

SÉMIOTIQUE ENVIRONNEMENTALE : ANALYSE D'UNE IMAGE ALLÉGORIQUE DU RECOURS AUX ÉNERGIES RENOUVELABLES COMME FORMES DE VIE EN AFRIQUE

Mahamadou Hassane CISSE
mohamedcis3@gmail.com

Université Nazi BONI, Burkina Faso

Résumé : Cette réflexion qui relève globalement de la sémiotique environnementale s'inscrit également dans le sillage de la sémiotique visuelle. Elle se propose d'analyser une affiche publicitaire faisant la propagande des énergies renouvelables dont l'exploitation rime avec les « formes de vie » en Afrique avec pour principal enjeu, le développement durable. Il s'agit précisément d'une affiche qui procède, non pas d'une stratégie centrée sur l'alarmisme ou le catastrophisme, mais plutôt d'une rhétorique de la manipulation afin d'inciter l'énonciataire à agir autrement en faveur de l'écologie. Elle vise ainsi un meilleur équilibre entre l'homme et son environnement. Cependant, l'analyse d'une telle affiche, en tant que système signifiant manifestement hermétique, commande que l'on tienne compte de la circularité et de la complémentarité entre différents signes plastiques, signes iconiques et signes symboliques qu'elle recèle pour parvenir à une meilleure interprétation de son discours. Pour ce faire, nous empruntons une démarche qui s'appuie sur les travaux de Roland Barthes (1964) et du Groupe μ (1992) susceptible de déboucher sur l'idéologie défendue par l'énonciateur. En somme, une étude de cette envergure doit être circonscrite, et c'est en cela qu'elle s'est plutôt focalisée sur les moyens et les stratégies déployés par l'Agence marocaine de l'Energie solaire (MASEN) en tant qu'énonciateur d'un discours non verbal (image) sur la transition écologique en vue d'influencer la communauté africaine en tant qu'énonciataire ciblé, et par-delà, l'opinion internationale.

Mots clés : biodiversité - développement durable - énergies renouvelables -
sémiosphère - sémiotique environnementale.

ENVIRONMENTAL SEMIOTICS : ANALYSIS OF AN ALLEGORICAL IMAGE ON THE USE OF RENEWABLE ENERGY AS FORMS OF LIFE IN AFRICA

Abstract : This reflection, which generally relates to environmental semiotics, is also in line with visual semiotics. It aims to analyze an advertising poster promoting renewable energies whose exploitation rhymes with "forms of life" in Africa with the main issue being sustainable development. It is precisely a poster which proceeds, not from a strategy centered on alarmism or catastrophism, but rather from a rhetoric of manipulation in order to encourage the enunciator to act differently in favor of the ecology. It thus aims for a better balance between man and his environment. However, the analysis of such a poster, as a clearly hermetic signifying system, requires that we take into account the circularity and complementarity between different plastic signs,

iconic signs and symbolic signs that it contains in order to achieve a better interpretation of his speech. To do this, we take an approach based on the work of Roland Barthes (1964) and the Group μ (1992) which is likely to lead to the ideology defended by the speaker. In short, a study of this scale must be circumscribed, and this is why it rather focused on the means and strategies deployed by the Moroccan Solar Energy Agency (MASEN) as an enunciator of a non-verbal discourse (image) on the ecological transition with a view to influencing the African community as a targeted enunciator, and beyond that, international opinion.

Key words : biodiversity - sustainable development - renewable energies - semiosphere - environmental semiotics.

Introduction

La production et la maîtrise des énergies intéressent aussi bien les pays déjà industrialisés que les pays en voie de développement. Malheureusement les sources d'énergies les plus répandues à travers le monde et les plus exploitées jusque-là, sont des facteurs et actants dans la pollution de l'environnement dont les dommages sont sévèrement endurés par les pays les plus pauvres, les moins pollueurs. Ni les sols, ni les eaux, ni la couche d'ozone ne sont épargnés. La nature, vivante, interagit et ses réponses s'évaluent en termes de catastrophes naturelles, de changement ou de dérèglement climatiques, etc. Dès lors, les politiques à travers l'Assemblée de Nations Unies (OMD, septembre 2000) ont décidé de faire de ces questions environnementales une préoccupation majeure. Sur le terrain, le constat reste encore alarmant malgré la mobilisation des différents acteurs impliqués. Des organisations publiques et privées s'investissent davantage dans la communication environnementale en concevant des référentiels culturels, plus ou moins largement partagés, (Campion, 2016 : 59) parmi lesquels l'image semble très prisée au regard de son efficacité. En effet, et cela est un principe de la publicité, l'image est intentionnellement conçue pour transmettre une information et/ou des émotions. C'est dans cette optique d'aller vers une transition écologique en Afrique que bon nombre d'organismes internationaux et des structures nationales telles que l'Agence marocaine de l'Energie solaire (MASEN) se sont engagés. L'on assiste à une profusion de communications scientifiques à travers une synergie d'actions et de stratégies entre pays concernés et leurs partenaires.

Cependant, le décryptage du message porté par une image n'est pas toujours évident, ce d'autant plus qu'il s'agit d'un système signifiant souvent complexe, et toujours inspiré d'une culture donnée. En effet, l'image est par nature polysémique, « elle implique, sous-jacente à ses signifiants, une "chaîne flottante" de signifiés, dont le lecteur peut choisir certains et ignorer les autres » (Barthes, 1964 : 44). D'où la nécessité pour l'énonciataire de maîtriser certains langages artistiques, d'être imprégné des valeurs culturelles et conventionnelles liées au contexte de production de l'objet avant de prétendre cerner la quintessence de son discours. Cela pose la problématique de l'herméticité des images à exploiter, notamment celles qui sont investies d'une certaine idéologie. Pour ce faire, la présente réflexion s'est intéressée à une affiche publicitaire exploitée par l'Agence marocaine de l'Energie solaire (MASEN) dans le cadre de ses activités de communication, en vue de déceler l'idéologie qu'elle défend. La *Rhétorique de l'image* de Roland Barthes (1964) et le traitement du signe visuel tel qu'envisagé par le Groupe μ (1992) serviront d'appui à notre démarche. La sémiotique

environnementale sera également mise à contribution pour déceler le rapport qui s'établit entre le discours véhiculé et son énonciataire. Il s'agit d'une sémiotique qui a pour vocation « d'analyser et de comprendre des textualités et discours qui expriment et influencent (dans une relation évidemment complexe) les cadres culturels et pratiques de notre relation à l'environnement et à ses problématiques » (Catellani, 2016 : 2). Nous partons de l'hypothèse que l'image, système de signification, obéit à une organisation interne autonome dont l'analyse permettrait de déceler l'idéologie sous-jacente. Après la présentation du cadre théorique et du corpus, nous interrogerons les dimensions icono-plastiques, discursives et rhétoriques exploitées par l'énonciateur en vue d'influencer les Africains en tant qu'énonciataire privilégié et par-delà la communauté internationale.

