

PAROLES VISUELLES : L’AFFICHE DE FILM COMME OUTIL DE PROMOTION DES LANGUES AFRICAINES

Saïdou Arnaud KAFANDO

Université Joseph KI-ZERBO (Burkina Faso)

saimonde014@gmail.com

Germain KABRE

Université Joseph KI-ZERBO (Burkina Faso)

kdmgermain7@gmail.com

Karim KONFE

Université Joseph KI-ZERBO (Burkina Faso)

karimkonfe91@gmail.com

Résumé

Cet article analyse comment les affiches de films africains participent à la modernisation et à la promotion des langues africaines à travers leurs codes textuels. Il s’appuie sur la théorie sémiotique de Roland Barthes, notamment la dénotation, la connotation et le mythe. Ainsi, il explore la manière dont les affiches intègrent des éléments linguistiques, notamment les titres pour valoriser les langues locales tout en répondant aussi aux exigences d’un marché international. Notre analyse s’est faite à partir de six affiches de films africains. En appliquant l’approche barthésienne, nous avons pu démontrer que l’affiche de film africain est perçue non seulement comme un outil de communication et un support promotionnel mais aussi un espace de résistance culturelle et identitaire.

Mots clés : Paroles visuelles – théorie sémiotique – langues locales – titre de film

Abstract

This article analyzes how African film posters contribute to the modernization and promotion of African languages through their textual codes. It draws on Roland Barthes' semiotic theory, particularly denotation, connotation, and myth. Thus, it explores how posters integrate linguistic elements, particularly titles, to promote local languages while also meeting the demands of an international market. Our analysis is based on six African film posters. By applying the Barthesian approach, we were able to demonstrate that the African film poster is perceived not only as a communication tool and promotional medium, but also as a space for cultural and identity resistance.

Keywords: Visual words – semiotic theory – local languages – film title

Introduction

En Afrique, la structuration des langues nationales constitue un enjeu majeur pour leurs préservations et leur valorisation dans un contexte sociolinguistique dominé par les langues étrangères. Pendant longtemps, la plupart de ces langues ont été reléguées à leur strict minimum d'utilisation notamment à des usages traditionnels ou communautaires tels que les rites initiatiques et les échanges interpersonnels. Mais, à travers les arts et la littérature, elles gagnent, au fil des années, une visibilité considérable sur maintes plateformes de communication contemporaines comme le cinéma dont la première manifestation porte sur l'affiche de film. L'affiche de film se présente comme un outil important dans le processus de préservation et de promotion de ces langues au regard de ses fonctions multimodale et polysémique. Elle est un espace privilégié où la langue joue un rôle à la fois identitaire et culturel. Toutefois, dans quelle mesure l'affiche de film africain constitue-t-elle un espace de promotion des langues africaines ? Nous posons l'hypothèse selon laquelle l'affiche de film africain est un espace de promotion des langues locales. Cette étude a pour objectif de montrer que l'affiche de film contribue à la modernisation et à la promotion des langues africaines. Ainsi, en s'appuyant sur la théorie sémiotique de Roland Barthes, elle explore la manière dont les affiches de film intègrent des éléments linguistiques pour valoriser les langues locales tout en répondant aux exigences du marché mondial. Notre travail s'articulera d'abord sur le cadre théoriques et méthodologique, ensuite les résultats et enfin une discussion.

1. Cadre théorique

L'analyse sémiotique de R. Barthes s'intéresse à la manière dont les différents signes interagissent pour produire du sens en s'articulant autour de différents niveaux d'interprétation. Dans le cas des affiches de films, les signes renvoient aux éléments iconiques, plastiques et linguistiques. Ce dernier élément faisant l'objet de notre analyse fera appel à l'approche barthésien qui comporte trois niveaux d'analyse à savoir la dénotation, la connotation et le mythe.

1.1. Le dénotatif

Le dénotatif correspond au sens littéral, le sens propre. C'est ce qui est perceptible par les cinq sens. Dans le cadre de ce travail, cela consiste à recenser ou à décrire les éléments visibles notamment les inscriptions linguistiques en langues locales

contenues dans les affiches. Ce niveau matérialise la présence de ces langues dans l'espace visuel de l'affiche, particulièrement dans les titres des films.

