



De la Caverne à l'Écran

From the Cave to the Screen

HADJ TAIBI¹

Laboratoire SOPRADIS

Université Mohamed Khider Biskra | Algérie

hadj.taibi@univ-biskra.dz

NOUDJOU BOUKHENOUBA

boukhenoufa.noudjoud@univ-oeb.dz

Université Oum El Bouaghi | Algérie

Résumé : L'image dans le discours humain, des peintures rupestres aux technographismes numériques, témoigne d'une pratique historique profonde. Cette étude met en lumière l'évolution des formes d'expression visuelle, révélant un penchant constant pour l'esthétique et la rhétorique. Les résultats indiquent que cette évolution s'inscrit dans une progression lente mais inéluctable, due à l'attachement de l'homme à la puissance esthétique et rhétorique de l'image. La technologie numérique a ainsi réellement marqué un « tournant pictural » où les images deviennent essentielles à la communication.

Mots-clés : communication visuelle, image, évolution, discours numérique, technographisme

Abstract: The use of images in human discourse, from cave paintings to digital technographisms, reflects a deeply rooted historical practice. This study highlights the evolution of visual expression, revealing a constant inclination toward aesthetics and rhetoric. The findings indicate that this evolution follows a slow yet inevitable progression, driven by humanity's attachment to the aesthetic and rhetorical power of images. Digital technology has thus marked a genuine 'pictorial turn,' making images essential to communication.

Keywords: visual communication, image, evolution, digital discourse, technographism



¹ Auteur correspondant : HADJ TAIBI | hadj.taibi@univ-biskra.dz

L'utilisation de l'image dans la communication remonte à la préhistoire. Cette étude explore l'évolution de l'usage des images par les humains, depuis les peintures rupestres dans les grottes jusqu'à l'avènement des technographismes modernes dans le discours numérique, en particulier sur nos écrans connectés. L'Antiquité et le Moyen Âge ont vu l'image s'intégrer dans les manuscrits enluminés et l'art religieux pour renforcer les messages et les croyances. La Renaissance a marqué une période d'innovation extraordinaire avec des artistes comme Léonard de Vinci et Michel-Ange. L'époque moderne a introduit des révolutions technologiques, notamment l'imprimerie et la photographie, transformant la production et la diffusion des images. À l'ère numérique, particulièrement avec l'avènement du Web 2.0, les technologies modernes ont radicalement transformé la communication visuelle. Le concept de technographisme, qui désigne l'intégration de l'image et du texte dans des compositions hybrides, est omniprésent dans les communications numériques. Les mêmes, les infographies et les vidéos explicatives sont des exemples de technographismes qui exploitent les capacités des technologies numériques pour transmettre des messages de manière visuellement attrayante et engageante.

Mais pourquoi avons-nous une telle affinité pour les images ? Et pourquoi les utilisons-nous pour communiquer ? Y a-t-il un changement paradigmatique brutal ou bien une progression lente mais inéluctable, aboutissant à un « tournant pictural » ? Cette courte étude s'articule autour de l'évolution de l'utilisation de l'image dans la communication humaine, des premières formes d'expression visuelle aux technographismes contemporains.

Dans une première section et en définissant un corpus basé sur des périodes historiques et des types de supports visuels, nous tenterons de tracer l'évolution de l'utilisation de l'image dans la communication humaine. Cela nous permettra d'explorer comment et pourquoi les images ont été utilisées à travers les âges, et comment cette utilisation a évolué jusqu'à nos jours, intégrant les photographies, les mêmes, les vidéos, l'infographie et les contenus visuels sur les réseaux sociaux. Dans le corps de l'étude, une brève comparaison des trois grandes phases historiques - la préhistoire, l'Antiquité, l'ère moderne - avec l'ère numérique et l'usage massif des technographismes sur le web social, permettra de passer progressivement de l'analyse des images des grandes époques de l'histoire à celle des formes et fonctionnalités des technographismes à l'ère numérique. Et ainsi dans la dernière section de notre étude, nous examinerons en profondeur l'utilisation des divers types d'images qui ont envahi à travers les technographismes dans le discours numérique et les interactions sur le web social.