1. Cadre théorique et présentation du corpus

1.1. La composition de l'affiche et contexte d'étude

L'affiche qui fait l'objet de notre analyse est une image allégorique conçue pour servir d'outil de communication visuelle dans le cadre d'une campagne de promotion des énergies vertes. Il s'agit d'une affiche publicitaire, donc une image intentionnellement conçue, élaborée en un système de langage pour tirer la sonnette d'alarme par rapport aux modes de vie de l'homme contemporain, plutôt agi par le dynamisme des sciences et technologies, oubliant par moment les conséquences irréversibles de certaines pratiques et prouesses scientifiques. Elle fait précisément allusion à nos rapports avec les énergies qui font désormais partie intégrante de tout processus ou plan de croissance économique dans les pays en voie de développement, et qui connaît un niveau continu de perfectionnement dans les pays dits industrialisés. Conscient de cette situation, « le Maroc a mis en place une vision durable et un modèle de développement basé sur les énergies renouvelables, un secteur appelé à jouer un rôle clé à la fois dans la coopération Sud-Sud et dans la reprise économique durable de l'Afrique »¹, a affirmé Mustapha Bakkoury, président du directoire de l'Agence marocaine de l'Energie solaire (MASEN). Et c'est dans le cadre de cette révolution engagée que l'affiche ci-dessous a été conçue comme élément d'une stratégie de communication devant accompagner la vision du Maroc.

¹ Lire sur infomediare, <https://www.infomediare.net/wp-content/uploads/2018/07/technologie-verte.jpg>



Cette affiche est essentiellement constituée de l'image d'une ampoule électrique centrée dans un cadre-limite rectangulaire, qui se confond avec les bords de la page. L'énonciateur a opté pour un plan général en termes d'échelle, ce qui offre l'avantage de polariser le regard sur les signes situés au premier plan avant de songer à ceux qui sont situés en profondeur, c'est-à-dire à l'arrière-plan. Cette option est valable aussi bien pour les signes à l'intérieur du verre de l'ampoule que pour les signes situés à l'extérieur de l'ampoule. Puis, la ligne de démarcation entre éléments placés en avant et arrière plan au sein de l'ampoule (point de polarisation du regard) coïncide parfaitement avec la ligne horizontale à l'extérieur du verre, c'est-à-dire dans le reste du cadre rectangulaire.

Dans le cadre d'une telle étude, Adam et Bonhomme (2012 : 79) préconise que l'on procède d'abord à un inventaire des constituants morphologiques (données préconstruites par l'énonciateur et éléments transformables dans la production) pour les relier par la suite aux signifiés info-persuasifs qu'ils convoquent. De prime à bord, la forme rectangulaire adoptée dans la représentation de cette affiche n'évoque pas la nature en elle-même, mais invoque plutôt l'action anthropique sur elle. Cette position offre une vue panoramique de son contenu étalé sur l'horizon jusqu'à l'infini. Il vise ainsi l'action humaine qui reste perfectible (faire preuve d'adresse et d'ingéniosité). Cependant sa symbolique globale évoque un effet de lourdeur, indicateur d'un long processus, l'expression d'une patience qui s'impose car il est question d'une transition, et donc de réappropriation d'une « *forme de vie* » ancienne. La composition de l'affiche est présentée dans le tableau infra, indiquant la disposition des différents éléments iconiques, les uns par rapport aux autres.

<i>Signifiants iconiques</i>	<i>Position dans l'affiche</i>
Cadre	- un cadre sous forme de rectangle horizontal ; - pièce centrale : une ampoule électrique à forme circulaire constituée de : * Une enveloppe en verre qui englobe des éléments figurés dans l'affiche ; * un culot constitué de stries en forme spirale allant du plot vers l'enveloppe en verre.
Angle de prise de vue	Angle normal ou prise frontale : tout est perceptible dans l'image, soit dans le premier plan, soit en arrière-plan.
Composantes iconiques à l'extérieur de l'ampoule	- partie supérieure : un ciel chargé de nuages (gris, bleus, blanchâtres) mais qui peinent à dissimuler la lumière d'un soleil transperçant le brouillard ; - partie centrale : une ampoule électrique horizontalement disposée sur un panneau solaire brillant (sert de miroir) ; - partie inférieure : ce panneau sert de miroir reflétant l'ampoule vers le bas.
Composantes iconiques à l'intérieur de l'ampoule	Au-dessus : - un ciel dans lequel domine la lumière blanche trône au-dessus ; - deux oiseaux blancs aux ailes bien déployées dans le ciel, avançant vers l'observateur ; En-dessous : - une nature verdoyante émaillée de fleurs (jaune, rouge, blanc) au-dessus desquelles vole un papillon orange aux ailes tachées de noir et de blanc ; - au premier, un arbre au feuillage vert foncé mu par l'action du vent dont le sens, de la droite vers la gauche, est perceptible ; Ce mouvement du vent est orienté vers la tribune ; - en arrière-plan, une tribune du vent à 3 palettes blanches sur un support solide (blanc).

1.2. Sémiotiques visuelle et environnementale

Notre corpus relève de la catégorie des images fixes (peinture, dessin, photographie) qui, elles, restent identifiables par leurs formes et leurs couleurs, c'est-à-dire à travers leur iconicité et leur plasticité. Selon Algirdas Julien Greimas et Joseph Courtés, « en sémiotique visuelle, l'image est considérée comme une unité de manifestation auto suffisante comme un tout de système de signifiant susceptible d'être soumis à l'analyse » (1979 : 181). Il s'agit d'un signe dont la complexité tient dans la diversité des signifiants qu'il convoque suivant l'intention de l'énonciateur. Cela conduit à un langage riche et polysémique à la fois. Aussi, ce corpus se présente-t-il comme une imbrication des signifiants iconiques (ou figuratifs), des signifiants plastiques et des signifiants symboliques. Les signes iconiques entretiennent une relation d'analogie ou de ressemblance avec les objets qu'ils représentent, tandis que les signes plastiques prennent en charge les caractéristiques matérielles ou substantielles de l'image, notamment les formes, les couleurs, les traits, les matières, etc., et certaines caractéristiques spécifiques aux images telles que le cadre, le cadrage, et l'angle de prise de vue. Les signes symboliques, eux, n'entretiennent qu'une relation arbitraire et conventionnelle avec les objets qu'ils représentent. Leur dimension allégorique permet d'établir une relation entre une idée purement abstraite (concept, notion) et un objet concret ou sa représentation par une image.