1.2. Le connotatif

Le niveau connotatif s'intéresse au sens implicite des éléments dénотатifs. Il renvoie à la signification symbolique, culturelle ou émotionnelle des signes dénотés. Le connotatif se caractérise par son aspect proprement conceptuel. Il s'agit à ce niveau de ressortir les choix culturels profonds exprimés par l'usage des langues africaines dans les titres des films.

1.3. Le mythe

Le mythe est pour R. Barthes (1957, p. 181), « un système de communication, un message ». Il est un modèle de discours qui véhicule des idéologies, des valeurs sociales et culturelles. Tout texte qu'il soit littéraire ou non, ne saurait exister sans une visée sémiotique (variante de la définition de l'idéologie) que R. Barthes appelle mythe. Ainsi, pour P. V. Zima (1999, p. 17), « aucune théorie de la littérature, qu'elle soit psychanalytique, sémiotique, féministe ou marxiste, ne saurait se passer d'un certain engagement idéologique ». Alors, l'idéologie est ancrée dans tous les textes et c'est elle qui conditionne la trajectoire discursive que doit prendre le texte. L'idéologie est un ensemble d'idées ou de décisions structuré qui affecte la perception du monde et conditionne les actions individuelles ou collectives. À ce propos, P. V. Zima (1999, p.17) ajoute que « l'idéologie apparaît tout d'abord comme un langage collectif, comme un sociolecte qui articule des intérêts et des valeurs de groupe ». H. Arendt (1972), la définit comme « la logique d'une idée ». Selon elle, l'idéologie est un système fermé qui explique l'histoire et le monde de façon holistique. L'idéologie correspond dans notre registre à l'objectif visé ou l'impact escompté par l'ensemble des affiches des films de ce corpus. L'usage des langues africaines dans les titres des films constitue une stratégie sémiotique forte.

2. Cadre méthodologique

2.1. Spécification du corpus analysé

Dans son acception classique, le dictionnaire *Le petit Larousse illustré* (2012, p. 21), définit l'affiche comme une « feuille imprimée, souvent illustrée, portant un avis officiel, publicitaire, etc., placardée dans un lieu public ». Elle vise dans le domaine cinématographique à assurer la promotion d'un film avant et/ou pendant sa projection dans les salles. Outil de communication stratégique, elle est un visuel publicitaire

[Numéro Spécial- septembre 2025 : Actes du 2^{ème} Colloque International Pluridisciplinaire du LADYLAD, Abidjan-27-28 mars 2025]

imprimé sur du papier présentant des informations sur une œuvre filmique. Elle combine image, texte, couleur et parfois chiffres pour jouer plusieurs fonctions dont la première est d'informer, séduire et convaincre son public.

Mais, au-delà de sa fonction promotionnelle, l'affiche de film joue un rôle culturel et identitaire surtout quand elle intègre des langues africaines dans ses éléments textuels tels que les titres. Celle-ci devient un support de visibilité linguistique qui participe à la valorisation et à la promotion des langues africaines. Dans ce travail, la langue est l'élément central dans la perception culturelle des affiches. C'est dans cette perception culturelle de la langue que S. Coulibaly (2025, p. 195) affirme ceci :

La langue est culture. Et la culture est avant tout la langue. Elle est une représentation fondamentale du monde réel et imaginaire. Elle est la manifestation d'une identité culturelle. Dans ce sens, la langue devient l'un des socles de la culture d'une communauté et cela à travers son emploi imagé.

La langue est alors une représentation de l'identité culturelle d'un peuple. Elle incarne et, est l'essence de la communication au sein de la société. Elle est un facteur d'identification des origines des individus, donc de leur culture. Alors qu'est-ce qui justifie le choix de notre corpus ?

