



Pour une analyse sémiotique de la culture à travers le logo des universités algériennes

For a semiotic analysis of culture through the logo of Algerian universities

Dre. Samia Ilhem NOUADRI *

Centre universitaire de Barika (Algérie)

samialhemnouadri@cu-barika.dz

Dre. Nassima BELAZREG

Université de Biskra (Algérie)

n.belazreg@univ-biskra.dz

Résumé:

Dans cette étude, nous nous intéressons aux logos des universités algériennes parce que nous estimons qu'ils sont un moyen de communication pertinent à l'ère de la mondialisation et des nouvelles technologies. À travers cette contribution, nous voulons d'abord définir le terme "logo" et aborder les principes de sa conception. Ensuite, nous tenterons de réaliser un panorama des travaux en sémiotique. Car, nous considérons que le logo est un moyen de communication porteur de signification. Puis, nous présenterons notre corpus constitué de quelques logos des universités algériennes et nous parlerons de la participation des autres signes historiques et culturels dans la transmission du message.

Informations sur l'article

Received

02/11/2021

Accepted

01/06/2022

Mots-clés:

- ✓ Universités
- ✓ Logos
- ✓ Sémiotique, signes
- ✓ Communication

Abstract :

In this study, we are interested in the logos of Algerian universities because we believe that they are a relevant means of communication in the era of globalization and new technologies. Through this contribution, we first want to define the term "logo" and address the principles of its design. Then, we will try to carry out an overview of the work in semiotics. Because, we consider that the logo is a means of communication carrying meaning. Then, we will present our corpus made up of some logos of Algerian universities and we will talk about the participation of other historical and cultural signs in the transmission of the message.

Article info

Reçu

02/11/2021

Acceptation

01/06/2022

Keywords:

- ✓ Universities
- ✓ Logos
- ✓ Semiotics, Signs
- ✓ Communication

* Auteur expéditeur : Samia Ilhem NOUADRI

Introduction

Dans cette recherche, nous allons nous baser sur un corpus qui se compose de logos des universités algériennes. Le choix du corpus est représentatif parce que nous considérons que la communication interculturelle à l'ère de la mondialisation prend en compte les aspects culturels pour attirer l'attention de l'énonciataire. Le logos des universités en général renferment l'intention d'attirer l'attention des autres acteurs internationaux par le moyen du logos qui est un signe renfermant un signifié culturel comme référent d'une instance scientifique. Il y a donc dans le logos un aspect culturel qu'on veut transmettre et un aspect pragmatique, visant l'énonciataire (l'internaute scientifique). D'où la problématique suivante : Les logos des universités, qu'elles soient algériennes ou étrangères, ne véhiculent-ils pas une identité culturelle de l'institution ? Comment se manifeste l'énonciation à travers les logos des universités algériennes ?

Dans cette étude, nous nous intéressons aux logos des universités algériennes parce que nous estimons qu'ils sont un moyen de communication pertinent à l'ère de la mondialisation et des nouvelles technologies. A travers cette contribution, nous voulons d'abord définir le terme "logo" et aborder les principes de sa conception. Ensuite, nous tenterons de réaliser un panorama des travaux en sémiotique. Car, nous considérons que le logo est un moyen de communication porteur de signification. Puis, nous présenterons notre corpus constitué de quelques logos des universités algériennes et nous parlerons de la participation des autres signes historiques et culturels dans la transmission du message. Dans cette étude, nous nous intéressons aux logos des universités algériennes parce que nous estimons qu'ils sont un moyen de communication pertinent à l'ère de la mondialisation et des nouvelles technologies. A travers cette contribution, nous voulons d'abord définir le terme "logo" et aborder les principes de sa conception. Ensuite, nous tenterons de réaliser un panorama des travaux en sémiotique. Car, nous considérons que le logo est un moyen de communication porteur de signification. Puis, nous présenterons notre corpus constitué de quelques logos des universités algériennes et nous parlerons de la participation des autres signes historiques et culturels dans la transmission du message. Dans ce travail, nous allons nous focaliser sur les travaux de C.S. Peirce et également les travaux de Per Age Brandt (2018) qui souligne que la sémiotique est une manière de pratiquer les sciences de l'homme et elle est aussi "l'étude des manifestations du sens" dans la communication mais surtout le sens exprimé sous de multiples formes de "l'expression de la culture". Cette dernière est liée d'emblée à l'être humain du moment que les êtres humains partagent des idées et des émotions, ils partagent donc du "sens" ou "des formes d'interprétation de la vie" et des "actions » (Per Age Brandt : 2018). Nous nous inspirons des travaux de Per Age Brandt qui soutient que : « *tout signe est déictique. [...] Tout signe contient une composante énonciative qui véhicule un proto-signe.* » (Per Age Brandt, 2018).

