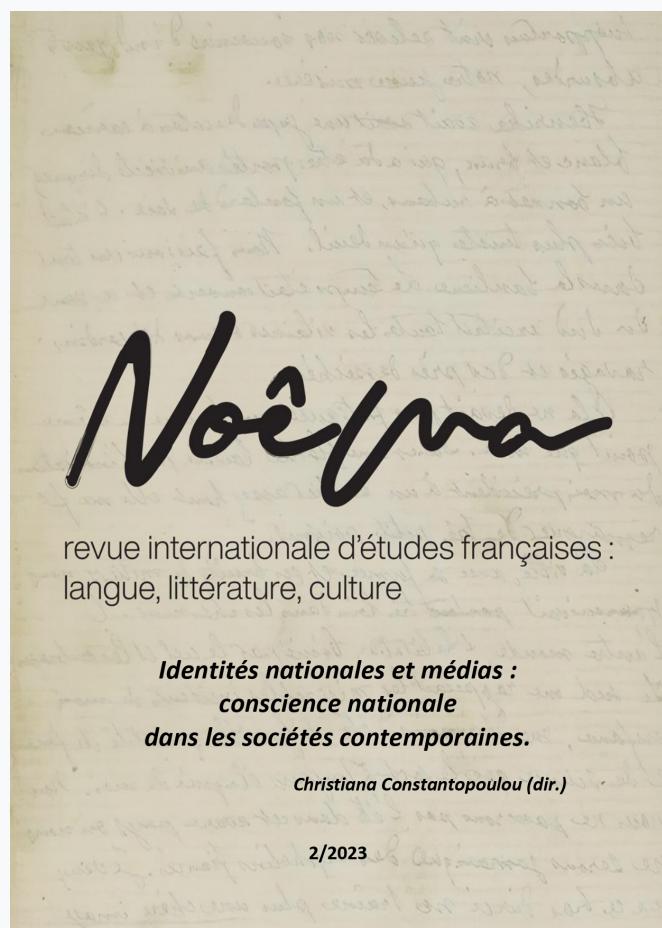


Noêma, revue internationale d'études françaises : langue, littérature, culture

Vol 1, No 2 (2023)

Identités nationales et médias : conscience nationale dans les sociétés contemporaines



Définition, mise en image et médiatisation des priorités identitaires lors du processus visuel de la commémoration

Eleni MITROPOULOU

doi: [10.12681/noema.41084](https://doi.org/10.12681/noema.41084)

Copyright © 2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

To cite this article:

MITROPOULOU, E. (2025). Définition, mise en image et médiatisation des priorités identitaires lors du processus visuel de la commémoration. *Noêma, Revue Internationale d'études françaises : Langue, littérature, Culture*, 1(2), 15–25.
<https://doi.org/10.12681/noema.41084>

Définition, mise en image et médiatisation des priorités identitaires lors du processus visuel de la commémoration

Eleni MITROPOULOU

Université de Haute Alsace

eleni.mitropoulou@uha.fr

Introduction

La question de l'identité nationale est inhérente à la question de la commémoration des faits historiques, ce processus dédié à rappeler, mentionner, évoquer, voire célébrer un événement jugé essentiel dans le parcours d'une nation. Si nous partons de la définition donnée par le CNRTL¹ de la commémoration comme « Cérémonie en souvenir d'une personne ou d'un événement, religieuse ou non – *Commémoration des saints ; commémoration d'une victoire, d'une bataille* », le cas des 200 ans de la révolution grecque (1821-2021) constitue un de ces événements sociaux² qui interpellent l'identité nationale en lui associant notamment « une image », une identité visuelle. Cette identité visuelle, créée pour l'occasion de la commémoration, doit d'abord *exprimer*³ l'événement d'origine en fonction d'un processus de sa sémiotisation et ensuite créer un lien entre deux événements (celui qui a eu lieu / celui de sa célébration), ce lien produisant un troisième événement en soi, un événement médiatique, « une sorte d'invariant inconnu que les médias vont construire⁴ ».

Nous souhaitons traiter de la relation entre ce que nous pouvons désigner respectivement par « événement exprimé » et par « méta-événement » (soit le troisième événement, issu de la fusion entre l'événement de 1821 et l'événement de 2021). L'identité visuelle de l'événement exprimé est ce qui ancre l'identité nationale dans le méta-événement et inversement.