2.2. Justification du corpus

Le corpus de notre étude est composé d'affiches de six films africains qui sont : l'affiche du film *Buud Yam* de Gaston Kaboré, un cinéaste burkinabè ; l'affiche du film *Sira* de Apolline Traoré, elle aussi cinéaste burkinabè ; celle de *Lingui, les liens sacrés* de Mahamat-Saleh Haroun du Tchad ; l'affiche du film *TIMBUKTU* d'Abderrahmane Sissako de la Mauritanie ; aussi il y a l'affiche du film *Moolaadé* du Sénégalais Ousmane Sembène et enfin l'affiche du film ivoirien *Aya de Yopougon* de Marguerite Abouet et Clément Oubrerie. Le choix de notre corpus est motivé par le fait que nous avons une proximité avec les pays d'origines de ces films dont les affiches font l'objet de cette étude. Il y a aussi la prise en compte de plusieurs zones de l'Afrique (Afrique de l'ouest, Afrique centrale et Afrique du nord). Et une autre des raisons est la connaissance des langues locales utilisées dans ces affiches qui est aussi un adjuvant du choix de ce corpus.

2.3. Spécification de la technique de collecte des données et leur analyse

Les titres rédigés en langues africaines dans les affiches des films qui ont retenus notre attention, sont spatialement agencés, visuellement mis en valeur à travers la typographie, la couleur, la taille, la disposition et/ou position du titre. Les inscriptions linguistiques des affiches du corpus qui nous intéressent dans ce travail sont les titres. Qu'entendons-nous du terme titre ? Un titre est la désignation ou l'appellation d'une œuvre. Inscrit en tête, sur la couverture ou sur le dos de l'œuvre. Le titre fournit des informations sur son contenu. Alors, C. Noille (2023, p. 49) affirme que :

Le titre est à la fois un élément matériel (littéralement, un écriteau), un écrit (une inscription : un énoncé formulaire) et une information (locale ou globale), autrement dit, un objet, une forme verbale et un acte de langage. [Il est une] inscription qu'on met au-dessus d'une chose pour la faire connaître.

Ainsi, le titre d'un film est son appellation ou son nom. Il permet entre autres d'identifier chaque film. Alors, parcourons l'ensemble des affiches pour mieux appréhender les éléments de valorisation des langues du terroir.

2.3.1. La dénotation

Les différents éléments relevés au niveau de la dénotation sont porteurs de significations d'une affiche à une autre.

Affiche n° 1: *Buud Yam*, 1997

Le titre *Buud Yam*, en Mooré, signifie littéralement « la volonté du peuple ». Il respecte les règles de l'alphabet de cette langue parlée au Burkina Faso. Spatialement, le titre est placé en haut de l'affiche, en grands caractères bien lisibles. Les caractères sont en majuscules et de couleur orange vif.

Affiche n° 2 : *Sira*, 2023

Le titre « *Sira* », en bambara, signifie « la route ». Positionné en haut de l'affiche, avec un alignement centré, il est de couleur blanche. Utilisant une typographie à la fois lisible et esthétique, ce titre emploie des lettres capitales de tailles importantes. Cette disposition fait de cette langue africaine un repère de cette affiche dès le premier regard.

Affiche n°3 : *Lingui, les liens sacrés*, 2021

Le titre de ce film est bilingue : le mot « Lingui », en langue tchadienne (Sara ou Ngambaye) et « liens sacrés » sa traduction française. Typographiquement, le mot « Lingui » est plus mis en exergue par rapport à sa traduction. En effet, « Lingui » est en première position, en lettres majuscules de grande taille et de couleur orange tandis que sa traduction est en blanc, en lettre plus petite, juste en dessous. Placé en haut de l’affiche, légèrement dirigé vers le centre, ce titre exploite une typographie simple et ordinaire facilitant sa visibilité. Cette hiérarchisation visuelle met en évidence la langue locale comme étant l’élément principal.

Affiche n° 4 : *TIMBUKTU*, 2014

Le mot « Timbuktu » est une variante orthographe du nom Tombouctou. Il est repris à ce niveau dans une langue locale Touareg ou Songhaï quand bien même il est connu à l’échelle mondiale. Sur le plan visuel, le titre de ce film, parfois sous-titré « Le Chagrin des oiseaux », se trouve en bas de l’affiche. Il occupe une position stratégique en prenant presque le tiers de l’affiche. Écrit en rouge avec des lettres majuscules et de caractères très grands, il attire immédiatement l’œil.