C'est pourquoi il est permis de concevoir l'image visuelle comme « [un] signe iconique qui met en œuvre une ressemblance qualitative entre le signifiant et le référent. Elle imite, ou reprend, un certain nombre de qualité de l'objet : forme, proportions, couleurs, texture, etc. » (Joly, 1994 : 25). Or l'image est par nature

polysémique, et son analyse requiert la prise en compte de sa dénotation et de ses connotations. La première est explicite tandis que la seconde est implicite. En effet, la dénotation découle d'une analyse beaucoup plus objective des composantes de l'image, tandis que la connotation, elle, procède de l'analyse et de l'interprétation des références et des significations contextualisées de l'image, de l'impression qu'elle suscite, etc. Notre tâche va donc consister à déceler le discours de sensibilisation, discours publicitaire à tout point de vue, véhiculé par cette affiche considérée comme une structure sémiologique mixte, un langage hybride et allégorique fait d'une diversité de composantes. Après l'inventaire des constituants morphologiques de l'affiche précédemment effectué, il nous appartiendra de les relier aux signifiés info-persuasifs qu'ils convoquent et qui procèdent de la stratégie argumentative choisie par l'énonciateur (Adam et Bonhomme, 2012 : 79). Cette démarche corrobore la perception de Denis Bertrand précisant que l'objet de la sémiotique générale « n'est pas le signe, mais [plutôt] les relations structurelles, sous-jacentes et restructurables, qui produisent la signification » (2000 : 9). Elle s'intéresse donc « à la signification telle qu'elle se manifeste dans des textes, des images, des pratiques sociales, des constructions architecturales, etc. » (Rastier, 1990 : 122).

La sémiotique visuelle que nous convoquons ici pour affiner notre analyse s'intéresse aux objets de signification se manifestant par le canal visuel, à savoir les icônes, les signes plastiques comme la couleur, la texture, etc., dans un cadre fonctionnel. Anne Hénault (2008 : 12) y voit une démarche scientifique plutôt rigoureuse et contraignante habilitée à fournir des éléments de sens extrêmement précis et formels que ni l'intuition ni le simple "bon sens" ne sont en mesure d'atteindre. De façon précise, nous analyserons cette image publicitaire suivant la règle de la concomitance icono-plastique d'une part, car « les signifiants d'une entité iconique coïncident généralement avec les signifiants d'une entité plastique et vice versa » (Groupe μ , 1992 : 268) et d'autre part, suivant l'esprit de complémentarité entre les différents types de signes portés par l'image étudiée, pour aboutir à un signifié global. L'on envisage « d'abord les unités du plan de l'expression, puis dans un second temps, la liaison de celles-ci avec le plan du contenu » (Groupe μ , 1992 : 227), c'est-à-dire en observant les différents niveaux figuratifs pertinents et leur portée symbolique. Globalement, la sémiotique visuelle convoquée dans cette étude permettra de mettre en exergue les dimensions dénotatives et connotatives, les deux sens opérationnels dans l'objet (une ampoule) exploité par l'énonciateur. L'énonciateur découvre un objet dont la lecture et l'interprétation du sens qu'il diffuse parle d'autres choses en lien avec le contexte de l'énonciation, c'est-à-dire cette période où l'Afrique est appelée à amorcer une transition énergétique. Cette lecture sera possible si et cela si l'énonciateur tient compte aussi des valeurs symboliques qui accompagnent les objets qui structure le sens dans l'image analysée.

La sémiotique environnementale, elle, se présente comme un nouveau champ de recherche interdisciplinaire dont l'objectif général consiste à étudier les processus de signification que les individus, au sein de leurs groupes sociaux et de leur propre culture génèrent afin d'entrer en lien avec l'environnement dans lequel ils vivent. Notre démarche s'appuie sur les travaux de Bodil Andrade Frich qui la conçoit dans une interdisciplinarité lorsqu'il écrit :

Il convient de souligner que la sémiotique environnementale est un domaine d'articulation interdisciplinaire, dont le corps théorique et méthodologique en construction se consolide à travers l'adoption de diverses perspectives, parmi lesquelles se distinguent les approches sémiotiques de Greimas (1973) et de Lotman (1996), les orientations d'auteurs comme Leff (1998), Toledo et Ortiz (2014), (...). La sémiotique environnementale s'efforce de proposer des formes alternatives durables de relation avec l'environnement qui transcendent les propositions conventionnelles de l'éducation environnementale... Elle cherche à rendre compte des processus complexes d'importance environnementale qui sont construits dans le cadre de la sémiosphère, comprise comme un espace sémiotique dynamique dans lequel, en interaction avec la biosphère, les processus de communication et les nouvelles informations sont générées, depuis le niveau profond du noyau culturel jusqu'à la périphérie des sémiosphères locales (Lotman, 1996)... (Andrade Frich, 2018, Notre traduction).

La sémiotique environnementale ainsi définie permettra de déceler le rapport qui s'établit entre le discours dissimulé derrière l'image étudiée et son énonciataire. Elle va s'appuyer sur le discours porté par cette image (résultats des différents niveaux d'analyse) en le mettant en lien avec les habitudes, les pratiques et la culture de l'énonciataire, dans ses rapports avec l'environnement (techniques culturelles, gestion de l'eau et des forêts, exploitation des matières premières, aménagements, urbanisation, rituels sacrés, etc.). En somme, elle prendra en compte les préoccupations de l'énonciataire vis-à-vis des questions environnementales (mode de représentation, action anthropique, influence de l'écosystème et de la biodiversité, etc.).

2. Les différents niveaux d'analyse de l'image

2.1. Analyse du niveau icono-plastique

L'analyse du niveau icono-plastique envisagée ici s'appuie sur la symbolique des couleurs admises de plus en plus comme des stéréotypes et sur la représentation de certains objets devenus des « icônes » ou emblèmes dans la communication des organisations. A ce propos, Andrea Catellani précise :

Un premier niveau est celui des composantes « plastiques » : formes et couleurs en particulier. Nous pensons ici entre autres à la constitution de véritables « lieux communs » ou stéréotypes visuels, comme la couleur verte, presque universellement reconnue comme emblème chromatique de l'environnemental, ou le bleu (...) qui tend en certains cas à assumer un rôle dans le domaine de l'environnement, en connexion avec les représentations de la planète Terre ou de la mer. (...) Un autre lieu commun visuel est la désaturation des couleurs, typique des supports et emballages des produits écologiques, qui dessine un système de contrastes signifiants ou « semi-symbolique » (couleurs saturées *vs* couleurs désaturées comme renvoi à une opposition entre non écologique et écologique). Un deuxième niveau d'analyse est celui des figures, les représentations d'objets du monde devenues « icônes » et emblèmes d'un

ensemble complexe de valeurs, de problèmes et d'activités. (...) La figure de la feuille, présente par exemple dans les labels européens de l'agriculture biologique, fait partie de ces stéréotypes iconiques, mobilisables dans les stratégies discursives des acteurs. (Catellani, 2016 : 2-3)