Nous abordons l'identité comme une relation aux signes et aux figures reconnaissables et selon la permanence que cette lisibilité suppose selon Jean-Marie Floch qui la met en écho avec l'identité narrative de Paul Ricoeur⁵. Nous laisserons à la marge la question de la mémoire collective ainsi que celle de l'identité collective, malgré leur intérêt, pour privilégier une autre approche de l'identité nationale, par la commémoration telle une mythification. Une commémoration qui se donne à voir et à partager, principe de commémoration oblige, comme un rappel idéalisant l'événement originel que cet événement soit marqué socialement positivement (telle la révolution) ou négativement (tel un acte terroriste), mais qui mérite d'être remarqué et rappelé. C'est une idéalislation en tant que valeur ajoutée, en écho avec

¹ Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales.

² « Les événements sociaux ne sont pas des objets qui se trouveraient tous faits quelque part dans la réalité et dont les médias nous feraient connaître les propriétés et les avatars après coup avec plus ou moins de fidélité. Ils n'existent que dans la mesure où les médias les façonnent », Élisée Veron, *Construire l'événement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1981, p. 7-8.

³ Nelson Goodman, *Langages de l'art : une approche de la théorie des symboles*, traduit de l'anglais par Jacques Morizot, Paris, Éditions Jacqueline Chambon, 1990 [1968], p. 116-117.

⁴ « Une sorte d'invariant inconnu que les médias vont construire », Veron, *op. cit.*, p. 12-13.

⁵ « Conçue comme une dialectique, l'identité narrative articule permanence et reconnaissance des signes d'une part, irruption et affirmation d'une dimension éthique d'autre part », Jean-Marie Floch, *Identités visuelles*, Paris, PUF, 1995, p. 7.

la définition de celle-ci par Michel Chion¹ quand il évoque le son par rapport à l'image : c'est la valeur expressive et informative avec laquelle un récit enrichit, ici, l'événement jusqu'à donner à croire que cette expression/information est inhérente à l'événement. Ceci nous permet de rejoindre d'autant plus la proposition de Barthes sur le mythe comme « système de communication, [le mythe] c'est un message [...] c'est un mode de signification [...] le mythe ne se définit pas par l'objet de son message mais par la façon dont il le profère² ».

Parler en termes de mythification, qui plus est au sujet de la commémoration, appelle quelques précisions. Contrairement à la définition – dictionnaire – de la mythification³, les faits et les acteurs de la révolution de 1821 ne relèvent pas de l'imaginaire puisqu'ils sont consignés par l'histoire. Aussi, par ce terme nous entendons souligner la forte cristallisation par l'image de formes et de forces⁴ symboliques de l'événement originel exprimé par l'événement médiatique au bénéfice d'un renforcement identitaire, l'autre élément-clé de la commémoration. Ce renforcement puissant, à notre avis, dans le pouvoir sémiotique, notamment symbolique, du visuel, il est alors question de l'identité visuelle non pas de la révolution grecque (l'événement-objet de la commémoration) mais de l'identité visuelle de sa commémoration. Si la commémoration a ses propres aspects sémiotiquement pertinents, indépendamment de l'événement d'origine, elle sert surtout de support à la parole mythique.

Nous souhaitons alors insister sur une nécessaire distinction entre « l'événement » (la révolution grecque) et la « commémoration de l'événement ». Leurs liens, évidents, ne doivent pas être pour autant assimilés à un seul et même fait sémiotique. La commémoration en tant que mythification comporte deux systèmes sémiotiques, l'événement-objet (ou événement originel, la révolution) et le méta-événement (ou événement médiatique sur la révolution).

1. Définition (ou le choix des valeurs de la commémoration)

Convoquer la commémoration au titre d'une mythification par l'identité visuelle, c'est postuler que l'image créée et retenue pour incarner le méta-événement :



Figure 1 : Identité visuelle de la commémoration

Source : <https://www.orthodoxianewsagency.gr/mitropolitiko_ergo/i-m-ileias-kai-olenis/eortastikes-ekdiloseis-gia-ta-200-xronia-ellinikis-epanastasis-apo-tin-mitropoli-ileias> [consulté le 24 décembre 2020 ; traduction par nos soins : « 200 ans après la révolution – Grèce – 2021 »]

¹ Michel Chion, *L'Audio-vision*, Paris, Nathan, 1990.

² Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, Éditions du Seuil, 1957, p. 181.

³ Que l'on peut évoquer comme le processus de mise en « récit relatant des faits (imaginaires non consignés par l'histoire), transmis par la tradition et mettant en scène des êtres représentant symboliquement des forces physiques, des généralités d'ordre philosophique, métaphysique ou social », selon la définition du CNRTL.

⁴ Nicole Pignier, « De la vie des textes aux formes et forces de vie. Texte, sens et communication, entre esthésie et éthique », *Actes Sémiotiques*, 2012. Disponible sur : <<https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/4786>>.

non seulement participe de l'idéalisatoin de l'événement originel mais surtout l'image, en actualisant l'identité nationale (être Hellène aujourd'hui), lui attribue une série de valeurs qui emblématisent le lien entre les deux événements (1821-2021). Ces valeurs sont le socle de la commémoration et de l'identité nationale. L'attribution de ces valeurs est ce qui caractérise un processus de communication. Chaque processus de communication se caractérise par le fait d'imposer des valeurs.

Aussi, qu'il s'agisse d'un texte, écrit ou oral, d'images, de sons, etc., il se définit par la sélection de certaines valeurs et par conséquent par l'élimination d'autres valeurs possibles. C'est cette sélection/élimination de valeurs qui constitue le discours (écrit, oral, visuel, sonore, pluri-modal) en tant qu'objet de communication¹.

Dans le cas de notre étude, ces valeurs définissent la nature du lien commémoratif entre les deux événements (1821-2021) ainsi que les répercussions sur une identité nationale à partager. L'image ci-dessus (Figure 1) est alors l'image-porteuse des valeurs propres au méta-événement.

De fortes réactions et controverses ont accompagné en 2020 les logotypes initialement proposés pour incarner la commémoration,



Figure 2 : Le logotype initial

Source : <<https://gexaserrwn.gr/?cat=23/>> [consulté le 24 décembre 2020]

ainsi que le logotype qui a, finalement, été retenu pour célébrer médiatiquement l'événement :



Figure 3 : Le logotype retenu

Source : <<https://greekreporter.com/2020/02/08/greece-1821-2021-committee-launches-its-logo/>> [consulté le 24 décembre 2020]

Ils constituent autant de preuves du fait que le logotype est un enjeu communicationnel de taille. Il est « l'image-porteuse » des valeurs de l'identité nationale. Le logotype a une mission d'emblème national, d'autant plus qu'il exprime visuellement - en actualisant sémiotiquement - le drapeau national grec, avec plus (cf. Figure 2) ou moins (cf. Figure 3) de saillances iconographiques au niveau des traits distinctifs :

¹ Voir Eleni Mitropoulou, « Pour une approche sémio-communicationnelle du processus de médiation », in Michele De Gioia et Mario Marcon (dir.), *L'essentiel de la médiation. Le regard des sciences humaines et sociales*, Bruxelles, Peter Lang, 2020, p. 349.



Figure 4 : Le drapeau grec

Le lien *direct* avec le drapeau n'ayant pas été retenu dans le processus de communication de la commémoration, comment l'identité visuelle choisie raconte la commémoration ?

2. Mise en image (ou le récit visuel de la commémoration)

Les signes visuels de la commémoration sont partie prenante d'une *médiation identitaire*, il s'agit d'un récit concret par ses références mais abstrait par sa forme et sa force axiologiques. Le déploiement de l'emblème national, le drapeau (Figure n°4), est reformulé par la reconfiguration plastique des valeurs de son origine. On peut aisément avoir des informations sur l'ancrage symbolique du drapeau en consultant simplement Wikipédia en français :

La croix blanche est le symbole de la foi chrétienne [...] apparue lors de la révolution de 1821. [...] On compte neuf bandes blanches sur le drapeau. Elles symbolisent les neuf syllabes du cri de guerre de l'indépendance « Eleutheria i Thanatos », comprenez « La Liberté ou la Mort ». Le ciel de Grèce est représenté par la couleur bleue et rappelle que Dieu donna la force au peuple de combattre pour son indépendance¹.

ou en grec :

Le drapeau de la Grèce contient neuf bandes parallèles égales, horizontales et alternées, blanches et cyan, ainsi qu'une croix blanche à l'intérieur d'un carré cyan. Les neuf bandes correspondent au nombre de syllabes de l'expression historique « La liberté ou la mort », ainsi qu'aux lettres du mot « Liberté » (en grec). La Croix symbolise l'Église orthodoxe orientale².

