autour de la piscine, une barrière de sécurité en haut, à gauche. Il y a aussi une marche en bois sur la droite²⁴. Il y a aussi des murs carrelés en bleu, un plafond arrondi avec une structure métallique blanche, des lampes qui éclairent la pièce.

Nous constatons aussi deux fenêtres rectangulaires au fond de la salle ainsi que des colonnes

²⁴ Accès à la plateforme.

ou piliers près des murs à droite. Dépourvue de personnes ou de communication, la photo ne représente aucun signe kinésique, proxémique, ni linguistique.

❖ Interprétation

L'angle frontal crée un effet de symétrie parfaite et une harmonie. La composition axiale en profondeur symbolise l'ordre et l'équilibre. La lumière artificielle permet un éclairage constant à toute heure et, pour une meilleure sécurité, les baigneurs voient bien où ils marchent ou nagent.

Nous remarquons une dominance de couleurs froides dans le choix chromatique de la piscine, ce qui donne une sensation de fraîcheur et d'hygiène. Elles aident les nageurs à se relaxer et à se détendre. La couleur bleue signifie l'eau, la propreté et le calme. Le blanc est associé à la pureté et à la lumière. Une seule couleur chaude "le marron" a été maintenue pour casser la froideur totale de l'environnement, renforçant ainsi la pureté et la lumière du lieu.

La prochaine étape de notre analyse s'attardera sur les signes ornementaux. La piscine est le centre d'intérêt de l'espace, elle offre un lieu de détente, de sport ou de soin. Une échelle métallique est installée pour permettre aux usagers d'entrer et de sortir de l'eau facilement et en toute sécurité.

Autour de la piscine, un plancher en bois apporte une touche chaleureuse et naturelle, tout en étant antidérapant. À gauche, une barrière de sécurité protège les zones en hauteur, tandis que des marches en bois, situées à droite, permettent d'accéder à une plateforme surélevée, pouvant servir d'espace de repos ou d'observation.

Les murs sont recouverts de carrelage bleu pour donner une sensation de fraîcheur et de propreté. Le plafond arrondi est soutenu par une structure métallique, ce qui donne une forme douce et harmonieuse à l'espace. Deux fenêtres rectangulaires, situées au fond de la salle, laissent passer un peu de lumière naturelle, sans dominer l'ambiance.

Enfin, des colonnes situées à droite jouent un rôle strictement structurel tout en renforçant le rythme visuel de la composition. Le choix d'une piscine fermée permet de la rendre accessible toute l'année, quelle que soit la météo. Cette piscine est protégée du froid, de la pluie ou du vent, ce qui garantit un meilleur confort pour les usagers. Elle est aussi plus facile à entretenir,

plus hygiénique et plus sécurisée.

Concernant la forme, elle est construite selon un plan rectangulaire, avec une légère courbe à l'un des bords, ce qui lui donne une forme proche de la lettre « B ». Cette configuration permet de nager en ligne droite et d'organiser l'espace de façon claire. La légère courbe ajoute une touche d'originalité sans perturber l'équilibre. Contrairement aux piscines rondes ou carrées. Une piscine rectangulaire optimise mieux la circulation de l'eau, la nage et l'esthétique de l'architecture intérieure.

f. La terrasse panoramique : figure n° 12



Figure 12 : Terrasse panoramique

❖ Présentation et description

L'angle de prise de vue de cette figure est en plongée légère. Sa composition est axiale et en profondeur. Elle est très lumineuse, prise en plein jour avec une lumière naturelle forte.

Nous observons des couleurs chaudes, par exemple le blanc cassé, le marron, le rose, l'orange, le beige clair ; et des couleurs froides comme le bleu clair, le bleu foncé, le gris et le vert et le violet.

L'analyse continue avec l'étude des signes ornementaux et linguistiques. D'abord, les signes ornementaux qui sont : quatre parasols blancs ouverts qui apportent de l'ombre aux tables, il y a huit tables rondes disposées sous les parasols avec des pieds métalliques, douze chaises autour des tables, des pots de fleurs avec des plantes vertes à l'intérieur.

Notons aussi la présence de guirlandes de fanions composées de triangles colorés, de rambarde en verre, de lampadaires urbains à l'extérieur de la terrasse qui visibles en arrière-plan, il y a des bâtiments et mer au fond, des câbles électriques tendus dans le ciel et enfin des poteaux métalliques. Pour ce qui est du sol, celui-ci est en carrelage beige clair. Le mur de l'établissement sur la droite.

L'image ne permet pas une analyse proxémique ni kinésique, car aucun être humain n'est présent. Nous ne pouvons donc pas étudier leurs distances ou leurs gestes. Il nous reste le dernier type, c'est le signe linguistique.

Selon Roland Barthes, le message linguistique entretient deux types de fonctions par rapport au message visuel : les fonctions d'ancrage et de relais et dans cette image, le signe linguistique « Restaurant » entretient une fonction d'ancrage avec le message visuel et nous expliquerons cela plus en détail dans la partie interprétative.