Pour ce faire, cette analyse requiert que l'on parte du principe que chaque type de signe apporte sa contribution à la signification de l'image, même s'il subsiste une difficulté à contourner, notamment le fait que les signes plastiques sont solidaires des signes iconiques. Cela voudrait dire que la signification des signes iconiques est influencée par les signes plastiques et inversement. « [La couleur par exemple] n'a pas d'existence empirique si elle ne s'associe pas, au sein du signe plastique, à une forme et à une texture » (Groupe μ , 1992 : 227). Martine Joly confirme la nécessité d'envisager cette interaction entre éléments plastiques et éléments iconiques de l'image, et même avec le linguistique s'il est convoqué, afin de cerner la signification globale du message visuel véhiculé. Cependant, elle attire l'attention sur le fait les outils plastiques sont dotés d'une certaine puissance au point de contribuer plus, par moment, ou même de supplanter l'iconique dans la production du sens global de l'image. (Joly, 1994 : 124)

L'analyse de cette affiche révèle des « icones », c'est-à-dire ces éléments connus pour être de véritables emblèmes dans le domaine de la communication scientifique ou environnementale, ou même dans le domaine de la publicité, de nos jours. De prime abord, s'imposent de façon ostentatoire la figure de l'« *arbre* » tout vert au feuillage mu par l'action du vent et qui à son tour semble indexer la « *tribune du vent* » à la couleur blanche, tous deux, ayant la verticalité en commun. L'arbre est connu pour être le symbole, voire l'emblème de la vie, très prisé dans la communication verte, puis la tribune, elle, évoque sans ambages l'idée de l'éolienne, cette énergie générée à partir de la force du vent. Mais la symbolique qui s'impose au lecteur averti est bien celle relative aux « énergies renouvelables » encore appelées « énergies propres », c'est-à-dire non polluantes. Sous ce rapport, il devient aisé d'établir une certaine proximité entre cette « *tribune* » et le « *panneau solaire* » de couleur bleu-océan et dont la partie supérieure sert de limite entre le ciel et la terre (horizon) dans le rectangle. En effet, ce panneau photovoltaïque va au-delà du solaire pour servir d'itération à la symbolique des « énergies renouvelables », des « énergies propres ». L'on découvre aussi, l'« *ampoule électrique* », pièce centrale de cette affiche, qui au-delà de son dénoté évoquant la lumière, passe plutôt pour l'archétype de l'innovation, le symbole de l'intelligence et la créativité humaine. Le lien avec le « *papillon orange* » est vite établi, notamment en ce que le papillon lui-même évoque d'abord les métamorphoses ou mutations sociales, tandis que la papillon orange, ramène l'énergie, ou à l'endurance, d'où l'idée majeure d'une « transition énergétique » amorcée et corroborée l'« *oiseau* » dont la symbolique ajoute l'idée d'un messenger servant de lien Terre-ciel-mer.

Par ailleurs, l'affiche a mobilisé des couleurs ayant une valeur d'emblème, des couleurs très prisées dans la représentation de l'environnement. Il s'agit ici du vert, du bleu et du blanc neige qui sont les plus significative et celles qui dominent en termes de volume dans l'image analysée. En effet, le vert est reconnu comme emblème chromatique de l'environnemental, employé pour symboliser l'écologie, la fertilité, qui

dissimile l'idée du renouvelable, tout en rappelant aussi l'harmonie entre l'homme (science) et la nature (environnement). Le bleu, couleur la plus dominante en termes de volume dans cette affiche, intègre également l'idée de l'environnement, en ce qu'il évoque la planète Terre, le ciel, la mer. Il offre l'avantage de désigner les trois éléments du cosmos à la fois. Quant au blanc, couleur des oiseaux, de la tribune, des pétales des fleurs dans ce corpus, tout en arborant sa tunique de propreté ou de pureté, il désigne les « énergies propres » dont la maîtrise serait source de cette lumière « blanche » qui se mêle tantôt au bleu, créant ainsi des *zones de saturation* (au niveau du panneau) et des *zones de désaturation* (en s'élevant vers le ciel). En somme, malgré le foisonnement des isotopies portées par l'image, le sujet percepteur parvient à cerner le sens global du discours véhiculé par cette affiche. En effet, des signes iconiques aux signes plastiques, le sens de lecture s'effectue de la redondance apparente de plusieurs traits à la cohérence de sens qu'ils diffusent ensemble : environnement, énergies propres, innovation, nature, science.

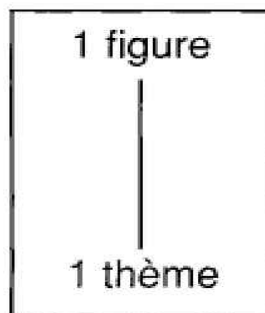
2.2. Analyse du niveau discursif

L'objectif de cette étude étant en partie relatif au sens dissimulé derrière l'image et la stratégie mise en place par l'énonciateur, nous nous devons de songer au discours global qui se dégage de ce corpus. Cela implique le passage des figures précédemment identifiées aux thèmes ou motifs qu'elles évoquent dans ce contexte. L'un des thèmes récurrents dans le discours environnemental est celui « des changements et dérèglements climatiques, avec un protagoniste central, le CO₂, comme mesure universelle de la qualité environnementale. Le discours est aussi le lieu des stratégies et figures rhétoriques, "plis" et configurations discursives censées rendre le discours plus persuasif, esthétique et efficace » (Cattelani, 2016 : 3-4). Mais ce thème que nous retenons dans cette étude ne peut être perçu qu'à travers une existence implicite, c'est-à-dire en considérant que « l'"*in praesentia*" est conditionné par l'"*in absentia*" dans une relation de cooccurrence, car si le non-dit est d'une certaine manière dit, il serait alors légitime de questionner la présence signifiante de l'absence » (Ouédraogo, 2017 : 27). En effet, c'est au regard de la situation de pollution de la Terre plutôt alarmante, avec pour conséquences directes les changements et dérèglements climatiques (*thème in absentia*) que le regard est tourné vers des énergies non polluantes comme alternative (*thème in praesentia*). Rigoureusement cette démarche relève de la sémiotique de l'absence habilitée à rendre compte des modes de signification de l'« *in absentia* » :

C'est une étude de l'implicite sémiotique (qui s'intéresse aux phénomènes verbaux et non verbaux, au contraire de l'implicite linguistique dont le champ est le verbal). Composante de la sémiotique générale, la sémiotique de l'absence a pour projet de montrer comment l'absent fait sens et conditionne sous certains modes le présent et la signification. En catégorisant la manifestation en présence/absence, la signification devra être comprise comme revêtant deux aspects : explicite et implicite. (Ouédraogo, 2017 : 35)

Par ailleurs, en procédant à un regroupement des différentes figures précédemment identifiées nous parvenons à des isotopies ou à des "champs figuratifs" qui correspondent à des thèmes. En effet, « la lecture de l'image en général et de