Certes, cette symbolique, comme celle liée au choix de la couleur, relève de l'appropriation populaire, pour autant elle rend compte de la signification du drapeau *partagée* par le peuple grec³. Or, ainsi que nous l'avons signalé, après débats, désaccords et querelles, le choix d'un graphisme sans le signe de la croix a été retenu, par ailleurs les différences *évidentes* entre les deux ont été pointées par les médias :

¹ Source : <<https://www.macapflag.com/drapeau-officiel-pour-mat/896-drapeau-grece-officiel.html>> [consulté le 18 novembre 2021 et traduit en français par nos soins].

² Source : <https://el.wikipedia.org/wiki/Σημαία_της_Ελλάδας> [consulté le 18 novembre 2021].

³ D'où la consultation par nous de Wikipédia.



Figure 5

Source : <<https://m.eirinika.gr/article/227190/ta-panepistimia-harvard-kai-tufts-giortazoynta-200-chronia-apo-tin-elliniki>> [consulté le 24 décembre 2020 ; traduction par nos soins du texte situé en haut des visuels : « Avant et après... la différence est évidente »)

Nous avons dans ce dernier exemple une autre version du logotype non retenu, car la croix n'est plus intercalée (cf. Figure 2) et le bandeau dépasse le chiffre « 1 ».

Dans le second logotype, celui qui a été retenu (cf. Figure 3), le trait distinctif « drapeau » est éliminé, ce qui entraîne l'élimination de la valeur « nation » puisque sans la croix il n'y a plus le symbole global mais uniquement le contraste de la couleur¹. Il s'agit d'un « contraste de la couleur en soi² ». S'il s'agit du contraste le plus simple, un contraste qui n'exige pas d'effort visuel, le bleu est parmi les couleurs les plus fortes de ce contraste. Même si ce n'est pas le même bleu dans les Figures 1 et 3, l'association du bleu avec le blanc affaiblit la luminosité du bleu, le rend plus terne (cf. Figure 3), tandis que l'association avec le noir augmente la luminosité du bleu (cf. Figure 1). Le bleu (comme le blanc) n'ayant ni la même force d'expression selon la composition déclinée ni la même force symbolique comme permet de le constater la composition suivante :



Figure 6 : Autre version de l'identité visuelle

Source : <<https://grdmagazine.gr/page/2/>> [consulté le 24 décembre 2020]

Dans cet exemple, le logotype éloigne résolument le méta-événement du récit visuel qui lie l'orthodoxie et la révolution.

¹ Nous invitons le lecteur à consulter les sources des documents afin de prendre connaissance des couleurs.

² Johannes Itten, *L'art de la couleur*, Paris, Dessain et Tolra, 2000, p. 34.

En revenant sur l'identité visuelle principale (cf. Figure 3), et plus plastiquement parlant, nous pouvons observer que les bandes formant « librement » le chiffre « 2 » dans la partie gauche du logotype sont au nombre de 5 :



Figure 7 : Trois bandes blanches & deux bandes bleues

soit les cinq syllabes du mot « liberté » en grec, tandis que dans la partie droite du logotype, elles sont au nombre de 9 :



Figure 8 : Cinq bandes blanches et quatre bandes bleues

soit les 9 syllabes de la formule célèbre « la liberté ou la mort¹ ». Elles passent ainsi de 5 à 9, après avoir « traversé » le chiffre « 1 » du « 21 » (cf. Figure 3). Le chiffre « 1 » sépare les deux termes-clé de la formule (liberté *vs* mort), et telle une déchiqueteuse il fragmente visuellement la formule introduisant un « avant » et un « après » ce chiffre substantiel (1821-2021), sachant que le nombre-clé du bicentenaire est bien sûr le « 21 ». D'une part, le « 2 » est pris dans une forme visuelle non conventionnelle typographiquement suggérant le mouvement, d'autre part le « 1 » est, quant à lui, conventionnel typographiquement et marqué de statisme.