1. Le "logo" : un moyen de communication

Le terme " logo " est défini selon la façon suivante :

Logo est un acronyme pour logotype. Il correspond à la représentation symbolique et officielle d'une marque et d'une entreprise et fait partie de son identité visuelle. Le logo est utilisé pour identifier la marque et la distinguer de ses concurrents. Il porte également des valeurs et le secteur d'activité de l'entreprise qu'il représente et rapproche les consommateurs. Bien qu'il ne soit pas obligatoire, le logo est un outil de communication essentiel. [...] le logo doit être facile à lire et à connaître. Le graphique évolue au fil du temps, afin de suivre les progrès de la marque et de s'adapter au marché. (Site du journal le net).

Il existe sept types de logo : les Monogrammes ; les Mots-symboles (ou logotypes) Semblables aux lettres simples, les styles booléens sont basés uniquement sur le nom de l'entreprise ; Symboles et graphiques Symboles et pictogrammes : Un pictogramme est essentiellement une image ; Logos abstraits ; les Mascottes : Combinaison de plusieurs éléments ; les Emblèmes. Les premiers ne

doivent contenir que les initiales du créateur de l'entreprise tels que : IBM, NASA, etc. Les concepteurs misent sur la simplicité pour accrocher les récepteurs.

Les deuxièmes, les logotypes sont aussi basés sur le nom de l'entreprise. Bien sûr, il doit être allié à une typographie audacieuse avec une police remarquable.

Le pictogramme est plutôt une image Le logo de la marque "apple" est une image l'oiseau de "Twitter". D'ailleurs Hilda Morones soutient que :

Ces entreprises ont tellement bien progressé sur le marché que leurs slogans sont devenus créatifs et immédiatement reconnaissables. Au final, la marque n'a d'égal que sa propre image. C'est pourquoi ce type de logo n'est pas le plus facile à réaliser pour les entreprises qui débutent sur le marché. [...] L'élément le plus important à considérer si vous choisissez un logo avec un diagramme, il n'est pas surprenant que l'image que vous choisissez. Cette photo sera liée à votre entreprise pour toujours. (Hilda, Morones, 2016).

L'entreprise de la boisson gazeuse "pepsi" ainsi qu'"adidas" a opté pour un logo abstrait. Hilda Morones dit à ce propos :

L'avantage de créer un logo abstrait est que vous avez la possibilité d'exprimer symboliquement ce que votre entreprise propose en tant que services ou produits, sans prendre en compte les reliques culturelles associées à une image particulière. Vous pouvez ajouter du sens et susciter des émotions à travers les couleurs et les formes que vous choisissez. La destination de Nike, par exemple, augmente Mouvement et liberté. (Ibid.).

Le logo de la mascotte est un logo qui contient un personnage montré dans l'image de dessin animé. "L'amulette est en quelque sorte un ambassadeur de la marque qu'elle symbolise.

L'emblème est le dernier type d'emblème, représenté par l'emblème, le sceau et les armoiries. Ceci est choisi par les écoles et les institutions gouvernementales. "Ces logos ont généralement un aspect traditionnel, ce qui leur donne un caractère très spécial."

Exemple : l'emblème de l'Algérie

L'emblème de l'Algérie est *République algérienne démocratique et populaire* adopté en 1976. Il est représenté par une forme circulaire qui englobe plusieurs symboles :

- En haut, le soleil se levant sur une montagne, -au centre, une main d'orfèvrerie symétrique autour du majeur, les trois doigts centraux unis, les deux doigts des extrémités terminés en bec de colombe portant un rameau d'olivier,
- En bas, le croissant et l'étoile ;
- A droite, l'urne électorale surmontée de trois épis différenciés et de feuilles de chêne ;
- A gauche, une branche d'olivier avec fruits, superposée d'une palme et surmontée de toits et de cheminées d'usine et de derricks de forage pétroliers ;