Affiche n° 5 : *Moolaadé*, 2004

Le terme « Moolaadé », en langue pulaar, signifie protection ou asile. Ce mot est écrit selon les normes phonétiques de la langue locale. Sur l’affiche, il est placé au bas, mais se démarque des autres inscriptions grâce à la taille importante de sa police et sa couleur rouge. Avec une typographie spécifique, esthétique et attirante, les caractères de ce titre sont en minuscule.

Affiche n° 6 : *Aya de Yopougon*, 2013

L’expression « Aya de Yopougon » associe le prénom “Aya” et le toponyme “Yopougon” nom d’un quartier populaire d’Abidjan. Le titre utilise deux lignes, la première pour « Aya » et la deuxième pour « de Yopougon ». « Aya » est inscrit avec des lettres capitales très grandes en couleur rouge, ce qui fait qu’il s’impose visuellement sur l’affiche. « de Yopougon », quant à lui, est écrit avec des lettres majuscules de couleur noire mais de petites tailles de sorte que « Aya » et lui-même occupent les dimensions. Juste au-dessus de du nom “Aya”, est placée une image anthropomorphe, debout, représentant certainement le personnage éponyme. Cette harmonie dans l’organisation spatiale attire l’attention du spectateur.

2.3.2. La connotation

Affiche n° 1 : *Buud Yam*

À partir du titre *Buud Yam* le film évoque les questions de souveraineté, de légitimité culturelle et sociale d'un peuple. Il est une mention linguistique qui possède une forte connotation identitaire. Il aborde également la solidarité, le courage, la détermination et place le peuple au cœur de la cohésion sociale. Le sens implicite que dégage ce titre est une métaphore de la résistance culturelle et la protection des valeurs traditionnelles locales. L'expression évoque aussi une forme de destin assumé par le groupe, un choix volontaire face à l'adversité. Le respect de l'alphabet du Mooré, la couleur, la typographie, la taille des lettres et la disposition spatiale du titre sur l'affiche sont des éléments qui justifient la mise en relief de la langue africaine. Tout est choisis manifestement pour d'abord mettre la langue locale en avant et ensuite communiquer un message et promouvoir des valeurs.

Affiche n° 2 : *Sira*

Le choix du nom « *Sira* » n'est pas fortuit en ce sens qu'il connote plusieurs signifiés à la fois. Traduit littéralement, il signifie « la route » en Bambara. Mais, il est polysémique car la route dont il est question ne se limite pas seulement au chemin physique, mais dans un sens métaphorique peut faire référence au parcours initiatique, à la quête intérieure. Il se rapporte au voyage de la vie mené par le personnage central ; la confrontation des événements de la vie. Il est un cheminement pour aboutir à une transformation. Le choix de la typographie, l'emplacement du titre, la couleur et les caractères des lettres sont les éléments qui permettent d'affirmer que la langue africaine est mise en emphase. Cette mise en emphase répond à une volonté d'affirmer que cette langue peut véhiculer les mêmes codes de communication que les langues du colon. Ce qui contribue à la légitimation de cette langue et par ricochet une valorisation de la culture africaine.

Affiche n° 3 : *Lingui, les liens sacrés*

Le mot « *Lingui* » qui veut dire « liens sacrés » renvoie aux liens non pas physiques mais virtuels. C'est une relation invisible mais indispensables pour unir les membres d'une communauté. Ce titre se focalise sur les valeurs morales telles que les obligations familiales. Il exprime également la solidarité, la parenté et la fraternité. Il se rapporte aux liens sociaux et spirituels qui régissent la vie au sein de la communauté. Elle connote l'ancrage des traditions et des coutumes dans la vie

quotidienne des populations de ladite communauté. L'utilisation simultanée des deux langues sur cette affiche, le plurilinguisme, répond à une volonté d'adaptation de ce film au marché local tout en facilitant sa réception à l'international. Pour ce faire, l'un des moyens efficaces est le bilinguisme qui permet à l'affiche de s'adressant à différents spectateurs qui ne parlent pas la même langue. La disposition du nom et sa traduction contribuent à l'atteinte de cet objectif. La langue africaine placée en première position témoigne de l'importance qui est accordée à cette langue. Il en est de même pour la typographie, la différence dans l'emploi des couleurs et la taille des caractères qui participent chacun à sa manière à la mise en avant de la langue locale.