Ces images, omniprésentes dans notre quotidien, jouent un rôle central dans les modes de communication contemporains, justifiant ainsi une analyse attentive de leur impact à travers leurs formes et leurs fonctionnalités au sein de ces nouvelles modalités d'échanges dans le discours numérique. Dans cette optique, cette étude adopte une approche méthodologique visant à analyser de manière systématique l'évolution de l'utilisation de l'image, en se fondant sur un corpus représentatif des différentes périodes historiques et types de supports visuels.

Cette étude est de nature qualitative, avec une composante historique et exploratoire. Elle vise à comprendre l'évolution et l'impact des images dans la communication humaine à travers l'histoire, en se concentrant sur les technographismes contemporains. Une partie essentielle de cette étude retrace l'usage des images depuis les premières formes de communication visuelle, telles que les peintures rupestres, jusqu'à leur intégration dans les

environnements numériques actuels. Ce parcours historique constitue le fondement pour tracer cette genèse de l'utilisation de l'image dans la communication et les échanges et analyser ses formes modernes utilisées dans les technographismes. L'étude adopte une approche méthodologique combinant l'analyse de contenu et l'étude de cas, afin d'examiner les technographismes dans divers contextes (réseaux sociaux, campagnes de communication, interactions numériques). Ce qui permet d'analyser en profondeur des exemples spécifiques et représentatifs de l'utilisation des technographismes dans des contextes particuliers. Cette analyse s'appuie également sur une réflexion historique qui, ayant déjà mis en évidence la progression de l'usage de l'image à travers les époques, sert de fondement pour relier les formes anciennes et modernes d'images visuelles dans un cadre théorique unifié. Le corpus de cette étude repose sur des exemples représentatifs illustrant l'évolution dans divers contextes historiques et qui a abouti aux technographismes à l'ère numérique. Il comprend des images issues de différentes époques, telles que des peintures rupestres, des fresques médiévales, des illustrations de la Renaissance, ainsi que des technographismes contemporains issus du discours numérique. Chacune témoigne de l'évolution de l'image, dans les échanges humains, jusqu'aux technographismes actuels, prolongements naturels de cette dynamique à l'ère numérique. Les exemples historiques montrent que, depuis la préhistoire, l'image a joué un rôle central dans la transmission de significations culturelles et sociales. Les peintures rupestres documentaient des scènes de chasse ou de rituels. Les icônes religieuses du Moyen Âge véhiculaient des messages spirituels et éducatifs pour des populations souvent illettrées. Les fresques de la Renaissance racontaient des récits bibliques ou historiques avec une grande précision narrative. Les images avaient des fonctionnalités précises mais tout de même limitées

Aujourd'hui, les technographismes poursuivent cette fonction en adoptant des formes multiples, des émoticônes et emojis aux mèmes, infographies, ou encore vidéos sophistiquées. Contrairement aux périodes historiques précédentes, la technologie moderne a ouvert un espace créatif quasi illimité, permettant une diversité d'usages et d'expressions, dans les interactions numériques, sans précédent. Cette dimension historique est essentielle pour comprendre que les technographismes, par leurs formes et leurs fonctionnalités modernes perpétuent cet usage de l'image à des fins de communication fonctionnelle, tout en s'adaptant aux technologies numériques. Les critères de sélection des exemples utilisés dans cette étude reposent sur trois axes principaux. D'abord, la pertinence contextuelle : chaque exemple choisi doit représenter un type spécifique de technographisme (mèmes, émoticônes, infographies), mis en parallèle avec des formes historiques d'images, telles que les pictogrammes ou les icônes religieuses, qui remplissaient des fonctions similaires dans la communication de leur époque. Ensuite, l'impact mesurable : les exemples contemporains sont retenus en fonction de leur influence sur les utilisateurs (nombre de vues, réactions, partages sur les réseaux sociaux), tout comme les images anciennes visaient à exercer un impact culturel ou spirituel (usage dans des rituels ou pratiques religieuses). Enfin, la représentativité : les exemples sélectionnés doivent illustrer de manière fidèle les différentes formes d'usage des images dans les technographismes, tout en étant liés à des exemples historiques comparables (fresques, enluminures, peintures rupestres), afin de montrer l'évolution continue de leur fonction.