Calculé ou pas, murement réfléchi ou réalisé dans l'urgence, la pression peut-être, le fait est là. Le nombre de bandes n'est pas le même de part et d'autre du chiffre « 1 » ; les deux chiffres composant le nombre clé du méta-événement sont traitées selon des valeurs en opposition (conventionnel/atypique, dynamique/statique), sans omettre de souligner que le « 2 » est bi-colore (si nous acceptons le blanc comme une couleur²), tandis que le « 1 » est en blanc, ce qui constitue un autre contraste. Dans cette composition visuelle, on constate pour le « 1 » ce que précise Kandinsky³ pour le blanc : il apporte un mouvement, vers le spectateur, un mouvement qui n'est pas dynamique mais « statique et figé », le « 1 » est une forme stable et ancrée mais poreuse car pénétrable, capable de transformation et contrairement au logotype non retenu (Figure 2) où le chiffre « 1 » est étanche, fermé à la continuité, tel un mur. On s'interroge également sur le débordement du bandeau bleu/blanc dans sa partie gauche :

¹ En langue grecque : e-le-fte-ri-a-i-tha-na-tos

² Wassily Kandinsky, *Du spirituel dans l'art et dans la peinture en particulier*, traduit de l'allemand par Pierre Volboudt, Paris, Denoël/Gonthier, coll. « Bibliothèque Méditations », 1969.

³ *Ibid.*, p. 119.



Figure 9 : Fragment du logotype retenu

Si l'imitation de l'écriture manuelle pour le chiffre « 2 » (caractéristique des polices de la famille des scriptes) conforte ce choix car avec l'écriture manuscrite, justement, on « déborde », néanmoins, c'est surtout un indice de ce que l'on aurait éliminé ou plutôt de ce que l'on aurait remplacé : la croix (logotype initial),



Figure 10 : Fragments respectifs des logotypes initial/retenu

en y substituant un morceau supplémentaire de bandeau (logotype retenu).

Il s'agit d'un débordement ostentatoire, d'un débordement qui est moins logique dans sa forme plastique que dans sa force médiatique, voire politique. Si dans le logotype initial avec la croix, les cinq bandes (soit la partie supérieure du drapeau national) prennent du sens selon une progression (qui interpelle celle du drapeau d'origine, même si elle n'est plus verticale mais horizontale), elles sont « suspendues » de sens dans la signification globale du logotype retenu (sans la croix). Ce dernier est effectivement une reformulation visuelle d'un drapeau « présent par son absence ». Si le logotype retenu marque une rupture avec le drapeau, peut-on lire ce logotype (Figure 3) sans que notre mémoire convoque le logotype initial (Figure 2) ?

Les deux logotypes ainsi que d'autres versions associées à la commémoration, comme celle de la Figure 5 ou encore celle du Centre de l'hellénisme œcuménique (« μέλαθρον οικουμενικού ελληνισμού »)



Figure 11

Source : <<https://gnl.gr/>> [consulté le 24 décembre 2020 ; traduction par nos soins : « Hommage 1821-2021 »]

sont également marqués par les valeurs de déploiement et de cheminement. Cet exemple consiste en un cas très intéressant car le déploiement/cheminement caractéristique des logotypes est associé au drapeau (donc à la croix) et c'est aussi le drapeau qui, comme le chiffre « 1 » (Figure 3) est le chef-lieu d'un relais dynamique, ici au centre de l'image d'un mouvement de conversion solide, un pivot.

Revenant à l'exemple de la Figure 6, le chiffre « 2 » est moins « lisible visuellement » mais il garde les proportions de référence du logotype initial (Figure 2). Cela étant, ce visuel n'est pas en cohérence avec le bicentenaire car il invite à lire « 2221 ». *A priori*, il ne s'agit pas dans ce cas de la forme d'un chiffre (le « 2 ») mais celle d'un bandeau déployé, d'un parcours dont le début n'est pas visuellement situé. Cet exemple retient les valeurs de déploiement et de cheminement mais rejette celle d'une temporalité précise pour introduire son contraire, la valeur de l'intemporel. En ce qui concerne ce couple de valeurs, temporel/atemporel, dans le passage de 5 à 9 bandes (Figures 7 et 8), le chiffre « 1 » réalise le retour à la formule originelle (« la liberté ou la mort »).