Affiche n° 4 : *TIMBUKTU*

« Timbuktu » est l'appellation originelle du nom « Tombouctou » qui fait référence à la ville et commune urbaine du Mali, pays situé en Afrique de l'Ouest. Tombouctou est le chef-lieu de la région de Tombouctou. Ce toponyme, dans un sens plus élargi traduit la grandeur culturelle du continent africain en général et l'Afrique de l'Ouest en particulier. En effet, Timbuktu est une ville carrefour des savoirs et de la mémoire. L'inscrire comme étant le titre d'un film est une fierté identitaire collective. Il permet de se remémorer cette partie de la terre, qui autrefois était la capitale intellectuelle et spirituelle. Alors, ce film parle de culture, de quête identitaire au cœur du continent africain. La taille, la couleur, la typographie et la disposition du titre ne sont pas anodins. Il s'agit d'une insistance visuelle pour attirer l'attention du spectateur sur ce toponyme qui résume en grande partie l'intrigue du film. Cette insistance traduit également de la volonté d'utiliser des appellations phonétiquement correctes pour la désignation de lieu dont la prononciation a connu un changement phonétique avec la transcription du colon à son arrivée.

Affiche n° 5 : *Moolaadé*

Le titre *Moolaadé*, qui signifie « protection sacrée » ou « droit d'asile » en langue pulaar, est chargée de valeurs. Le pulaar est une variété du peul parlé dans plusieurs communautés au Sénégal. Elle a été reconnue comme langue officielle par la constitution du Sénégal en 2001. Le fait que ce titre ne soit pas traduit montre sa force intrinsèque. Cela témoigne de l'importance et de la grandeur de cette langue dans son environnement. Par conséquent, le choix de cette langue pour le titre est non seulement une volonté de la perpétuer et montrer qu'elle peut faire voyager la culture africaine au même titre que le font les langues du colon mais aussi une opportunité

de promotion et de valorisation de cette langue et par ricochet toutes les langues africaines. Ce titre est l'interface de son film.

Affiche n° 6 : *Aya de Yopougou*

L'expression « Aya de Yopougou » associe "Aya" et "Yopougou". Le prénom "Aya" qui désigne le prénom d'une fille née un vendredi chez les Baoulé et le toponyme "Yopougou" nom d'un quartier populaire d'Abidjan qui symbolise la vie urbaine africaine contemporaine. Les deux associés forment une mention linguistique qui se fait allusion à une fille venue des campagnes se fait une place à sa manière dans l'un des plus grands quartiers d'Abidjan. L'usage de ce titre dans l'affiche projette une vision ancrée dans la réalité contemporaine du continent africain, tout en mettant en lumière la langue et les références locales. A partir de ce titre, l'on voit un personnage qui fait cohabiter son identité primaire avec l'univers de la ville.

2.3.3. Le mythe

Au regard de ce qui précède, les affiches montrent que les langues africaines sont capables de transmettre des récits universels. Elles peuvent exister dans les médias modernes et jouer les mêmes rôles que les langues étrangères. Elles dégagent un nombre énorme d'idéologies, encore appelées valeurs, ici en lien avec l'Afrique.

- Le collectivisme

Les affiches des films *Buud Yam* et *Lingui, les liens sacrés* véhiculent, à travers leurs titres écrits en langues africaines, les valeurs du collectivisme. Elles placent la priorité des actions sur le collectif au détriment de l'individualisme. Cette idéologie repose sur les valeurs morales au sein de la société. La langue permet d'unifier les individus au sein de la communauté. C'est le point de vue que partage S. Coulibaly (2025, p.193) quand il écrit que « la langue est un moyen d'intégration des peuples »

- La résilience

Cette idéologie est transmise par les films *Sira* et *Moolaadé*. Elle est une valeur qui se rapporte aux combats menés quotidiennement par les femmes pour leur émancipation et autonomisation. Faces aux épreuves de la vie, les personnages s'adaptent à leurs conditions de vie.