❖ Interprétation

L'angle en plongée valorise l'ordre et permet d'introduire la profondeur. La composition axiale guide le regard vers le fond de l'image. Les couleurs chaudes et froides présentent dans cette image peuvent être interprétées individuellement selon leur signification symbolique. Par exemple : le blanc cassé des parasols suggère la lumière, la pureté et crée une ambiance propre et reposante pour les clients. Le marron des chaises évoque la stabilité, le confort, en invitant à la détente. Le rose, présent dans les guirlandes, symbolise la douceur et l'ambiance conviviale. Le violet ajoute une touche d'originalité et de raffinement, rendant l'espace plus attractif. L'orange renforce la chaleur et l'énergie du lieu, stimulant la convivialité et l'appétit. Le beige Clair adoucit l'ensemble visuellement et crée une atmosphère accueillante.

Du côté des couleurs froides, il y a le bleu clair du ciel et le bleu foncé de la mer qui évoquent la fraîcheur, le calme et la relaxation. Le gris des structures métalliques apporte une touche de modernité et de sobriété. Le vert ajoute une présence naturelle et vivante.

Nous allons interpréter dans ce qui suit les signes ornementaux et linguistiques. L'hôtel a choisi d'aménager la terrasse avec des objets dans le but de créer un espace accueillant et fonctionnel. Les quatre parasols ouverts protègent les clients du soleil et renforcent le confort

visuel. Les huit tables rondes placées sous les parasols favorisent la convivialité et l'échange, tandis que les douze chaises permettent un accueil flexible selon le nombre de personnes. Les pots de fleurs apportent une touche de nature et de fraîcheur.

La guirlande de fanions colorés ajoute un aspect festif et joyeux, attirant ainsi l'œil. La rambarde en verre borde la terrasse en toute sécurité tout en laissant voir le paysage, ce qui donne une impression d'ouverture. Les lampadaires urbains situés latéralement donnent un espace réel ouvert sur la ville.

En arrière-plan, le bâtiment et la mer renforcent le caractère touristique et relaxant du lieu. Les câbles électriques et les poteaux métalliques soulignent le cadre urbain sans nuire à l'esthétique. Le sol en carrelage assure un entretien facile et un aspect propre.

Le mur de l'établissement avec l'inscription du mot «Restaurant » indique clairement la nature du lieu. Il remplit une fonction d'ancrage, car il permet de guider l'interprétation de l'image. Sans ce texte, nous pourrions hésiter sur la nature exacte du lieu en nous posant plusieurs questions : est-ce une terrasse de café ou bien de crèmerie ? Cette image seule offre plusieurs lectures possibles. Par conséquent, ce terme élimine cette ambiguïté et réduit toute polysémie et oriente clairement la compréhension du spectateur.

g. La salle de conférence/espace de réunion : figure n° 13



Figure 13 : Espace de réunion

❖ Présentation et description

L'image représente une prise de vue frontale. Sa composition est axiale et l'éclairage est artificiel. Nous observons des couleurs froides comme le blanc, le violet, le noir et des couleurs chaudes comme le rouge, le vert et le beige.

L'analyse se poursuit avec les signes ornementaux et linguistiques. D'abord, les signes ornementaux. Deux rangées de tables disposées en « U », recouvertes de nappes blanches avec des nappes rouges en diagonal au centre. Des chaises bleues alignées autour des tables. Il y a deux tables centrales avec une nappe rouge et une décoration florale probablement artificielle, un drapeau de l'Algérie, il y a un projecteur suspendu au plafond ainsi qu'un écran blanc. Il y a un tableau blanc à roulettes visible à gauche, des rideaux beige clair devant la fenêtre et trois cadres décoratives.

Au fond de la salle, nous voyons un kakémono²⁵ en rouge porté le logo de l'hôtel. Ensuite, les signes linguistiques sont : "Raya" et "Hôtel Raya". L'image ne permet pas une analyse proxémique ni Kinésique en raison de l'absence d'un être humain.

❖ Interprétation

L'angle frontal crée un effet d'équilibre et de stabilité et la composition axiale crée un effet de symétrie parfaite. La lumière artificielle a pour effet d'avoir un éclairage constant, uniforme et contrôlé.

Dans cette salle de conférence, les couleurs chaudes et froides ont été choisies de manière complémentaire pour créer un équilibre visuel et fonctionnel. Les couleurs froides comme le bleu, le blanc et le violet donnent une ambiance calme, sérieuse et professionnelle et ces couleurs-ci sont idéales pour la concentration, la réflexion et les échanges formels.

En contraste, les couleurs chaudes comme le rouge, le beige et le vert apportent de la chaleur et de l'énergie. Ces couleurs attirent l'œil vers la table centrale, lieu symbolique de discussion et de prise de décision. Ce mélange permet donc d'avoir un espace à la fois fonctionnel pour le travail et accueillant pour les participants.