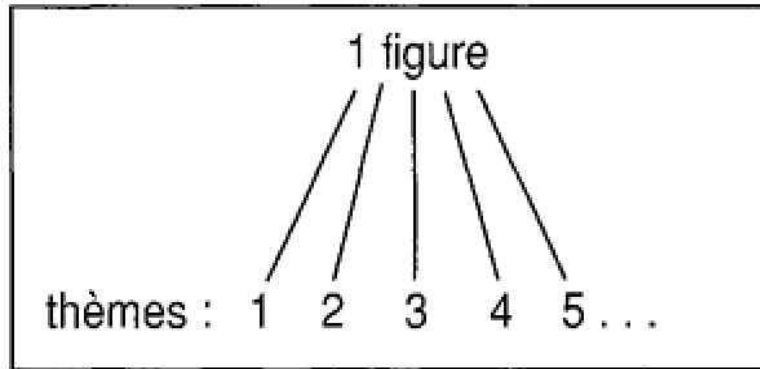
l’affiche en particulier est une opération de lexicalisation quand on sait que le dessin est automatiquement traduit en langue, le système de représentation et de communication le plus courant. La fonction des lignes et des couleurs est de constituer des entités discrètes qui renvoient à des objets du monde concret » (Millogo, 2007 : 181). Dans ce discours non verbal (affiche, image), l’étude du rapport entre le figuratif (perceptible donc à travers la vue) et le thématique (de l’ordre du conceptuel) révèle plusieurs types d’associations allant du plus simple (symbolique) aux plus complexes que sont le motif et la parabole. En effet, le symbole met en rapport terme à terme une unité figurative et une unité thématique comme par exemple la figure de la balance qui est habituellement associé au thème de la justice, celle du livre qui renvoie au thème de la sagesse, etc. (Courtés, 1991 : 190-191). Cette relation se présente à l’image du schéma ci-dessous :



Nous nous proposons de présenter ces figures sous forme d’un tableau en privilégiant leur valeur dénotative :

<i>Figure</i>	<i>panneau</i>	<i>tribune</i>	<i>gris-cendre</i>	<i>arbre</i>	<i>blanc</i>	<i>brouillard</i>	<i>lumière</i>
<i>thème</i>	<i>solaire</i>	<i>éolienne</i>	<i>mélancholie</i>	<i>vie</i>	<i>propreté</i>	<i>obstacles</i>	<i>espoir</i>

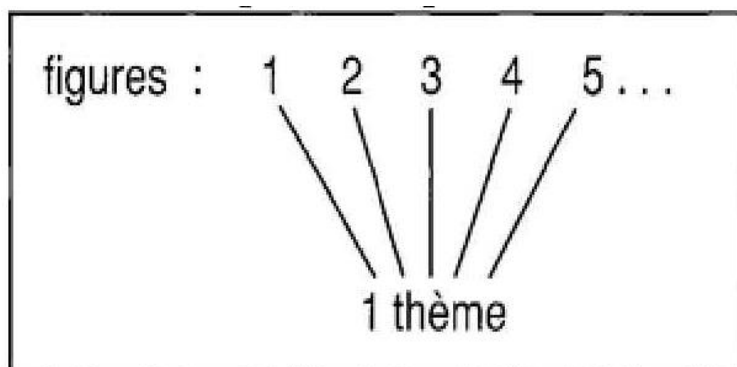
Puis, à propos du motif l’on peut retenir « [qu’] il arrive qu’un même donné figuratif, ou une même figure (de l’ordre, donc, de la perception), puisse correspondre à des thématiques, à des thèmes différents (...) [Par exemple], les pleurs peuvent être signe de /joie/ ou de /peine/. C’est ici, on le voit, que s’inscrit toute la grande problématique des motifs... » (Courtés, 1991 : 189). Cette situation peut être représentée ainsi que suit :



Partant de cette définition, il ressort que l'énonciateur a dû mobiliser plusieurs motifs que nous nous proposons de présenter sous de tableau ainsi qu'il suit :

1 Figure	<i>soleil</i>	<i>papillon</i>	<i>fleur</i>	<i>ampoule</i>	<i>nuages</i>	<i>vert</i>	<i>Lumière</i>
des thèmes	<i>lumière chaleur vie éternité</i>	<i>métamorphose évolution résurrection réincarnation engagement</i>	<i>nature douceur fraîcheur fragilité printemps</i>	<i>lumière vie innovation créativité</i>	<i>eau pluie climat nature</i>	<i>nature écologie fraîcheur renaissance harmonie</i>	<i>vie espoir puissance connaissance</i>

Enfin, un autre rapport figure-thème, celui qui est privilégié ici, existe et se présente en sens inverse du précédent : « ici se sont différentes données figuratives qui viennent illustrer, pour ainsi dire, un même thème. [Il correspond à la structure] du discours parabolique qui présente un même donné conceptuel (= un thème) sous des expressions figuratives diverses » (Courtés, 1991 : 190). Ce cas de figure se présente ainsi qu'il suit :

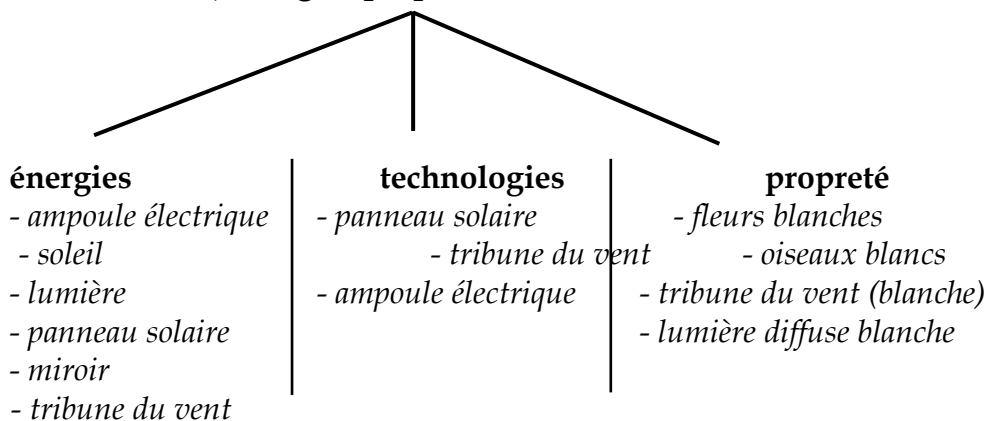


Nous nous proposons de présenter les éléments relatifs à ce type de rapport figure-thème à travers un tableau synthétique ainsi qu'il suit :