Alors, nous avons évoqué ci-dessus le logo des établissements étatiques qui se caractérisent par le recours à l'emblème et au sceau. Qu'est-ce que le sceau :

Le sceau de la république algérienne démocratique et populaire est :

- Les épis de blé représentent la révolution agricole et l'agriculture à travers laquelle l'Algérie devait assurer l'autosuffisance alimentaire ;

- Au milieu se trouve une fatima ou cinquième main : une main de forme symétrique dorée autour du majeur, les trois doigts centraux unifiés et les doigts aux deux extrémités se terminent par un bec de colombe portant un rameau d'olivier ;
- Les montagnes représentent le Masque des Aurès et autres tribus et symboles géographiques de la résistance armée contre la France pendant la guerre d'Indépendance ;
- Le soleil représente les nouveaux jours qui attendaient les Algériens au lendemain de l'indépendance ;

Le terme "Université" est le symbole de la science, de la connaissance et de la recherche scientifique. C'est elle qui forme les cadres de l'Etat ou l'intelligentsia du pays. Elle est le lieu de la Nomenclatura. Et c'est elle qui octroie les diplômes.

Elle est un lieu sacré de l'apprentissage de la vie scientifique et en même temps un lieu de préparation des jeunes à affronter la vie professionnelle. Elle jouit d'une place privilégiée au sein de la société car elle symbolise le progrès humain.

C'est pourquoi, l'université doit en plus de l'en-tête où apparaît le sceau de l'Etat algérien, elle doit posséder son propre logo qui doit apparaître sur les documents officiels et les diplômes. Il est obligatoirement utilisé par le personnel enseignant et non enseignant de l'université. Les couleurs et les formes s'inspirent de l'histoire et de la culture locale du pays ou de la ville où se trouve l'université.

Le nom de l'université en Algérie porte souvent par le nom d'un chahid (Martyr) à l'aide d'une typographie spécifique. Les couleurs du logo de l'université algérienne sont généralement des couleurs du drapeau national, le blanc, le vert et le rouge.

En effet, l'origine du drapeau algérien se trouve dans le premier exemplaire accordé au mouvement national fondé par Masali Al-Hajj. ... le drapeau algérien blanc représente la pureté tandis que l'étoile verte, le croissant de lune et l'étoile à cinq branches sont des éléments représentatifs de l'Islam.

D'après ce que nous venons de faire, une brève présentation du "Logo" en tant que moyen de communication qui renferme un message linguistique (ici le nom d'un chahid accompagné du nom de la ville) et d'un message iconique. De ceci, il en découle que le "logo" est un signe.

Doit contenir les principaux éléments de la problématique, ses branches, l'importance du sujet.

1.1. L'emblème de l'université : Ancrage théorique et positionnement

D'après la présentation du logo, nous déduisons que le logo universitaire s'aligne plutôt de l'emblème parce qu'il combine un message linguistique qui est ici le nom de l'université et une image qui comprend et véhicule des valeurs. L'ensemble du logo devient un "objet significatif" et c'est la sémiotique qui s'attèle à expliquer les "significations produites par l'homme dans un contexte donné.

Comme l'ont bien montré les travaux du linguiste F. De Saussure et L. Hjelmslev, le signe unit un "signifiant" et un "signifié".

Plus tard, L. Hjelmslev introduit les deux plans correspondant au "signe" : le plan du contenu et le plan de l'expression qui sont eux aussi indissociables et inséparables. En plus, l'analyse d'un plan de l'expression influe sur l'analyse de l'autre et vice versa. C'est-à-dire que tous les signes agissent les uns sur les autres et vivent dans une interaction globale afin de produire un seul sens.

En somme, la sémiotique est la science qui s'attèle par son analyse à expliquer la manière avec laquelle se manifeste la "signification" comme l'affirme Kehret-Ward, 1988 ; Arès et al., 2011 :

« *La théorie qui décrit les signes et étudie les mécanismes par lesquels un système de signes produit du sens.* » (Franck Celhay, 2014)