- **La résistance**

La résistance se manifeste sur les affiches de plusieurs films à savoir *Buud Yam*, *TIMBUKTU*, *Moolaadé*. Elle est une idéologie qui vise la valorisation des droits des femmes. Elle est également une lutte pour la préservation de la dignité face aux adversités.

- **Le courage**

Le courage est une valeur qu'incarnent la plupart des affiches du corpus de cette étude. L'une de ses caractéristiques majeures est la couleur rouge des lettres. À ce niveau, cette couleur renvoie non seulement à la bravoure, à la détermination mais également la résistance, la résilience et même au sang versé. Comme illustration, nous avons les titres des films *Buud Yam*, *Lingui*, *les liens sacrés*, *TIMBUKTU*, *Moolaadé*, qui sont tous écrits en couleur rouge.

- **La solidarité**

La solidarité est l'une des idéologies que le message véhiculé par les titres des films préconise. Cette solidarité est une valeur que cultivent les sociétés africaines depuis belle lurette. Pour cela, ce message filmique vient confirmer l'importance de sauvegarder cette pratique qui est une richesse culturelle qui unit les Africains autour de leurs défis communs. Elle se lit à travers les affiches des films *Buud Yam*, *Moolaadé* et *Lingui*, *les liens sacrés*.

- **Le patriotisme**

Le patriotisme est un comportement perceptible à travers les titres de certains films. Par exemple *TIMBUKTU* et *Aya de Yopougon* véhiculent un message qui va dans ce sens. Il appelle les citoyens à faire du patriotisme leur quotidien, de l'intégrer dans leur vie. L'usage des toponymes va au-delà d'une simple envie de citer ces lieux. Il est une interpellation du spectateur de prendre conscience et cultiver le patriotisme autour d'eux.

3. Résultats de l'analyse

3.1. La dénotation

Dans les six affiches qui composent ce corpus, on remarque une volonté claire de mise en évidence des langues africaines grâce aux titres à travers la typographie, la couleur, la taille des lettres et l'organisation spatiale. L'utilisation des langues locales dans les affiches de films africains ont été fait avec stratégie. Le choix des caractères et formes, des dispositions et surtout des couleurs dans les inscriptions des titre montre à souhait une volonté manifestes de la part des réalisateurs de donner des messages ;

chose réalisée avec succès. Les typographies soigneusement choisies ne sont pas bénignes. Bien visibles, elles facilitent la lisibilité des titres et touchent la sensibilité du spectateur. Elles contribuent à l'inciter et à l'intriguer. En effet, la police, la couleur, la taille des lettres et leur disposition sur l'affiche occupent une place importante dans la représentation visuelle des langues locales sur les affiches des films. Retenons qu'à travers ces titres, l'affiche de film devient un véritable espace de valorisation des langues africaines. Elles sont à la fois un moyen de communication et un support d'expression artistique, identitaire et culturelle.

L'ensemble des stratégies mise en œuvre pour rendre le titre expressif sont des preuves du rôle qu'il joue dans la valorisation et la promotion de la culture africaine.

3.2. La connotation

L'analyse connotative des inscriptions linguistiques dans les affiches du corpus de cette étude met en évidence une situation remarquable. En effet, lorsque nous parcourons chacune des affiches, le titre est écrit en une langue locale et parfois traduit en français. Ce choix stratégique ne saurait être anodin. Il a vocation de transmettre un message. Ainsi les titres des films, employés sous plusieurs modes, véhiculent un message à forte connotation culturelle et identitaire. En tant qu'éléments principaux de l'affiche, ces titres représentent des moyens efficaces pour la promotion et la valorisation des langues du terroir. Cette technique (titres rédigés dans des idiomes africains) répond à une volonté manifeste de donner une visibilité aux langues locales et par ricochet une reconnaissance de la culture des peuples africains. Elle est une stratégie discursive qui vise à l'ancrage des récits des films africains dans des réalités linguistiques propres aux africains. Cet examen nous permet de comprendre comment ces titres participent à la promotion des langues africaines et les raisons idéologiques de ces choix. Ces six titres, tous employés en langues africaines, ancrent chaque film dans son contexte culturel spécifique. Ils sont tous des signes qui véhiculent une identité culturelle. Écrire les œuvres en Mooré, en Bambara, en Pulaar, en Arabe tchadien ou encore en Songhaï, les réalisateurs participent à une réhabilitation des langues africaines dans un espace dominé par les langues coloniales. Chacune de ces mentions linguistiques accomplit un acte de reconnaissance et de promotion des langues africaines. Elles deviennent alors des canaux de diffusion de ces langues à l'échelle mondiale.