La collecte des données repose sur une analyse approfondie des images historiques et de leur rôle dans la transmission de messages à travers les âges, en établissant des liens conceptuels avec les technographismes contemporains. Cette approche inclut des

comparaisons avec des images anciennes, telles que les peintures rupestres, les fresques médiévales et les illustrations de la Renaissance. Elle s'accompagne également de captures d'écran d'interactions numériques actuelles (mèmes, émojis, infographies), issues des plateformes sociales. L'analyse de contenu s'articule en trois phases : identification, où les technographismes sont catégorisés par type (mèmes, émojis, vignettes) et comparés aux exemples historiques (peintures rupestres, icônes religieuses) ; description, qui porte sur la composition visuelle. L'objectif et le contexte historique et numérique de chaque exemple ; et interprétation, visant à analyser leur signification dans l'histoire de la communication et leur rôle dans le discours numérique contemporain, en s'appuyant sur des théories telles que le "pictorial turn", l'iconologie numérique, la sémiotique et la rhétorique visuelles. L'approche méthodologique est qualitative, historique et exploratoire, permettant d'examiner en profondeur l'évolution des significations visuelles à travers les âges et leur prolongement dans les technographismes contemporains. L'analyse de contenu et l'étude de cas relient théorie et pratique, établissant des parallèles entre les fonctions des images à travers l'histoire et leur application actuelle dans la communication numérique. Les limitations de cette approche sont liées aux contraintes formelles inhérentes à cette étude succincte, ainsi qu'à la subjectivité dans la sélection des exemples et aux variations d'interprétation des usages anciens. Ces éléments soulignent la nécessité d'approfondir et d'élargir cette recherche par le biais de nouvelles perspectives et d'analyses comparatives.

1. La genèse

Qu'est-ce qui relie les peintures rupestres de nos ancêtres aux émojis qui inondent nos écrans ? Ce premier chapitre propose un voyage à travers le temps, explorant les différentes théories qui ont tenté de décrypter le langage universel de l'image. De l'analyse des premières formes de représentations graphiques aux théories contemporaines sur le technographisme, nous examinerons comment l'image a constamment évolué, s'ajustant aux transformations des sociétés à travers l'histoire.

1.1. Les théories de l'usage de l'image à travers les époques

Les premières sociétés humaines ont représenté leur environnement et leurs croyances à travers des images. Ces premières manifestations visuelles, que l'on retrouve sur les parois des grottes, servaient non seulement à documenter le quotidien, mais aussi à exprimer des concepts plus abstraits, tels que les mythes et les rituels. Au fil des siècles, l'image a continuellement joué un rôle central dans la transmission des savoirs et des idéologies, devenant un vecteur essentiel de la culture humaine. Que ce soit à travers les fresques égyptiennes, les icônes religieuses du Moyen Âge ou les illustrations scientifiques de la Renaissance, les images ont constamment évolué pour s'adapter aux besoins et aux techniques, voire aux technologies, de chaque époque, tout en conservant leur capacité unique à capturer et à communiquer des idées complexes de manière directe et souvent universelle. « Le peintre et sculpteur avait pour tâche de traduire le mot - religieux, historique ou poétique - en une image visuelle » (Schapiro, 1973 : 5), montrant ainsi le rôle de l'image depuis l'Antiquité jusqu'au XVIIIe siècle. Les images de la faune et des scènes de chasse dans l'art préhistorique jouaient souvent un rôle symbolique ou magique. Loin de simples expressions artistiques, les peintures rupestres avaient une fonction multifonctionnelle au sein des sociétés préhistoriques : elles pouvaient être utilisées lors de rituels ou comme moyen d'éducation pour les jeunes membres de la communauté (Clottes, 2008). Dans les sociétés grecques et romaines, l'art occupait une place centrale en tant que