Nous allons désormais donner du sens aux signes ornementaux et linguistiques. En premier,

²⁵ Ce mot, d'origine japonaise, désigne en français un support de communication visuelle en forme de panneau vertical suspendu, utilisé pour afficher un message, une image ou faire de la publicité.

les signes ornementaux. Les deux rangées de table disposées en « U » favorisent la communication directe entre les participants tout en mettant en valeur le centre de la salle, lieu symbolique de dialogue ou de direction. Les nappes blanches sont des signes de propreté et de neutralité. Elles sont rehaussées par des nappes rouges diagonales, qui apportent une touche de dynamisme visuel et dirigent subtilement le regard vers la table centrale. Cette dernière ornée d'une nappe rouge et de fleurs blanches sert de point focal. Elle symbolise le sérieux du sujet traité.

Le drapeau algérien renforce l'identité nationale et rappelle le cadre institutionnel ou officiel de la réunion. Les chaises bleues renforcent l'idée de calme et de concentration. Au plafond, le projecteur et l'écran blanc indiquent une salle moderne, équipée pour les présentations visuelles. Le tableau blanc à feuilles permet l'interactivité, l'explication ou la prise de notes en direct.

Les rideaux beige clair filtrent la lumière extérieure et remontent en adoucissant l'ambiance. Tandis que les trois cadres décoratifs au fond de la salle ajoutent une touche esthétique et évitent la monotonie visuelle. Le kakémono rouge portant le logo de l'hôtel sert de repère visuel et identitaire, rappelant le lieu de l'évènement et ajoutant une dimension institutionnelle et professionnelle à l'environnement.

Tous ces éléments réunis contribuent à créer une atmosphère à la fois formelle, organisée et accueillante, adaptée aux réunions importantes ou aux évènements officiels.

Ensuite, parmi les signes linguistiques visibles dans cette salle de conférence, nous remarquons un logo "Raya" inscrit sur un kakémono rouge, au fond de la pièce. Ce mot n'est pas choisi au hasard : il s'agit d'un nom symbolique qui combine les initiales de deux frères fondateurs de l'hôtel : RACHID et YAZID.

Ce signe linguistique porteur de sens formé à partir des deux prénoms, il fonctionne comme un référent. Il renvoie directement à l'identité des créateurs de l'établissement. Ce nom donne une valeur personnelle et familiale à l'hôtel tout en étant court, mémorable et facilement reconnaissable. À côté, l'expression « Hôtel Raya » également visible, s'ajoute une dimension prestigieuse et professionnelle à l'image de l'établissement.

C'est pourquoi nous avons déjà mentionné que le signe linguistique a une fonction d'ancrage ; c'est-à-dire, l'image peut avoir plusieurs significations possibles. Sans explication,

le public pourrait proposer plusieurs interprétations différentes. Par exemple, ''Raya'' pourrait évoquer un prénom féminin, un lieu ou même une marque sans lien précis avec les fondateurs. Voici un zoom sur ce logo afin de pouvoir l'examiner plus précisément :



Cette figure représente les signes linguistiques « Raya » et « Hôtel Raya », utilisé comme logo de l'hôtel et clairement donc comme déjà signalé précédemment, le signe linguistique « RAYA » constitue les deux premières syllabes des prénoms Rachid et Yazid, les deux frères et co-fondateurs de cet établissement hôtelier ce qui réduit toute interprétation et toute polysémie que pourrait contenir ce logo.

2. Bilan interprétatif des images analysées

Dans ce qui suit, et pour plus de fluidité, nous proposons deux tableaux récapitulatifs des éléments ayant jalonné et étayé notre analyse sémiologique des figures visuelles de l'hôtel Raya. Ces tableaux seront suivis d'une synthèse sous forme de points :