L'usage de ces langues dans les affiches des films permet à l'Afrique de raconter sa propre histoire dans ses propres langues. Ce qui fait des affiches des outils de promotion et de valorisation des langues africaines en ce sens qu'elles offrent de la visibilité aux langues locales. En effet, l'usage de ces langues est une marque d'un

[Numéro Spécial- septembre 2025 : Actes du 2^{ème} Colloque International Pluridisciplinaire du LADYLAD, Abidjan-27-28 mars 2025]

ancrage identitaire. Les titres permettent aux spectateurs africains de se reconnaître à travers leurs langues, leur culture. Ils favorisent une bonne reconnaissance de ces langues locales à échelle mondiale. Cette situation cultive chez le spectateur non-africain une valeur culturelle différente de la sienne. Cela montre que les langues africaines sont capables, au même titre que celle des colons, de véhiculer des idées, des émotions et des histoires universelles. Cette tendance de privilégier les langues africaines dans les affiches des films devient la spécificité de l’affiche de film africain. Elle est au-delà tout un signe distinctif esthétique qui attire l’attention du spectateur.

3.3. Le mythe

Il est nécessaire de souligner que les valeurs sont transversales entre les différentes affiches. Cela veut dire que c’est à titre illustratif que les affiches énoncées ci-dessus ont été exploitées pour appuyer les explications. Ces titres nourrissent une volonté manifeste de privilégier la mise en avant d’une identité culturelle africaine. Les films africains à travers leurs affiches travaillent pour la modernisation et la valorisation des langues africaines. Ils placent ces langues au centre des récits textuels en rendant leurs visuels expressifs et attractifs à travers l’usage de typographies et de couleurs spécifiques. Ainsi, la langue prend une tendance ascendante et devient un moyen efficace d’expression universelle. Les titres témoignent de la pluralité des langues des sociétés africaines donc d’une richesse culturelle. Le cinéma alors être considéré comme un moyen efficace de diffusion des langues locales à travers ses supports promotionnels que sont les affiches, dans une perspective d’universaliser les langues locales.

4. Discussion

Les affiches de films sont dans ce contexte des espaces de communications, de véhicules d’informations pour ceux qui les consultent. Alors, il est tout à fait normal que les appréciations soient par moment divergeant dans la mesure où l’on ne partage pas les mêmes codes linguistiques ni la même culture.

Affiches de films et public local

L’affiche de film dont la conception nécessite un travail à la fois intellectuel et artistique s’aligne dans une dynamique sémiotique. Une affiche qui présente des signes de l’environnement du cinéphile dont sa langue, attire l’attention de celui-ci. Elle participe à la valorisation et à la pérennisation de cette langue. Alors, l’échantillon des affiches de film que constitue le corpus de ce travail est forme de

réhabilitent les langues vernaculaires africaines. À titre d'illustration, les titres des films « Buud Yam » et « Moolandé » tirés des langues locales Mooré et Bambara pourraient attirer l'attention des cinéphiles "moorephones" et "julaphones" car ils se sentent déjà concernés par l'histoire que racontent les films. Ces affiches en dehors du public local peuvent avoir une réception controversée.

Affiche de film et public international

La lecture d'une image fixe à l'instar de l'affiche de film dépend du contexte, des compétences intellectuelles et de la culture du lecteur. Cette complexité dans son décodage fait d'elle un objet complexe alors qu'elle est censée être limpide pour tous les lecteurs. En conséquence, les concepteurs de l'affiche devraient tenir compte de tous ces paramètres dans sa fabrication de sorte à ce que tout lecteur puisse comprendre à travers les signifiants des thématiques abordées dans le film. L'affiche devient alors un alliage de plusieurs signes sémantiquement structurés qui matérialisent la culture d'un peuple ou d'une communauté et/ou dans une perspective universelle. L'utilisation des langues africaines dans les affiches de film peut intriguer les spectateurs internationaux et les inciter à la découverte d'une culture autre que la leur.