Selon le sens de lecture, qui pour l'occident s'opère de gauche à droite, d'un « avant » (situé symboliquement à gauche) vers un « après » (situé symboliquement à droite), le logotype s'achève visuellement à droite avec le nombre originel des 9 syllabes. Le chiffre « 1 », par sa porosité, filtre le temps, « avance vers le passé » sémiotisant l'avenir en fonction du passé.

Ce passage de 5 à 9 bandes constitue un élément constant entre les deux logotypes (Figures 2 et 3), c'est un élément porteur d'un relais : impulsé par la figure de la croix, point de départ du logotype initial, il prend sa place pour lancer le logotype retenu.

La narration dans le logotype initial se trouve ainsi transformée par celle du logotype retenu : ce n'est plus la croix dans son parcours qui aboutit de « la liberté » à « ou la mort » mais un mouvement qui est là pour lui-même, celui qui crée un jeu de symétrie dans son propre déploiement produisant un chiffre « 2 » incliné et en effet de miroir avec la partie aux 9 bandes.

3. Médiatisation (ou une identité nationale à s'approprier)

La recherche et la sélection d'une identité visuelle pour incarner le méta-événement consiste également en une étape essentielle, voire cruciale, pour l'appropriation du méta-événement par le public, toute une nation en l'occurrence les philhellènes. Loin d'être une question de marketing (peut-on se passer d'une identité visuelle ?), une question politique (peut-on ne pas commémorer ?), ou d'enjeu médiatique (peut-on ne pas promouvoir le bicentenaire ?), un tel événement est le socle, le ciment d'une actualisation identitaire, c'est quoi être grec/grecque aujourd'hui ? D'où la nécessité d'une identité visuelle qui facilite l'appropriation de l'événement par le public. Pour que celui-ci se sente engagé, s'engage, s'en saisisse de son identité à travers le méta-événement. Le médium visuel, « l'image du mythe », mobilise la commémoration et signifie les priorités identitaires : déploiement, cheminement ascendant, avenir en construction sur la gloire du passé. Ce n'est pas nouveau pour le peuple grec qui vit cela depuis deux millénaires. L'appropriation est celle d'une longue histoire à connaître, à reconnaître et à perpétuer. Toute commémoration est une méga-mythification, toujours la même.

Dans la continuité des observations de Peraya¹, nous soulignons que la médiatisation ne doit pas impliquer que la communication est un processus de transmission (d'une identité en l'occurrence) mais un acte social. À ce titre, nous investissons la caractéristique technique du processus de médiatisation visuelle d'une finalité pour cet acte social, cette finalité est celle de l'appropriation de l'identité 2021.

Conclusions

Déchargé des valeurs historique et sociale constitutives de la révolution hellénique de 1821, celles d'un peuple croyant et pratiquant en révolte, puisque, ainsi que le rappellerait Umberto Eco, à ce jour l'implication de la dimension religieuse dans le mouvement de 1821 reste confirmée, le logotype de la commémoration reconstitue une devise, la liberté ou la mort, qui aurait son origine dans la Révolution française qui à son tour l'aurait héritée de la bataille de Platées. Plus précisément, le logotype configure la devise dans un parcours ondulant et ascendant, tel que peut l'être celui de la notion du « devenir ».

La révolution grecque se trouve, après coup, investie du rôle de guide, d'une mission de pilotage, c'est là la mythification de la commémoration, le modèle à suivre par le processus de symbolisation d'une aspiration collective. C'est là aussi qu'opère l'appropriation de *l'événement social* de la révolution de 1821 par la célébration de la commémoration de 2021, *l'événement médiatique* qui inscrit 1821 dans le devenir, dans la durée. Ce qui change par rapport au logotype non retenu c'est la rupture avec l'impulsion chrétienne de l'événement historique mais du coup avec l'absence de toute impulsion identifiée. Plastiquement, la composition graphique retenue commence par un accord chromatique (bleu/blanc) en figure de bandeau (par opposition à la partie supérieure du drapeau national) : la commémoration élimine l'accès, l'entrée, par l'identité nationale (telle que peut l'être le fragment d'un drapeau, partie d'un tout) au profil d'une identité mondialisée. Celle-ci s'opère en deux temps.