Figure	Espace	Éléments marquants	Ambiance visuelle	Signes analysés	Signification dominante
Fig. 01	Réception 1	Comptoir, tapis rouge, drapeaux, escaliers	Chaleureuse, lumineuse, ordonnée	Plastique / Iconique	Accueil solennel, ordre, professionnalisme
Fig. 02	Réception 2	Fauteuils, sol brillant, mur sobre	Accueillante, naturelle, conviviale	Plastique / Iconique	Bienvenue, détente, confort
Fig. 03	Réception 3	Grande table centrale, fauteuils, lampes suspendues	Elégante, intime, organisée	Plastique / Iconique	Réunion, accueil haut de gamme
Fig. 04	Restaurant 1	Tables alignées, nappes blanches, service dressé	Soignée, lumineuse, formelle	Plastique / Iconique	Gastronomie, professionnalisme, tradition
Fig. 05	Restaurant 2	Grande table ronde, coin intime, vue sur mer, baie vitrée	Chaleureuse, feutrée, intime	Plastique / Iconique	Intimité, expérience culinaire personnalisée
Fig. 06	Restaurant 3	Table en bois, vue sur mer, objets décor simple, lumière naturelle	Authentique, rustique, conviviale	Plastique / Iconique	Convivialité, tradition, chaleur humaine
Fig. 07	Chambre 1	Lit à baldaquin, rideaux, couleurs sobres	Raffinée, romantique, reposante	Plastique / Iconique	Luxe discret, intimité, confort
Fig. 08	Chambre 2	Lit double, meuble ancien, tableau au mur	Classique, confortable, chaleureuse	Plastique / Iconique	Hôtellerie traditionnelle, calme, authenticité
Fig. 09	Salle des fetes 1	Escaliers, sol brillant, décoration florale	Majestueuse, solennelle, spacieuse	Plastique / Iconique	Cérémonie, grandeur, réception prestigieuse
Fig. 10	Salle des fetes 2	Tables décorées, lustres, rideaux	Luxueuse, festive, lumineuse	Plastique / Iconique	Célébration, élégance, tradition
Fig. 11	Piscine	Bassin bleu, barrière métallique	Fraiche, détendue, estivale	Plastique / Iconique	Loisirs, vacances, détente
Fig. 12	Terrasse panoramique	Vue sur mer, tables, plantes	Aérée, lumineuse, naturelle	Plastique / Iconique / linguistique	Ouverture, liberté, plaisir des sens
Fig. 13	Salle de conférence	Table, chaises, écran, panneau avec inscriptions	Sérieuse, fonctionnelle, sobre	Plastique / Iconique / linguistique	Communication, savoir, organisation

Tableau 04 : Synthèses des résultats de l'analyse sémiologique

Images concernées	Éléments récurrents (signe plastique)	Éléments iconiques dominants	Ambiance / effet produit	Signification / interprétation
1, 13	Lignes droites, symétrie, tons froids	Comptoir, mobilier symétrique, inscriptions	Professionnalisme / ordre	Organisation, accueil formel, cadre professionnel structuré
2, 4, 5, 6	Bois, lumière naturelle, couleurs chaudes	Fauteuils, tables rapprochées ou rondes	Chaleur / convivialité	Atmosphère chaleureuse et accueillante, favorisant les échanges et la tradition
3, 7	Lumière tamisée, ambiance feutrée	Grande table isolée, lit à baldaquin	Intimité / romantisme	Espace raffiné, discret, propice à l'intimité et au confort
8, 9, 10, 11, 12	Couleurs douces, vue dégagée	Chambre confortable, décor floral piscine, terrasse	Evasion / calme / détente	Espaces de repos, de plaisir des sens et de célébration dans un cadre apaisant

Tableau 05 : récapitulatif d'analyse sémiologique des images

À l'issue de cette analyse, nous pouvons récapituler sans difficulté que :

- L'hôtel est divisé en plusieurs espaces bien définis, chacun conçu pour offrir une expérience particulière (accueil, détente, travail, repas, repos...) ;

- Les images et formes (signes iconiques et plastiques) dominant dans l'aménagement : les couleurs sont douces, les matériaux sont brillants, il y a une lumière naturelle... tout est pensé pour créer une ambiance agréable ;
- Dans certains endroits, comme la salle de conférence, nous trouvons des mots écrits (panneaux, inscriptions) qui guident le visiteur : c'est là qu'intervient le signe linguistique verbal et la fonction exclusivement d'ancrage de ces signes retrouvés dans les figures 12 et 13 ;
- Beaucoup de lieux mettent en valeur la vue sur la mer (restaurants, terrasse, chambres) : la nature devient un élément central, qui apporte du calme, du prestige et de l'évasion.
- Chaque espace a sa propre ambiance :
 - ✓ La réception est sobre et professionnelle.
 - ✓ Les restaurants sont chaleureux, parfois intimes, parfois ouverts.
 - ✓ Les chambres sont décorées avec soin : style classique ou romantique.
 - ✓ La piscine est simple, claire, avec une barrière métallique qui donne une sensation d'ordre et de sécurité.
 - ✓ La terrasse invite à la détente avec sa vue dégagée.

Conclusion

Dans ce dernier chapitre consacré à l'analyse des treize photographies de l'hôtel Raya à Bejaïa, nous avons tenté de mettre en pratique les concepts théoriques développés dans le premier chapitre. À travers la méthode d'analyse essentiellement développée par le Groupe μ , nous avons exploré les différentes dimensions sémiotiques plastiques, iconiques et linguistiques afin de déchiffrer les sens profonds et parfois implicites véhiculés par ces images.