Il en va de soi que le "logo" renferme des signifiants visuels mobilisés exprès par les concepteurs pour communiquer et interagir auprès de publics cibles tels que : les couleurs, les formes et la typographie. En fait, le "le logo" de par son statut, il occupe une place d'autorité même dans l'administration parce qu'il s'impose comme une instance énonciative dictant les règles du secteur en question. En effet, la sémiotique par ses analyses tente d'expliquer comment l'être humain mobilise les signes qu'ils soient psychologiques, historiques et culturels pour construire du sens. Cette science, on pourrait même l'envisager comme étant une science qui se penche à décortiquer le phénomène culturel à travers les signes convoqués. D'ailleurs, c'est pour cela que E. Benveniste et A.J. Greimas envisagent la culture comme médiation entre l'homme et la réalité. En somme, pour les deux linguistes, la "culture" est : « [...] *souvent un ensemble de pratiques sociales signifiantes* » (F.Celhay, 2014 :5). Autrement dit, la sémiotique est la science qui permet de comprendre « *le sens et la signification chez l'homme tel que la signification de la culture* ». D'ailleurs, A.J. Greimas le précise que le monde humain se caractérise par les "significations" produites par l'être humain. De plus, C.Lévi-Strauss (1988 :121-229) dans sa théorie sur l'anthropologie culturelle souligne que la culture a un effet sémiotique et symbolique (elle veut signifier ; elle veut préciser). C'est bien elle, en effet, qui, « en sémiotisant, produit ces ensembles signifiants que nous appelons « culture » ou « discours social » pour leur donner « forme, sens et contenu.

Chez C.S. Peirce, C.P. I. 541 : D. p.117 cité par N. Everaert-Desmet (1990 : 27) le processus sémiotique est triadique qui met en relation un signe ou représentamen, un objet et un interprétant comme le signale N. Everaert-Desmet par ce passage : « *La « sémiosis », ou la production de la signification, est un processus triadique, qui met en relation un signe ou représentamen (1^{er}), un objet (2^{ème}) et un interprétant (3^{ème}).* » (N. Everaert-Desmet, 1990 : 27).

Cette discipline à la recherche de la signification, à l'aide de signe qui selon C.S. Peirce (cité par N. Everaert-Desmet (Ibid.) est généré par un contexte qui tente de produire un effet sur le récepteur, c'est-à-dire, de la sémiotique en contexte et de la sémiotique en action.

C'est ce qui fait la distinction de la sémiotique de C.S. Peirce, elle est triadique et pragmatique par rapport à la sémiotique issue du structuralisme européen et à la sémantique formelle (N. Everaert-Desmet (1990 :29).

Autrement dit, chaque phénomène perceptible par l'être humain, « un chat qui miaule », ou « un cri lointain ». D'après C.S. Peirce cité par N. Everaert-Desmet :

[...] *il convient d'exercer trois facultés : l'observation, la discrimination et la généralisation. [...] Parmi les phénomènes, Peirce distingue trois catégories, qu'il désigne à l'aide des nombres, un, deux, trois, ou 'firtness, secondness, thirdness'. (En français : priméité, secondéité, tiercéité) (Ibid. p. 32-33).*

Pour ce qui est de la première catégorie. D'après N. Everaret-Desmet (1990 :33), la priméité est un état de l'être humain qui n'a aucun rapport avec un autre état du monde. Nous empruntons l'exemple de l'auteure quand elle choisit « *la rougéité* ». En d'autres termes, la « *rougéité* » existait bien avant, elle n'est pas causée ni par la peine, ni par la fièvre ni par une brûlure. La « *rougéité* » est une potentialité liée à la vie émotionnelle. Tandis que pour la « *secondéité* », cet état est lié à un facteur. C'est un état relatif, c'est-à-dire, qui dépend de quelqu'un ou de quelque chose. C'est un état qui correspondant à la vie pratique et il est une conséquence à un état de fait (N. Everaert-Desmet (1990 :34). Puis, la « *tiercéité* » fait la médiation entre « la priméité » et la « *secondéité* ». Elle est une catégorie du général comme la « *priméité* » et elle est nécessaire et elle

est le résultat de la « prédiction ». Donc, elle correspond surtout à la vie intellectuelle N. Everaert-Desmet (1990 :35-36).

1.2. « Le logo » comme « signe »

Dans cette étude, nous considérons d'envisager « le logo » comme « signe ». Ce signe renferme plusieurs signes, ce qui signifie plusieurs interprétants. Le « logo » en tant que discours social s'adressant à la communauté locale et internationale (puisque certains logos inscrivent le nom de l'université dans deux langues : soit arabe/français, soit arabe/anglais). De cette façon, il produit du « sens » grâce à un réseau de signes exploités par le concepteur pour capter l'attention de tous les interprétants. Nous allons montrer dans un tableau ci-dessous qu'en fait le logo est un processus qui incite le letmotiv de la pensée de se déclencher parce qu'il exige des compétences culturelles.