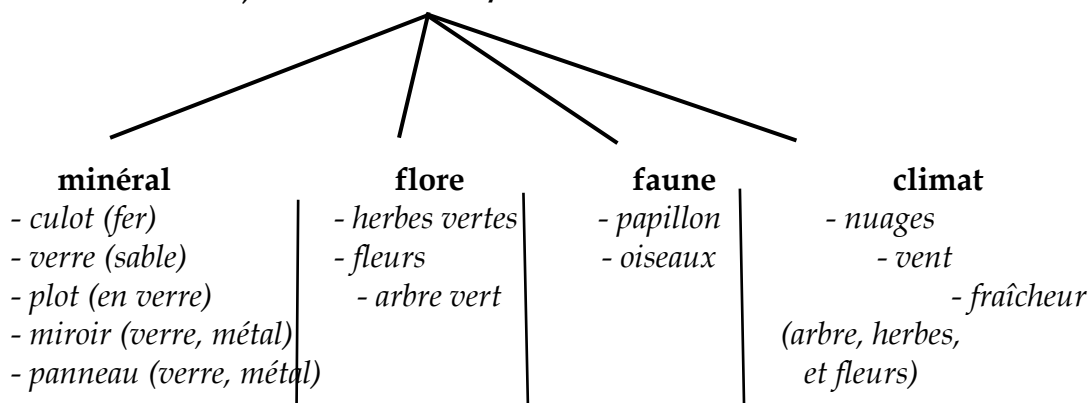
1 thème	énergie	Technologies	propreté	minéral	flore	faune	climat
des figures	- ampoule électrique - soleil - lumière - plaque solaire - miroir - tribune du vent	- panneau solaire - tribune du vent - ampoule électrique	- fleurs blanches - oiseaux blancs - tribune du vent (blanche) - lumière blanche	- culot (fer) - verre (sable) - plot (verre) - miroir (verre, métal) - panneau (verre, métal)	- herbes vertes - arbre vert - fleurs diverses	- oiseaux - papillon	- nuages - vent - fraîcheur (l'arbre, les herbes, les fleurs)

Globalement, l'observation de cette affiche permet de constater une certaine faiblesse dans l'emploi des figures de cette nature pour privilégier des figures plutôt suggestives et dont les rapports avec les sous-thèmes convoqués sont plus complexes. Les différents regroupements obtenus peuvent faire l'objet d'une autre réorganisation autour de thèmes plus généraux habilités à affiner l'interprétation ou la lecture de l'affiche. Nous proposons ainsi ce qui suit :

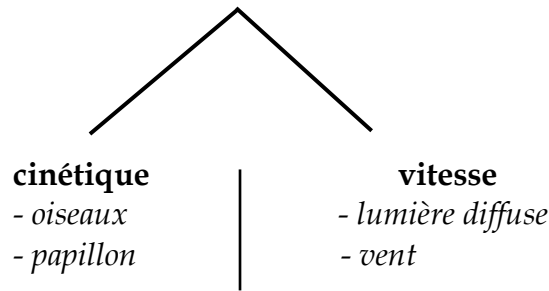
a) énergies propres / renouvelables



b) environnement / biodiversité



c) transition / mouvement



Deux thèmes généraux de dégagent sans ambages de la lecture ce cette affiche, à savoir le thème des énergies propres/renouvelables et celui de l'environnement /biodiversité. Ces thèmes majeurs entretiennent une relation dont l'interprétation fait songer, sans équivoque à la thématisation des énergies propres et renouvelables qui sont à même de respecter l'environnement dans sa biodiversité. Cependant, le passage des énergies propres/renouvelables au respect de l'environnement ne peut s'opérer qu'à travers une certaine transition ou un mouvement à observer, d'où le troisième thème majeur. Cela suppose que l'on quitte un stade de pollution de l'environnement vers un nouvel horizon, une situation de non pollution pour prendre en compte la réalité assumée par l'épithète "propre" ici. Comme nous l'indiquions supra, le sens de "énergies propres" ne peut prospérer que si l'on tient compte d'un *thème in absentia* relatif à la situation supposée de départ où l'on a dû observer une pollution de la Terre plutôt alarmante et dont les conséquences directes sont connues : changements et dérèglements climatiques, menaces réelles à la survie de l'homme.

L'image figurative n'est donc qu'un prétexte d'une autre image abstraite, c'est-à-dire que le message iconique « ne peut être une copie du réel, mais est déjà et toujours une sélection par rapport au perçu. (...) Avec la prise en considération des messages iconiques, nous sommes donc déjà engagés dans une démarche qui donne une place importante au plastique » (Groupe μ , 1992 : 23). En effet, le signe iconique porte avant tout des propriétés de l'objet dénoté avec lequel il établit d'autres types de rapports plutôt suggestifs, relevant donc de la connotation. L'image se présente alors comme un système signifiant élaboré (codé) et dont l'interprétation appelle des compétences de la part du lecteur en vue d'assurer son décodage. « Le signe iconique construit un modèle de relations (entre phénomènes graphiques) homologue au modèle de relations perceptives que nous construisons en connaissant et en nous rappelant l'objet. Si le signe a des propriétés communes avec quelque chose, il les a non avec l'objet, mais avec le modèle perceptif de l'objet » (Eco, 1970 : 21). Globalement, ce discours est bâti sur un réseau d'isotopies thématiques opposables deux à deux, et qui se présente comme suit :

Energies polluantes (in absentia) // énergies propres ;
Sources épuisables (in absentia) // sources durables (éternité, permanence) ;
Insouciance (de l'homme) // science et conscience (de l'homme) ;
Rupture avec la nature // harmonie avec la nature ;
Profanation de la nature // sacralisation de la nature (croyance africaine) ...

3. La dimension rhétorique et enjeu idéologique

L'analyse de la dimension rhétorique doit, elle aussi, prendre en considération les images visuelles (Catellani, 2016 : 6) et cela permet d'établir un lien entre la rhétorique visuelle adoptée et l'idéologie sous-jacente véhiculée (voir l'enjeu sociétal dans ce contexte). Le parcours de lecture de l'image va de la forme au contenu (ou la substance) qui demeure la priorité. La rhétorique apparaît alors « comme la face signifiante de l'idéologie » (Barthes, 1964 : 49) et la figure de rhétorique qui s'impose dans cette affiche correspond à une allégorie visuelle qui, elle, « se caractérise par la manière dont l'observateur ou le public est contraint, en s'en remettant à des informations parfois fort elliptiques et allusives, d'inférer les éléments composant la cible du parallélisme qui structurent l'objet du signe. (...) La structure de l'allégorie est coextensive avec l'ensemble du texte [linguistique ou picturale] » (Jappy, 2002 : 11).

Globalement, cette affiche est un discours sur la problématique des énergies propres et renouvelables construit à travers une image considérée comme un système signifiant complexe, « un système qui prend en charge les signes d'un autre système pour en faire ses signifiants » (Barthes, 1964 : 43). L'interprétation commande d'aller au-delà de la dénotation, sens premier et invariant de certains signes pour faire appel à leur connotation qui, elle, renvoie aux références situationnelles, émotionnelles ou culturelles qu'un signe suscite en nous en tant que lecteur/analyste, membre d'une communauté culturelle et scientifique. Sous ce rapport, la lecture de cette affiche laisse entrevoir une certaine *personnification de la nature* à qui l'on insuffle une vie, une âme : elle est vivante et elle est sensible à l'action anthropique et aux variations du climat. Au-delà de la présence signifiante du thème absent, cette situation catastrophique et alarmante de l'environnement, l'énonciateur incrimine particulièrement l'homme, il vise plutôt son action et croit à sa perfectibilité. En effet, le contraste entre les nuages /bleu-foncé/ vs /bleu-clair/, tout en laissant entrevoir une lueur d'espoir, dissimule une certaine mélancolie, une anxiété inhérente au niveau de pollution actuelle de la planète (pollutions sous-entendues) et qui justifie cette action publicitaire.