D'abord, le chiffre « 1 » est le filtre transformateur du processus de l'appropriation vers le devenir, vers l'avenir. C'est la partie du dispositif (visuel et symbolique), laquelle de par sa porosité visuelle assure (et permet) un passage en reconditionnant sa forme de ce « qui passe » par le filtre.

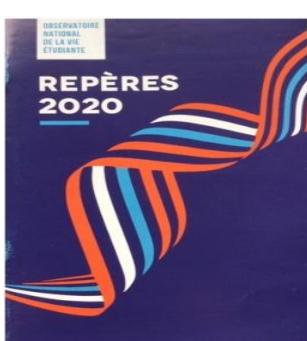


Figure 12

Livret édité par l'Observatoire national de la vie étudiante, imprimé en janvier 2021 par Merico.

L'identité se situe à la fin du processus visuel comme si elle s'est construite lors du processus visuel, grâce à ce processus, comme si elle ne (pré-)existait pas. Ensuite, le type de visuel utilisé, est un visuel passe-partout, comme le montre l'exemple ci-après : cette première de couverture d'une brochure étudiante française utilise un signifiant visuel équivalent, dont le déploiement, le cheminement, l'orientation ascendante ainsi que le chromatisme (rouge, bleu et blanc) sont là pour signifier autre chose que le bicentenaire de la révolution hellénique (usant ici du triple chromatisme du drapeau français).

¹ Daniel Peraya, « Médiation et médiatisation : le campus virtuel », *Hermès, La Revue*, vol. 3, n°25, 1999, p. 153-167.

Avec le choix du visuel pour la commémoration du bicentenaire de la révolution grecque, l'identité nationale est une identité aux caractéristiques, visuelles en tous cas, mondialisées. Une identité adaptée et adaptable, une identité conforme aux formes visuelles lissées. Une identité nationale dont l'altérité culturelle est calibrée, pour le moins ajustée. Le visuel retenu ancre la Grèce actuelle dans sa valeur chromatique touristiquement partagée. Le logotype est alors un signe visuel qui pivote la commémoration vers l'extérieur, ainsi que le confirme la version internationale :



Figure 13

Source : <<https://greece2021.gr/>> [consulté le 24 décembre 2020]

C'est à ce prix que le drapeau, emblème par principe d'une force patriotique certaine et à ce titre chargée idéologiquement, est écarté de l'identité visuelle d'une identité nationale.

Références bibliographiques

- BARTHES R., *Mythologies*, Paris, Éditions du Seuil, 1957.
- CHION M., *L'Audio-vision*, Paris, Nathan, 1990.
- FLOCH J.-M., *Identités visuelles*, Paris, PUF, 1995.
- GOODMAN N., *Langages de l'art : une approche de la théorie des symboles*, traduit de l'anglais par Jacques Morizot, Paris, Éditions Jacqueline Chambon, 1990 [1968].
- ITTEN J., *L'art de la couleur*, Paris, Dessain et Tolra, 2000.
- KANDINSKY W., *Du spirituel dans l'art et dans la peinture en particulier*, traduit de l'allemand par Pierre Volboudt, Paris, Denoël/Gonthier, coll. « Bibliothèque Méditations », 1969.
- MITROPOULOU E., « Pour une approche sémio-communicationnelle du processus de médiation », in Michele DE GIOIA et Mario MARCON (dir.), *L'essentiel de la médiation. Le regard des sciences humaines et sociales*, Bruxelles, Peter Lang, 2020, p. 341-358.
- PERAYA D., « Médiation et médiatisation : le campus virtuel », *Hermès, La Revue*, vol. 3, n°25, 1999, p. 153-167.

Définition, mise en image et médiatisation des priorités identitaires lors du processus visuel de la commémoration

PIGNIER N., « De la vie des textes aux formes et forces de vie. Texte, sens et communication, entre esthésie et éthique », *Actes Sémiotiques*, 2012. Disponible sur : <<https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/4786>>.

VERON É., *Construire l'événement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1981.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Noëma".