Ajoutons Per Age Brandt (2018) qui souligne que la sémiotique est "l'étude des manifestations du sens" dans la communication mais surtout le sens exprimé sous de multiples formes de "l'expression de la culture". Cette dernière est liée d'emblée à l'être humain du moment que les êtres humains partagent des idées et des émotions, ils partagent donc du "sens" ou "des formes d'interprétation de la vie" et des "actions". Nous nous inspirons des travaux de Per Age Brandt qui soutient que : « *tout signe est déictique. [...] Tout signe contient une composante énonciative qui véhicule un proto-signe.* » (Per Age Brandt : 2018).

Dans les logos des universités algériennes, l'affichage du nom de l'université en langue arabe, ou langue française ou en langue anglaise (L'université Mohamed Khider- Biskra) est selon la théorie de Per Age Brandt est une forme énonciative ou le proto-signe qu'il définit comme :

Il contient une composante énonciative, c'est-à-dire qu'il annonce –qu'il pointe- par son expression, ou signifiant, au nom de quelque instance, vers un contenu qui fait sens dans un contexte partagé. Ce contenu peut être configuré de beaucoup de manières. La configuration du contenu est même l'un des défis majeurs de l'analyse sémiotique. (Ibid.).

Dans la « baptismation de l'université algérienne avec le nom d'un martyr de la révolution du 1^{er} Novembre 1954, le nom du Chahid relatif à la ville est un « proto-signe, c'est-à-dire comme le signale Per Aage Brandt : « ces proto-signes sont déjà des porteurs de sens ». Bien évidemment, le nom du chahid évoque que c'est un homme qui a marqué son nom dans la guerre de libération nationale et que l'histoire cite pour que les étudiants apprennent le passé glorieux des Chouhada.

Cette phrase ou l'expression : l'université Mohamed Khider Biskra est accompagnée bien évidemment de formes, de couleurs et des symboles dont l'Algérie la patrie en est fière et tous les responsables doivent montrer qu'ils sont fiers de leur histoire et de leur culture. La partie iconique est aussi un « proto-signe ». De notre côté, en nous inspirant de la théorie de Per Aage Brandt, qui dit que :

un signe est une expression déictique plus ou moins complexe et comporte donc une instance d'énonciation qui véhicule un proto-signe, qui à son tour peut être iconique, symbolique, diagrammatique ou une combinaison de ces trois types de proto-signes. (Ibid.).

2. Analyse sémiotique des logos

La première phase de notre étude a consisté à mener une étude sémiotique des logos de plusieurs universités algériennes pour ce faire, nous avons mobilisé des concepts de sémantique, et nous avons expliqué dans notre revue de la littérature en plus des concepts de sens et de contenu correspondants.

Celles-ci devraient nous permettre d'étudier le phénomène d'interaction possible entre le contenu verbal et visuel de chaque logo. Nous avons choisi de travailler sur les logos des universités suivantes : université Hadj Lakhdar de Batna, Université Hamma Lakhar d'El-Oued, Université Tahri Mohamed de Bachar, Université Kasdi Merbahde Ouargla, Université des Frères Mentouri de Constantine, université Abou Baker Balkaid de Tlemcen, Université de Ghardaia et Université Abbas Laghrour Khenchela.

2.1. La typographie

En ce qui concerne la typographie, l'utilisation de lettres minuscules devrait indiquer la présence d'une marque indiquant la proximité de la marque avec son public cible (Blanchard, 1980, 1998).

2.1.1. La forme

Le cercle signifie unité, complétude, illumination, cycle de vie et de renaissance, roue de la vie, et dans de nombreuses traditions religieuses, œil qui voit tout et sait tout.

Le cercle est le symbole le plus répandu et le plus universellement important. C'est l'une des premières formes que les humains ont dessinées. Il n'a ni commencement ni fin, ce qui en fait un symbole universel d'éternité, de perfection, de théologie et d'infini, ... Il représente les cycles du monde naturel. Un signe d'unité, cercle C'est la forme privilégiée d'égalité, comme en témoigne l'exemple de la table ronde du roi Arthur. Le cercle, qui est peut-être la forme la plus importante, est omniprésent dans la nature, tandis que le carré est une invention humaine. Le cercle représente l'union de la terre et du caractère sacré. Le cercle est un symbole que l'on retrouve dans toutes les cultures et à travers De tous âges. Il représente le soleil, sans lequel il n'y aurait pas de vie sur Terre. (Ibid.).