De prime abord, l'énonciateur établit une évaluation "critériée" de la qualité des relations /homme/ vs /nature/ (actuellement médiocre, *in absentia*) et indique avec précision les « formes de vie » (Fontanille, 2015) à adopter désormais pour garantir la survie de l'homme, cet être fragile (papillon). Les besoins énergétiques des terriens vont grandissant, alors toute quête d'énergie engagée se doit d'être respectueuse de l'environnement dont la santé se mesure à l'aune de la *biodiversité* (flore et faune), gage d'un cadre de vie vivable et viable. La viabilité de la Terre dépend étroitement du changement de comportement de l'homme vis-à-vis de son environnement. En termes de stratégie de communication, l'on assiste à un glissement du symbole vers l'image, en ce sens que dans la philosophie africaine et même dans l'Antiquité gréco-romaine,

l'on établit une certaine analogie entre l'âme et le papillon. « Pour eux, l'homme suit de la vie à la mort le cycle du papillon : il est dans son enfance une petite chenille, une grande chenille dans sa maturité ; il devient chrysalide dans sa vieillesse ; sa tombe est le cocon d'où sort son âme, qui s'envole sous la forme d'un papillon ; la ponte de ce papillon est l'expression de sa réincarnation » (Chevalier et Gheerbrant, 1982). Aussi, l'interprétation de l'arbre situé au premier plan de l'image impose-t-elle un glissement de symbole au motif pour répondre à cette aspiration. En effet, ce symbole de la vie se retrouve enrichi, arborant le statut d'intermédiaire entre les trois niveaux du cosmos qui lui est conféré ici, sans oublier son mérite de réunir à la fois, en son sein, les quatre éléments de la nature :

L'arbre, Symbole de la vie, en perpétuelle évolution, en ascension vers le ciel, il évoque tout le symbolisme de la verticalité... D'autre part, il sert aussi à symboliser le caractère cyclique de l'évolution cosmique : mort et régénération ; les feuilles surtout évoquent un cycle, eux qui se dépouillent et se recouvrent chaque année de feuilles. L'arbre met aussi en communication les trois niveaux du cosmos : le souterrain, par ses racines fouillant les profondeurs où elles s'enfoncent ; la surface de la terre, par son tronc et ses premières branches ; les hauteurs, par ses branches supérieures et sa cime, attirées par la lumière du ciel. Des reptiles rampent entre ses racines ; des oiseaux volent dans sa ramure : il met en relation le monde chthonien et le monde ouranien. Il réunit tous les éléments : l'eau circule avec sa sève, la terre s'intègre à son corps par ses racines, l'air nourrit ses feuilles, le feu jaillit de son frottement. (Chevalier et Gheerbrant, 1982 : 62)

Par ailleurs, cette affiche déborde de signes iconiques visuels qui regroupe, pour l'essentiel, des êtres, objets du monde naturel bien identifiables : panneau, tribune, ampoule, oiseaux, papillon, plantes, fleurs, ciel, soleil, nuages. Dans ce contexte, le sujet percevant est appelé à opérer un glissement de sens, c'est-à-dire à passer du signe ordinaire au signe dont le symbolisme est tributaire d'une ou plusieurs communautés culturelles à la fois (Dakouo, 2017 : 10). C'est en cela que la présence des cigognes et du papillon orange en plein en vol, la prédominance de la verdure renforcée par la présence ostentatoire de l'arbre dans l'ampoule requiert une lecture fondée sur la perception négro-africaine de ces signes. Ce discours évoque la nécessité de maintenir l'harmonie entre l'homme et son environnement. Il préconise le recours au solaire dont le principe est la lumière, et qui est permanent en Afrique. Les conditions météorologiques s'y prêtent en véritable adjuvant. En effet, dans la mythologie égyptienne, le soleil symbolise la résurrection et l'immortalité (Thibaud, 2019). Le regard est aussi porté sur l'éolienne dont le principe repose sur la conversion du vent en tant que force élémentaire en énergie. En effet, selon « les traditions cosmogoniques hindoues des Lois de Manu, le vent serait né de l'esprit et aurait engendré une lumière illuminatrice qui, resplendissante, chasse les ténèbres... » (Chevalier et Gheerbrant, 1982). Au-delà de son dénoté, cette tribune du vent symbolise les énergies renouvelables, imposant ainsi l'idée du durable. En tant que signe, il partage sa verticalité avec l'arbre (en avant plan) pour insister sur le lien Terre-ciel, pour suggérer l'harmonie entre les trois niveaux du cosmos (Terre-mer-ciel). Cette transition

énergétique se fera progressivement (voir la gradation des stries du culot de l'ampoule) avec des d'ailleurs ressources disponibles en Afrique. Elle posséderait les plus grandes ressources d'énergies renouvelables de tous les continents avec un potentiel de solaire illimité, avec des meilleurs niveaux d'ensoleillement quasi uniforme ; puis un important potentiel en matière d'énergie éolienne (BMZ, 2020 : 38).

Enfin, il en ressort un lien entre cette rhétorique visuelle et l'idéologie sous-jacente, confirmant ainsi un rapport significatif entre la forme de l'expression et la forme du contenu. Ainsi, l'option du cadre rectangulaire, le choix d'un angle de vue plat (normal), la prédominance de la lumière dans le cadre, la dominance du vert dans l'ampoule, l'absence signifiante de signes linguistiques, la mobilisation des signes non linguistiques dont la symbolique favorise la croyance (aux divinités et à la nature), etc., sont entre autres, des éléments plutôt enclins à privilégier le statut d'un énonciataire Négro-africain. Il s'agit d'une communication par l'image, qui à l'instar de l'écriture hiéroglyphique de l'Égypte pharaonique est avant tout une « écriture d'affichage, faite de signes dont les images ont toujours retenu, parfois de manière très stylisée il est vrai, un lien avec le domaine iconique » (Winand, 2006 : 142). Elle se veut un genre qui a l'avantage de s'adresser à un public pas nécessairement alphabétisé, mais dont le cadre de vie est inondé d'images, toutes catégories confondues, et qui se reconnaît dans son rapport sacré avec la nature. La forme du contenu rappelle l'image religieuse qui conserve encore « une puissance de suggestion supérieure à tous les discours. Selon Marx, l'aspect "fétiche" de l'icône, selon lequel les croyants prêtaient une vertu magique à l'image religieuse, survit dans le monde industriel et s'incarne dans les marchandises... » (Meyran, 2004 : 80). Il s'agit d'un acte de langage mobilisant un réseau de signes d'identité qui conditionnent l'attribution du sens que [les négro-africains] donnent aux événements et qui correspondent en réalité à des « formes de vie » en relation avec une plus ou moins grande durabilité (Andrade Frich, 2018, Notre traduction). Or l'harmonie entre l'homme et l'environnement relève des formes de vie caractéristiques de l'Afrique traditionnelle, qui sacralise la nature (Cissé, 2022). En somme, cette stratégie de communication appelle à une réappropriation d'un mode de vie que la modernité et ses corollaires ont contribué à déposséder aux Africains. Ces derniers sont invités à aller vers une transition énergétique à travers un discours persuasif dont la manipulation porte sur le */faire-croire/* (responsabilité dans la pollution actuelle ; *perfectibilité* pour changer), sur le */faire-vouloir/* (énergies propres = respect de l'environnement) et sur le */faire-savoir/* (solaire + éolienne = énergies permanentes + développement durable). Il s'agit donc « d'un "dire" clairement orienté vers le "faire" et le "faire faire" » (Berthelot-Guiet, 2015 : 14) et d'une propagande, vu « l'utilisation des moyens de reproduction et de diffusion modernes (l'affiche ici) pour faire passer dans le grand public des idées politiques » (Meyran, 2004 : 80).