Cette démarche nous a permis de passer de la théorie à la pratique en confrontant les outils d'analyse à un corpus visuel réel, révélant ainsi la richesse symbolique et communicationnelle que peut contenir une image en apparence simple.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Notre travail arrive maintenant à sa fin. Ce que nous avons fait ici reste un petit début, une première approche dans un domaine très large : la sémiologie. Ce sujet est vaste, plein d'aspects à découvrir et à comprendre. Grâce à cette étude, nous avons ouvert une porte vers un univers riche, qui propose plusieurs façons de voir et d'analyser les choses.

Nous avons opté pour une étude sémiologique des images de l'hôtel Raya à Tichy afin d'étudier comment, à travers ces photos, le lieu peut transmettre des messages, des sensations et de valeur aux visiteurs. Cette méthode nous a permis d'explorer le langage visuel de l'hôtel, c'est-à-dire la manière dont les formes, les couleurs et l'organisation des espaces communiquent avec les visiteurs. À travers cette analyse, nous avons pu découvrir une autre manière de percevoir l'hôtel, bien différente d'une simple visite ou d'une description classique.

Avant de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses, rappelons que notre étude, intitulée « *Les signes de l'image à l'hôtel Raya de Tichy : une étude sémiologique* », s'est construite autour d'une problématique centrale : *Quels sont les principaux signes sémiologiques (linguistiques, iconiques et plastiques) employés par l'hôtel Raya pour exprimer son identité esthétique et une signification symbolique à travers ses images ?*

Pour y répondre, nous avons structuré notre analyse à l'aide d'outils issus des travaux du Groupe μ , de Martine Joly et de Roland Barthes, ce qui nous a permis de mieux observer la manière dont les signes visuel s'organisent dans ces photographies. Ainsi, deux questions secondaires ont accompagné cette réflexion et nous ont permis d'apporter des réponses concrètes aux différentes questions posées au départ. L'analyse permet alors de valider nos hypothèses émise au préalable, car les résultats confirment que les éléments visuels étudiés transmettent effectivement des messages construits et porteurs de sens.

Au premier abord, cette analyse nous a permis de mieux comprendre comment un lieu comme un hôtel peut communiquer à travers les images, sans forcément utiliser des mots. Nous avons remarqué que l'organisation de l'espace, le choix des couleurs, la lumière, les objets et les formes jouent un rôle essentiel pour créer une ambiance et transmettre un message. L'image devient alors un langage visuel à part entière, capable de faire ressentir des émotions, d'attirer l'attention, de guider le regard et même de structurer l'expérience vécue dans un lieu. Ce travail a montré que chaque détail visuel compte et participe à une intention globale, que ce soit pour accueillir, apaiser, impressionner ou faire rêver. L'ensemble des signes présents dans les photos forme une sorte de discours silencieux, qui influence la perception du visiteur. Cette étude

confirme donc que la sémiologie visuelle est un outil précieux pour analyser les messages transmis par les photographies, et qu'elle peut nous aider à mieux comprendre la manière dont les images sont construites et interprétées. Même si ce travail ne représente qu'une première approche, il ouvre la voie à de nombreuses réflexions sur la façon dont les images parlent, orientent et façonnent notre manière de voir et de ressentir le monde visuel.

Ensuite, nous avons aussi compris que la façon dont les photos sont prises a une grande influence sur ce que nous ressentons en les regardant. L'angle choisi, le cadrage, et même la place des objets dans l'image ne sont pas laissés au hasard. Ces choix visuels permettent de mettre en valeur certains éléments et de guider le regard du spectateur vers ce que l'on veut lui faire remarquer. Cela peut créer différentes ambiances et provoquer des impressions bien précises, comme une sensation de calme, une atmosphère élégante ou un sentiment d'ordre et d'équilibre. C'est une preuve de plus que l'image, au-delà de ce qu'elle montre, peut faire ressentir beaucoup de choses grâce à sa composition.

Enfin, nous avons également observé que les couleurs ont un rôle très important dans les images. Leur choix et la manière dont elles sont placées ensemble permettent de créer des ambiances différentes selon les endroits. Quand certaines couleurs sont douces et chaleureuses, elles peuvent faire sentir le confort, la tranquillité ou une certaine proximité. D'autres, plus froides ou plus sobres, donnent une impression d'élégance, de calme ou même de distance. Les contrastes entre ces types de couleurs aident à faire passer des émotions, à rendre l'espace plus vivant ou plus reposant. Cela montre que les couleurs, tout comme les formes ou la lumière, participent à faire ressentir quelque chose au spectateur, sans qu'il ait besoin de lire ou d'entendre quoi que ce soit.

Cette réflexion nous a permis de dévoiler la richesse symbolique contenue dans les images de l'hôtel Raya ainsi que leur rôle dans la construction d'une identité visuelle ancrée en Algérie spécifiquement en Kabylie. Pour prolonger cette réflexion, il serait intéressant de comparer les résultats obtenus ici à d'autres établissements hôteliers ou d'étudier la perception des visiteurs. La réflexion pourrait même se poursuivre en questionnant la communication numérique, plus spécifiquement celle des réseaux sociaux où l'image est un vrai outil de promotion afin de voir comment est-ce que les codes esthétiques rencontrés dans notre corpus sont réinvestis dans les réseaux sociaux.