2.1.2. Les couleurs

Les logos du corpus se composent principalement des couleurs du drapeau national et des couleurs du soleil du pays : Le blanc, le vert, le bleu et le rouge et le jaune. Ils expriment l'identité d'une institution ouverte, humaine et algérienne dédiée à la recherche et à la diffusion des connaissances. Ces couleurs sont presque réparties équitablement, blanc, vert, rouge, il s'agit essentiellement du blanc (couleur de l'arrière-plan qui évoque la paix) qui correspond la paix. Le blanc suggère la pureté, la propreté et la perfection. Elle est considérée comme une couleur froide, qui apporte brillance et paix. C'est aussi un symbole d'innocence et de virginité. Le vert, qui représente le paradis et l'environnement. La couleur de l'espoir et du vert porte bonheur. Invite au calme et au confort. C'est un symbole de croissance, de santé, de fraîcheur et de nature. Il représente la stabilité et l'équilibre. Il peut également symboliser le bonheur, l'harmonie, la réussite, l'énergie, l'optimisme, la jeunesse, le calme, la sérénité. Pour, la couleur rouge c'est une couleur qui symbolise le sang, le feu, (sang des martyres). Cette couleur est représentative en termes de besoins : le besoin de chaleur, le besoin de survivre, et de se maintenir en vie, mais aussi le besoin de se reproduire et celui de s'activer et de travailler.

Dans l'ensemble sont des couleurs froides peu lumineuses qui rappelle le sentiment de calme, ce choix est guidé par le souci de représenter le réel et non plus la recherche de l'harmonie.

La majorité des logos utilisent comme signifiant le mot université et le nom d'Echahid, C'est l'élément central du système d'identité visuelle s'inscrit plus dans la simplicité et la modernité avec des caractères Arabe et latins. Le choix de l'écriture plutôt que du dessin répond à la volonté d'exprimer du sens mais aussi à une pratique largement partagée par les grandes universités du monde. Les mots « université », « Algérie » et « Echahid X » disent l'essentiel. Les deux sont lisibles et compris dans le monde entier. Le rôle de l'université est aussi de faire connaître l'histoire glorieuse de l'Algérie. L'émetteur est reconnu immédiatement. Le mot « université » est entièrement en majuscules comme l'écriture manuscrite (travail intellectuel mouvant) et selon un symbole typographique appliqué à un nom commun. Le mot "Algérie" en majuscules.

3. Les possibles interprétatifs

Au premier regard, les quelques logos du corpus nous ont prouvé que sa conception n'est pas dépourvue de créativité et de connaissances. Car, le logo de l'université est une "instance énonciative" qui marque par le choix du nom du "chahid" de la région et par le choix de la forme, des couleurs et des symboles ses priorités et ses visions lointaines ou ses perspectives.

L'homme en vivant en société a appris à combiner les signes afin de produire des significations, de communiquer avec l'autre, peut-être d'une autre culture. Mais, parfois ce sont les signes culturels qui permettent aux individus des autres continents de partager des émotions et des habitudes.

A titre d'exemple, les couleurs telles que le jaune et le rouge sont des couleurs chaudes qui peuvent transmettre des significations chaleureuses et amicales. Par métonymie, ces couleurs peuvent aussi se référer au sud-algérien (El-oued, Ghardaïa, Adrar, Illizi.) et surtout à l'Afrique (Cavassilas, 2007).

3.1. Université-de Ghardaïa



Contenu linguistique et iconique

La forme, couleur, symbole et repère culturel

D'abord, presque tous les logos des universités algériennes ont une forme ronde. Cette forme nous fait penser au soleil, qui est une création divine, tout comme les étoiles. La particularité de cette figure réside dans la représentation de l'harmonie et de la perfection. C'est aussi une forme qui n'a ni début ni fin. Selon les sources mentionnées dans la référence, le cercle est le principal symbole de la perfection. C'est une forme dans laquelle toutes les lignes sont centrées. Ensuite, pour la couleur nous avons remarqué qu'il y a une variété de couleurs, (blanc, vert, rouge, bleu, marron), elle représente les couleurs du drapeau national comme elles représentent Le tapis typique de la région. Il est tissé sur une trame très fine-de-style -géométrique à dominante rouge (Attachement intense à la culture et aux traditions de Mزاب) symbole de la région. Enfin, le point de repère culturel, la construction de la tour qui représente l'ancrage culturel dans les origines de Wadi Bani Mزاب. De plus, les rayons du soleil représentent le rayonnement de la culture Mزاب. La carte verte de l'Algérie est au milieu d'un grand livre ouvert, et ses pages sont encore vierges. La carte de l'Algérie représente le patriotisme.