Conclusion

L'analyse de cette affiche permet de conclure qu'elle fonctionne comme un référentiel culturel en matière de communication environnementale au regard de la polysémie des signes mobilisés et de la stratégie de persuasion convoquée. La sémiotique visuelle et la rhétorique de l'image nous ont permis de déceler l'idéologie que l'Agence marocaine de l'Énergie solaire (MASEN) en tant qu'énonciateur défend

à travers cette communication, à savoir l'appel à une transition énergétique pour sauvegarder l'environnement. Le message s'adressant à une communauté large, elle préconise le solaire et l'éolienne comme alternatives en vue de répondre à nos besoins énergétiques sans compromettre le développement durable. Elle devient ainsi un outil approprié de connaissance de l'homme ou des communautés entières, du fait de leurs rapports vis-à-vis de l'environnement, de la représentation qu'ils se font au quotidien de l'environnement, de la nature en général. En Afrique, et cette étude le dévoile assez bien, la nature est sacrée (voir croyance évoquée) et toute action tendant à la mettre en mal est une profanation consacrée, une rupture avec son être. L'efficacité de cette communication réside dans le fait qu'elle a plutôt intégré des signes, « stéréotypes visuels », presque universellement reconnues, des figures de représentation d'objets du monde devenues « icônes » et « emblèmes » de plus en plus mobilisés dans stratégies discursives des différents acteurs du domaine de la communication verte. Enfin, la stratégie de persuasion adoptée ici participe efficacement à l'éveil des consciences, prône la culture de l'écocitoyenneté (supposée être un fait ancré dans les actions et les mœurs en Afrique), et de ce point de vue elle parvient à transcender les frontières artificielles établies par l'homme pour s'adresser au citoyen du monde.

Références bibliographiques

- ADAM Jean-Michel et BONHOMME Marc, 2012, *L'argumentation publicitaire*, Paris, Armand Colin.
- ANDRADE FRICH Bodil, 2018, « Sémiotique environnementale : un champ émergent d'articulation interdisciplinaire », in *Sémiotique environnementale. Thèmes du séminaire*, n°39, [version Espagnole, En ligne], pp.13-36.
- BARTHES Roland, 1964, « Rhétorique de l'image », in *Communications*, 4, pp.40-51.
- BERTHELOT-GUIET Karine, 2015, *Analyser les discours publicitaires*, Paris, Armand Colin.
- BERTRAND Denis, 2000, *Précis de sémiotique littéraire*, Paris, Nathan.
- CAMPION Baptiste, 2016, « Alarmisme et catastrophisme ? Rhétoriques de la peur dans les échanges en ligne relatifs aux changements climatiques », in *La communication environnementale*, Paris, CNRS Editions, pp.59-75.
- CATELLANI Andrea, 2016, « Sémiotique de la communication environnementale », In *La communication environnementale* [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editionscnrs/20865>>. ISBN :9782271122155.
- CISSE Mahamadou Hassane, 2022, « Sémiotique du développement durable : Gestion des ressources naturelles au Sahel et défis actuels », in *ANADISS*, n°33, I, pp.259-270.
- DAKOUO Yves, 2017, « Littérature et pratiques rituelles : le statut sémiotique des signes mystiques », in *Présence Francophone : Revue internationale de langue et de littérature*, Vol. 89, n°1, Article 12, disponible sur : <https://crossworks.holycross.edu/pf/vol89/iss1/12>
- ECO Umberto, 1970, « Sémiologie des messages visuels », in *Communications*, n°15, pp.11-51.
- CHEVALIER Jean et GHEERBRANT Alain, 1982, *Dictionnaire des symboles*, Paris, Robert Laffont/Jupiter
- COURTES Joseph, 1991, *Analyse sémiotique du discours : de l'énoncé à l'énonciation*, Paris, Hachette [version numérique].
- FONTANILLE Jacques, 2015, *Formes de vie*, Liège, PULG.
- GREIMAS Algirdas Julien et COURTES Joseph, 1979, *Sémiotique : Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, T1, Paris, Hachette Université.
- GROUPE μ, 1992, *Traité du signe visuel*, Paris, Seuil.

- HÉNAULT Anne, 2008, « Image et texte au regard de la sémiotique », in *Le français aujourd'hui*, vol.2, n°161, pp.11-20.
- JAPPY Tony, 2002, *Propos sur l'allégorie*, [en ligne], consultable sur <http://gala.univ-perp.fr/~tony/propos.htm>].
- JOLY Martine, 1994, *L'image et les signes*, Paris, Armand Colin, 2e édition.
- MEYRAN Régis, 2004, « La manipulation par l'image », in *Sciences Humaines*, hors-série n°43, pp.80-84.
- MILLOGO Louis, 2007, « Une affiche publicitaire du Burkina Faso : nature et culture », in *Introduction à la sémiotique*, Paris, L'Harmattan, pp.175-200.
- Ministère fédéral de la coopération et du développement économique (BMZ), 2020, *La transition vers les énergies renouvelables en Afrique*, éd. Banque de développement KfW.
- OUEDRAOGO Mahamadou Lamine, 2017, « La présence signifiante de l'absence : pour une sémiotique de l'absence », in *Repères, Revue scientifique de l'Université Alassane Ouattara Philosophie et Sciences Humaines*, Vol.1, n°1, pp.27-49.
- RASTIER François, 1990, « Sémiotique », in *Revue encyclopédie philosophique universelle*, Paris, PUF.
- SCOTT David, 2005, « La structure sémiotique de l'allégorie : analyse peircienne d'une icône nationale : Britannia », in *Protée*, 33(1), pp.39-48.
- THIBAUD Robert-Jacques, 2019, *Dictionnaire de mythologie et de symbolique égyptienne*, Paris, Dervy.
- WINAND Jean, 2006, « L'image dans le texte ou le texte dans l'image ? Le cas de l'Égypte ancienne », in *VISIBLE n°2, Syncrétisme : l'hétérogénéité du visuel*, Limoges, Pulim, pp.141-158.