Pour conclure, nous espérons que cette recherche a permis de mieux comprendre comment les images peuvent transmettre des messages grâce à l'organisation des éléments visuels et à la présence de signes linguistiques. Par l'intermédiaire de l'étude des différents espaces de l'hôtel, nous avons tenté de montrer que chaque détail, qu'il soit visuel ou verbal, participe à la construction du sens. Nous souhaitons que ce travail puisse servir de base ou de point de départ à d'autres étudiants en sciences du langage qui s'intéressent à ce champ vaste et passionnant.

RÉFÉRENCES
BIBLIOGRAPHIQUES

Ouvrage :

1. Buysens, É. (1970). *La communication et l'articulation linguistique*. Cité par Mounin, G. *Introduction à la sémiologie*. Minuit.
2. Debret, J. (2020). *Les normes APA française*. Guide officiel de Scribbr basé sur la septième édition (2019) des normes APA.
3. Joly, M. (2002). *L'image et les signes*. Nathan/ VUEF.
4. Joly, M. (2009). *Introduction à l'analyse de l'image*. Armand Colin.
5. Klinkenberg, J.-M. (1996). *Précis de sémiotique générale*. De Boeck Université.
6. Peirce, C.-S. (1978). *Écrit sur le signe*. Seuil. Cité par Fontanille, J. (1998). *Sémantique du discours*. Pulim.
7. Pougeoise, M. (1996). *Dictionnaire didactique de la langue française*. Armand Colin.
8. Rastier, F. (1990). *Sémiotique*. Encyclopédie philosophique universelle, PUF.
9. Saussure, F. (1964). *Cours de linguistique générale*. Payot.
10. Saussure, F. (1995). *Cours de linguistique générale*. Payot.

Articles en ligne :

1. Gille, Q. (2019). *Grille d'analyse d'un message visuel*. ESA Saint-Luc- SHS/ Sémiologie. Consulté le 16 mai 2025 sur <https://quentingille.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/10/gille-analyse-secc81miologie.pdf>
2. Granjon, É. (2016). *Le signe visuel chez le Groupe μ* . Signo. Consulté le 16 mai 2025 sur signosemio.com/groupe-mu/signe-visuel.pdf
3. Guilbaut, C. (S. d.). *Définition de la sémiologie*. Introduction à la linguistique I. Consulté le 07 décembre 2024 sur <https://www.sfu.ca/fren270/semiologie/index.html>
4. Guilbaut, C. (S. d.). *Signe linguistique*. Introduction à la linguistique I. Consulté le 04 mars 2025 sur <https://www.sfu.ca/fren270/semiologie/index.html>
5. Pottier, B. (1988). *Arbitraire du signe et nom propre*. Persee. Consulté le 05 mars 2025 sur https://www.persee.fr/doc/cehm_0180-9997_1988_sup_7_1_2173

Mémoire :

1. Merkadji, S. (2019/2019). *Une étude sémiotique comparative des affiches publicitaires des opérateurs de la téléphonie mobile en Algérie : Mobilis, Djezzy, Ooredoo*. [Mémoire de Master, Université Mohamed Khider de Biskra]. Consulté le 08 mars 2025 sur http://archives.univbiskra.dz/bitstream/123456789/15089/1/MERKADJI_SAIDA.pdf

Page internet :

1. *Hôtel Raya*. Consulté le 10 octobre 2024 sur <https://www.hotelraya-dz.com/>
2. *Les différents types de papier pour l'impression*. Consulté le 15 mai 2025 sur <https://www.easycom.fr/blog/les-principaux-types-de-papier/>
3. *La signification des couleurs*. (2019). Consulté le 12 mars 2025 sur <https://homework.family/la-signification-des-couleurs/>

Cours:

1. Seghir, A. (2020/2021). *Cours de sémiologie visuelle*. Sciences du Langage & Linguistique et Langues appliquées (LLA), Université A. MIRA-Bejaia.

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements	
Dédicace	
Sommaire	
Introduction générale	8
1. Présentation du sujet	8
2. Problématique	
4. Hypothèses.....	9
5. Méthodologie et corpus	10
Chapitre 01 : Approche sémiologie et démarche méthodologique	
Introduction.....	13
1. Historique de la sémiologie	13
1.1 Sémiologie/ Sémiotique	14
1.1.1. Sémiologie	15
1.1.2. La sémiotique.....	16
2. Le signe en sémiologie	18
2.1. Le signe	18
2.1.1. Le signe selon Saussure	18
2.1.2. Le signe selon C.S. Peirce.....	19
3. La sémiologie de l'image	20
3.1. Le groupe μ et l'image	22
3.2. Les types de signes dans un message visuel	23
3.2.1. Le signe linguistique.....	23
3.2.2. Le signe iconique	24
3.2.3. Le signe plastique	24
4. La grille d'analyse sémiologique.....	25
4.1. Description et analyse du message.....	26
4.1.2. Signe plastique	27
4.1.2.1. Le support	27