3.2. Université Kasdi Merbah Ouargla



La forme est un cercle, les couleurs de drapeau (vert, rouge, blanc, noir.) L'université Kasdi Merbah, porte le nom de Kasdi Merbah son vrai nom Abdallah Khalef, est un militaire et homme d'État algérien. Ancien patron de la Sécurité militaire, 1980. Il était un symbole de courage et de patriotisme membre du Front de libération nationale pendant la guerre d'Algérie. Kasdi Merbah a créé un parti politique appelé "Le mouvement algérien pour la justice et la démocratie" (Majd). Après l'indépendance, Kasdi Merbah a occupé des postes de coordinateur des services de sécurité, puis de secrétaire général du ministère de la Défense nationale avant d'entrer au gouvernement en tant que vice-ministre de la Défense nationale, puis ministre de l'Industrie lourde, de l'Agriculture et enfin de la Santé. À la suite des émeutes d'octobre 1988, après la révision constitutionnelle qui a conduit à la création du cabinet du Premier ministre, le président Chadli bin Jadid l'a nommé pour la première fois premier ministre. Comme repère culturel la présence d'un livre vert ouvert. Ici, il n'y a pas de carte mais le choix de la couleur verte est fort. Donc, le vert prime avec un peu de rouge et le message linguistique en noir. Ce sont les couleurs nationales et donc, l'ancrage dans les origines.

3.3. Université Abbas Laghrour de Khenchla



La forme est un cercle, les couleurs de drapeau (vert, rouge, blanc.) L'université Abbas Laghrour porte le nom d'Echahid Abbas Laghrour. Il est né le 23 juin 1926 au Douar de N'Sigha près de la ville de Khenchela en Algérie. Participe-aux préparatifs pour la guerre de libération dans la région des Aurès. Il était un symbole de lutte et de courage. L'état et le peuple algérien, sanctifier et glorifier les martyres de l'Algérie symbole de loyauté et de fidélité sorte d'ancrage dans l'histoire révolutionnaire de l'Algérie. Comme repère culturel, le logos se repose sur un livre blanc avec deux grandes lettres en arabe (face à face) la première lettre en vert symbolise le paradis c'est-à-dire Echahid Abbas et la deuxième en rouge c'est l'université qui symbolise la jeunesse algérienne, la rencontre des deux émettent des rayonnements qui exprime l'espoir et la science. (L'enracinement dans l'histoire et les origines).

3.4. Université de Batna1 El hadj Lakhdar



La forme est un cercle, les couleurs de drapeau (vert, rouge, blanc.) L'université El hadj Lakhdar, porte le nom du Moudjahid Hadj Lakhdar comme symbole de lutte armée pendant la guerre et lutte civile après la guerre son vrai nom Abidi Mohamed Tahar, né en 1916 au sein d'une famille modeste dans le petit village d'Ouled Chlih dans la commune d'Oued Chaaba, située à 10 kilomètres au Sud-est de Batna. L'un des points à retenir de la vie de Hadj Lakhdar réside dans le fait qu'il a été, dès l'indépendance, au service de la communauté, à travers des actions de bienfaisance dont on peut citer sa contribution à la réalisation du complexe des sciences islamiques et de la mosquée du 1er novembre 1954, sans oublier sa participation à l'implantation de l'aéroport International de Batna et à la réalisation de l'université de Batna 1 qui porte aujourd'hui son nom. Comme repère culturel, le logos se repose sur :

- Livre-ouvert : Le savoir,
- Une-table-Ordinateur : le progrès
- Microscope : la recherche scientifique
- Construction

- Signe du militaire en vert : Ce signe représente Les Forces terrestres algériennes qui sont la composante terrestre de l'Armée nationale populaire. Elles ont pour mission, la défense et la sauvegarde de l'intégrité du territoire national. Nous remarquons aussi dans ce logos l'ancrage dans l'histoire révolutionnaire.