Conclusion

L'une des caractéristiques de l'affiche de film africain est l'usage des langues locales ou des toponymes dans les titres. En appliquant l'approche barthésienne, nous avons pu démontrer que l'affiche de film africain est perçue non seulement comme un outil de communication, un support promotionnel mais aussi un espace de valorisation culturelle et identitaire. L'affiche est un espace où la langue locale devient un vecteur d'idéologies. Elle contribue à la modernisation et la promotion des langues africaines tout en répondant aux exigences d'un marché cinématographique mondialisé. Alors, en choisissant de nommer les films africains avec les langues locales, les cinéastes ne font pas qu'un acte esthétique. Ils sont des porteurs d'une idéologie de reconquête culturelle.

Références bibliographiques

ARENDT Hannah, 1972, *Les origines du totalitarisme. Le système totalitaire*, Paris, "Points" Seuil.

BARTHES Roland, 1957, *Mythologies*, Paris, Editions du Seuil.

COULIBALY Soungalo, 2025, *Ancrage culturel et enjeu narratologique du récit filmique dans la colère des dieux de Idrissa Ouédraogo*, Actes du 3e colloque international du laboratoire Langues, Discours et Pratiques artistique.

DIAWARA Manthia, 1992, *Cinéma africain : politique et culture*, Bloomington, Indiana university press.

GOUMARRE Roger, 1991, *Cinéma africain, idéologies, langages, mythes*, Paris, L'harmattan.

NOILLE Chistine, 2025, *Ce que le titre fait au texte : essai de rubricologie, in Rubricologie ou de l'invention des titres et sous-titres*, Paris, Hors collection.

OUORO Justin, 2011, *Poétique des cinémas d'Afrique noire francophone*, Presse Universitaire de Ouagadougou.

ZIMA Pierre V., (1999). *Idéologie, théorie et altérité : l'enjeu éthique de la critique littéraire. Études littéraires*, Québec, département des littératures de l'Université Laval.



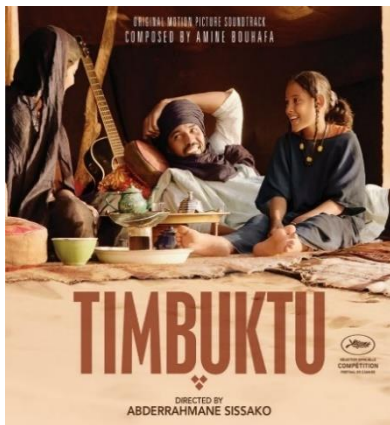
Affiche n°1



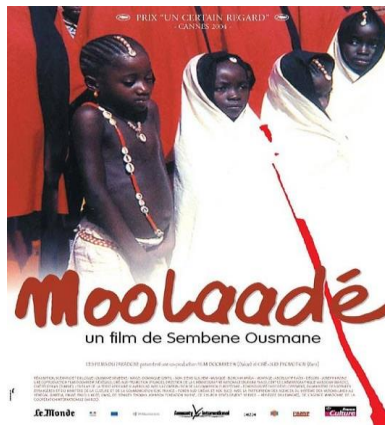
Affiche n°2



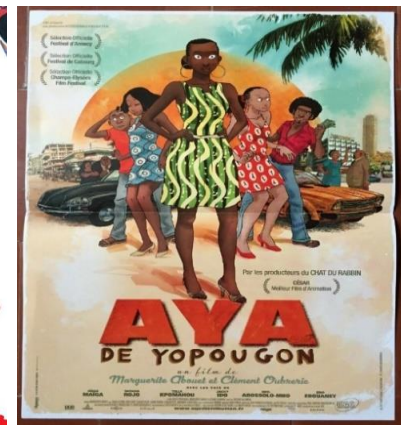
Affiche n°3



Affiche n°4



Affiche n°5



Affiche n°6