4.1.2.2.	La ligne (droite, brisée, courbe).....	28
4.1.2.3.	Le cadre	29
4.1.2.4.	L'angle de prise de vue (cadrage)	29
4.1.2.5.	La composition	29
4.1.2.6.	La lumière (luminosité, contraste, éclairage)	30
4.1.2.7.	Couleurs.....	32
4.1.3.	Signe iconique.....	33
4.1.4.	Signe linguistique.....	34
5.	Cadre méthodologique et présentation du corpus.....	35
5.1.	Cadre méthodologique de l'analyse sémiologique.....	35
5.2.	Présentation et description du corpus.....	36
	Conclusion	37

Chapitre 02 : L'hôtel Raya à travers ses images : analyse sémiologique

Introduction.....	39
1. Analyse des images de l'hôtel	39
2. Bilan interprétatif des images analysées.....	72
Conclusion	75
Conclusion générale.....	77
Références bibliographiques.....	81
Table des matières.....	83
Annexes.....	86
Liste des illustrations	94
Résumé	

ANNEXES



Figure 01 : Comptoir d'accueil de l'hôtel



Figure 02 : Le hall d'accueil



Figure 03 : Un espace de détente



Figure 04 : Salle à manger



Figure 05 : Un coin spécial

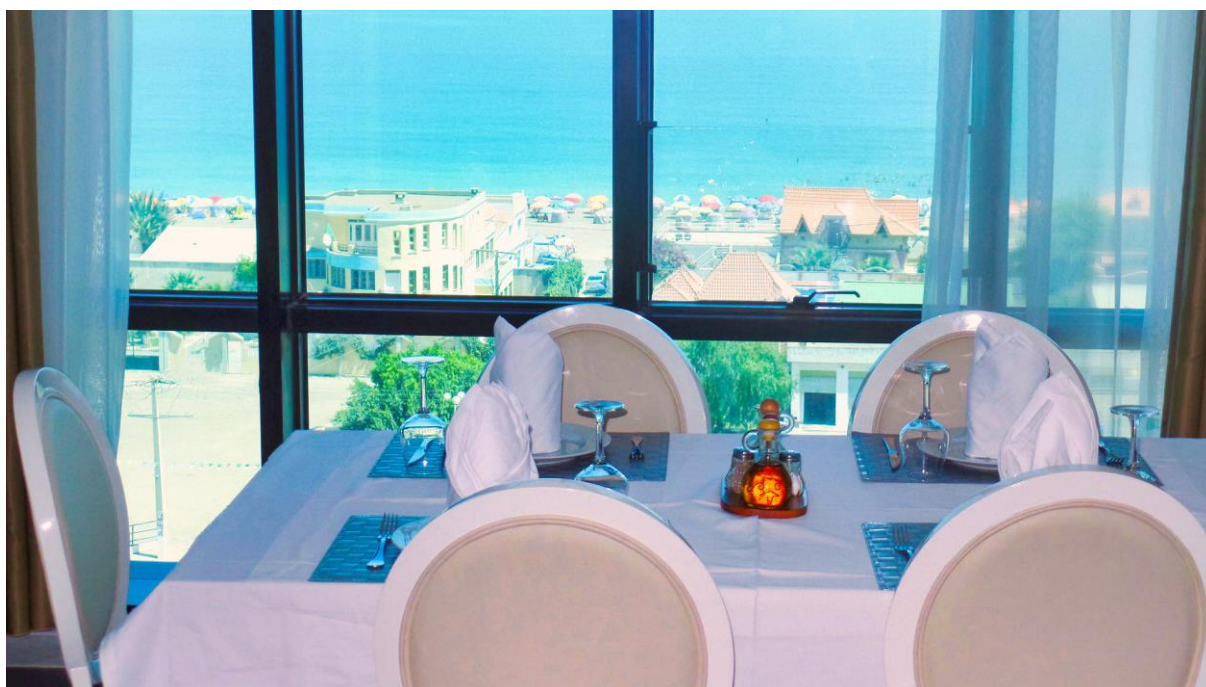


Figure 06 : Table à manger



Figure 07 : Chambre à baldaquin



Figure 08 : Chambre de style classique



Figure 09 : Hall d'entrée



Figure 10 : Espace de réception



Figure 11 : Bassin principal



Figure 12 : Terrasse panoramique



Figure 13 : Espace de réunion



Le Kakémono de la figure 13

LISTE DES ILLUSTRATIONS

Liste des Schémas

Schéma 01 : Représentation binaire du signe chez Saussure.....	19
Schéma 02 : Représentation triadique du signe chez Peirce.....	20