3.4. Université Abou Baker Belkaid Tlemcen



La forme est un cercle, les couleurs principales de ce logo Vert, rouge et sablé. L'université porte le nom de Abou Bekr- Belkaid (1934-1995) qui a consacré 45 années de sa vie au service de la libération de la patrie, du développement économique et social, de la promotion de la science, des arts et de la culture au bénéfice de tous et enfin toujours, à l'ancrage irréversible de la démocratie et de la modernisation dans son pays.il-fut l'un des plus actifs bâtisseurs".S'étalant particulièrement sur son action militante durant la guerre de Libération. Comme repère culturel ce logos repose sur le Coran au milieu et le Minaret en haut symboles religieux ; il constitue en premier lieu un symbole de victoire, de puissance et de domination. Selon Mustafa Isen: « Des minarets hauts (...) sont courants pour imposer aux autres religions la grandeur de l'islam. », décoration musulmane propre à la culture musulmane (Zaouïa El belkaidia)

Le minaret une expression pratique des sens de l'unicité « El tawhid », de la préservation du patrimoine culturel matériel et immatériel que représente cet élément principal constitutif des mosquées.

3.5. Université frères Mentouri Constantine



La forme est un cercle, les couleurs principales de ce logo le bleu et le vert. L'université porte le nom des frères Mentouri Mahmoud a été condamnée par contumace lors du procès des étudiants de Lyon, avant de rejoindre les rangs de l'ALN en 1956 dans la Wilaya I, où il tombera au champ d'honneur en 1957, à l'âge de 26 ans, avec le grade de commandant. Bachir est aussi entré en clandestinité et rejoint l'armée des frontières-Est en février 1957, et sera parmi les médecins qui ont créé les structures de santé de la Révolution", dira, dans son intervention, notre ami et collègue,

Mahmoud Boussoussa, un des anciens journalistes d'El Moudjahid. Mohamed Salah, se met, pour sa part, dès l'âge de 15 ans, à la disposition de la cause nationale de l'OCFLN de Constantine.

La grande tour au centre du logo, s'impose, elle représente l'université de Constantine.

En bas nous remarquons une loupe qui représente la recherche scientifique. La plume signifie que la science s'écrit pour laisser des traces.

Conclusion

En somme, cette étude nous a permis de constater qu'en effet un logo est un signe ou plus précisément un proto-signe. Autrement dit, plusieurs signes sont exploités dans sa conception. Mais, ce sont surtout des signes partagés par l'ensemble de la communauté, qui sont des signes culturels. Car, les concepteurs des logos des universités algériennes ont eu recours à l'histoire glorieuse de l'Algérie dans sa lutte contre le colon français. Ajouté à cela, d'autres symboles et repères apparaissent dans les logos des universités. Mais chaque université conçoit son logo en fonction de la culture de la ville où se trouve située l'université. En conséquence, les logos des universités algériennes montrent une diversité culturelle riche.

Bibliographie

- 1- EVERAERT-DESMEDT. N., le processus interprétatif, introduction à la sémiotique de CH.S. Peirce, Pierre-Mardaga, 1990.
- 2- FONTANILLE, Jacques, « Sémiotique du discours », Ed. PULIM, Limoges, 1998.
- 3- Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme, L'argumentation publicitaire, Ed ARMAND COLIN, octobre 2012.
- 4- JOLY, Martine, « L'image et les signes : Approche sémiologique de l'image fixe », Coll. Armand colin Cinéma », éd. Nathan, Paris, 2005.
- 5- MARTINE Joly, L'image et les signe, Ed. Nathan, Université France, 1998.
- 6- MARTINE Joly. Introduction à l'analyse de l'image. Ed. Nathan, Université, France, 1998.

7- PEIRCE, Charles Sanders, « Ecrit sur le signe », éd. Seuil, Paris, 1978.

8- PER AAGE BRANDT, Qu'est-ce que la sémiotique ? ACTES SEMIOTIQUES. N°121.2018. Disponible sur :

https://www.google.com/search?ei=2KnrXobgIsSO1fAP_7qZwA0&q=la+forme+circulaire+en+architecture&oq=la+forme+circulaire&gs_lcp=CgZwc3