Liste des figures

Figure 01 : Comptoir d'accueil de l'hôtel.....	40
Figure 02 : Le hall d'accueil	43
Figure 03 : Un espace de détente	46
Figure 04 : Salle à manger	49
Figure 05 : Un coin spécial	51
Figure 06 : Table à manger	54
Figure 07 : Chambre à baldaquin.....	56
Figure 08 : Chambre de style classique	59
Figure 09 : Hall d'entrée	61
Figure 10 : Espace de réception.....	63
Figure 11 : Bassin principal	65
Figure 12 : Terrasse panoramique.....	67
Figure 13 : Espace de réunion.....	69

Liste des tableaux

Tableau 01 : Les types de papiers.	27
Tableau 02 : les significations de couleurs positives et négatives.	33
Tableau 03 : description du corpus	36
Tableau 04 : Synthèses des résultats de l'analyse sémiologique	73
Tableau 05 : récapitulatif d'analyse sémiologique des images.....	74

Résumé

Ce mémoire de master s'inscrit dans le champ des sciences du langage, plus précisément dans la sémiologie de l'image et propose une étude qui se veut minutieuse des signes visuels présents dans les photographies de l'hôtel Raya à Tichy. Notre objectif principal est de comprendre comment les éléments visuels (formes, couleurs, objets décoratifs ...) participent à la construction d'une identité propre à l'établissement que nous avons ciblé. Pour ce faire, nous avons mobilisé un cadre théorique solide, inspiré notamment des travaux du Groupe μ , Martine Joly et Roland Barthes ainsi que d'une grille d'analyse croisant les trois types de signes (linguistique, plastique et iconique).

Notre analyse dévoile que les choix esthétiques de l'hôtel (lumière, couleurs, cadrage...) contribuent à construire une identité visuelle forte dans la mesure où chaque espace est porteur d'un message implicite et met en place une ambiance spécifique (confort, élégance, intimité, luxe, etc.) à destination du public cible. Par ailleurs, notre mémoire souligne aussi que l'image n'est pas qu'un simple support de décoration, mais un outil de communication non négligeable porteur de sens, essentiel dans la promotion d'un établissement hôtelier par exemple.

Mots clés : Sémiologie, image, signe, couleurs, hôtel Raya, identité visuelle, symbolisme.

Abstract

This master's thesis falls within the field of language sciences, more specifically in the semiotics of the image, and offers a thorough study of the visual signs present in the photographs of Hotel Raya in Tichy. Our main objective is to understand how visual elements (shapes, colors, decorative objects, etc.) contribute to the construction of a unique identity for the establishment we have chosen. To do this, we relied on a solid theoretical framework, notably inspired by the works of the Groupe μ , Martine Joly, and Roland Barthes, as well as an analytical grid combining the three types of signs (linguistic, plastic, and iconic).

Our analysis reveals that the hotel's aesthetic choices (lighting, colors, framing, etc.) help build a strong visual identity, insofar as each space conveys an implicit message and establishes a specific atmosphere (comfort, elegance, intimacy, luxury, etc.) aimed at the target audience. Furthermore, our thesis also highlights that the image is not merely a decorative support but a significant communication tool, full of meaning, and essential in the promotion of a hotel establishment, for instance.

Keywords: Semiotics, image, sign, colors, Hotel Raya, visual identity, symbolism.

المخلص

يندرج هذا البحث لنيل شهادة الماستر ضمن مجال علوم اللغة، وتحديداً في سيميولوجيا الصورة، ويقترح دراسة دقيقة للعلامات البصرية الموجودة في صور فندق رايا الواقع في تيشي. هدفنا الرئيسي هو فهم كيف تسهم العناصر البصرية (الأشكال، الألوان، العناصر الزخرفية...) في بناء هوية خاصة بالمؤسسة التي قمنا باختيارها. ولتحقيق ذلك، اعتمدنا على إطار نظري متين، مستلهم بشكل خاص من أعمال مجموعة مو (μ Groupe)، ومارتين جولي، ورولان بارت، بالإضافة إلى شبكة تحليل تجمع بين الأنواع الثلاثة للعلامات (اللغوية، التشكيلية، والأيقونية).

تكشف تحليلاتنا أن الخيارات الجمالية للفندق (الإضاءة، الألوان، التكوين...) تسهم في بناء هوية بصرية قوية، حيث إن كل فضاء يحمل رسالة ضمنية ويُشكّل جوّاً خاصاً (الراحة، الأناقة، الحميمية، الفخامة، إلخ) موجّهاً للجمهور المستهدف. كما يبرز هذا البحث أن الصورة ليست مجرد عنصر زخرفي، بل هي أداة تواصل مهمة تحمل دلالات، وتُعدّ أساسية في الترويج لمؤسسة فندقية، على سبيل المثال.

الكلمات المفتاحية: السيميولوجيا، الصورة، العلامة، الألوان، فندق رايا، الهوية البصرية، الرمزية.