moyen d'expression et de communication. Sous de nombreuses formes - sculpture, peinture et architecture -, il était utilisé pour exprimer des idées et des croyances importantes, devenant ainsi un puissant moyen de communication visuelle. Gombrich (1950) souligne que les Grecs et les Romains utilisaient l'art pour véhiculer des valeurs culturelles, religieuses et des récits épiques. L'utilisation des images dans les manuscrits enluminés et les icônes religieuses du Moyen Âge était essentielle pour éduquer les fidèles illettrés. Ces images transmettaient des récits bibliques, des enseignements moraux et des concepts théologiques, faisant office de supports visuels pour renforcer la foi. Les enluminures embellissaient les textes, sacrifiant davantage les écrits, tandis que les icônes servaient de points de méditation et de prière. Michael Camille (1992) indique que ces images avaient pour objectif d'éduquer et d'inspirer la dévotion. Les artistes de la Renaissance ont perfectionné leurs techniques de perspective et de réalisme, produisant des œuvres d'art dotées d'une profondeur visuelle et d'une richesse narrative exceptionnelles, renforçant ainsi l'importance communicationnelle de l'image à cette époque. Erwin Panofsky (1955) analyse comment les artistes de la Renaissance utilisaient des techniques avancées de perspective et de réalisme pour créer des œuvres d'art qui communiquaient des récits complexes. L'invention de la photographie au XIXe siècle, suivie par celle du cinéma à la fin de ce même siècle, a radicalement changé la manière dont les images sont créées et perçues, devenant des outils puissants de communication de masse. Walter Benjamin (1936) souligne que ces deux inventions ont profondément modifié les modes de production et de consommation des images.

Aujourd'hui, les discours numériques englobent une variété de formes de communication visuelle, sonore et interactive qui dépassent les limites des textes écrits. Les médias numériques, par leur nature multimodale, permettent une fusion de mots, d'images, de vidéos, de sons et d'animations, créant ainsi des expériences de communication plus immersives et complexes. M.A. Paveau (2017) soutient que les discours numériques natifs transcendent la simple dimension linguistique, en soulignant que les aspects techniques jouent un rôle crucial dans la co-construction des formes technolangagières. Elle préconise d'écarter les perspectives logo- et anthropocentrées pour mieux comprendre ces discours.

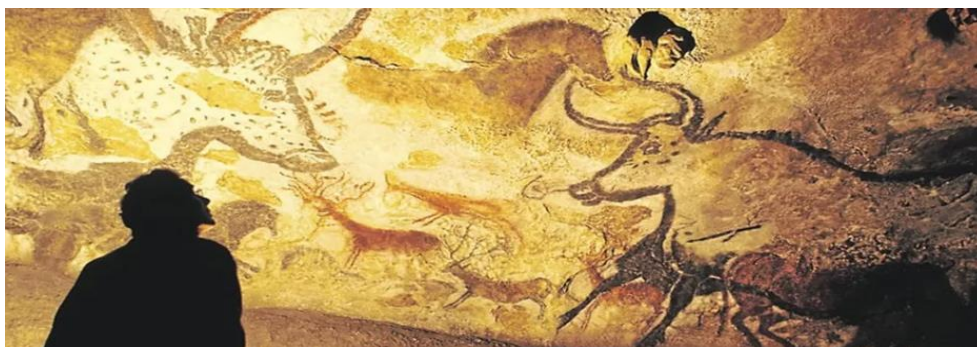
1.2. L'évolution historique de l'utilisation de l'image

L'évolution de l'utilisation de l'image dans la communication humaine peut être tracée à travers plusieurs grandes étapes historiques, de l'art pariétal aux technographismes numériques. Chaque période a marqué un tournant dans la manière dont les images ont été créées, perçues et utilisées pour transmettre des significations.

1.2.1. Les premières représentations : les peintures rupestres

Les grottes ornées de peintures rupestres témoignent d'une communication symbolique complexe et élaborée. Ces images, tout comme les signes qui les accompagnent, révèlent un système de communication sophistiqué. Cette dualité entre les images et les signes invite à réfléchir sur la richesse et la complexité des cultures anciennes, ainsi que sur le rôle central de la visualité et du symbolisme dans la transmission des connaissances et des croyances.

Image 1 : un homme "dialoguant" avec une gravure dans une grotte.



Source : [Les peintures rupestres, art ou langage ? | Les Echos](#)

Portons maintenant notre attention sur l'analyse de l'image 1 :

a) Identification

Peinture rupestre préhistorique. Cette peinture provient de la grotte de Lascaux, en France, et date de l'époque paléolithique, soit environ 17 000 ans avant notre ère. Elle représente des animaux tels que des taureaux, des cerfs et des chevaux, des figures typiques de l'art pariétal préhistorique. Les peintures rupestres sont souvent interprétées comme des manifestations artistiques ayant une signification spirituelle, rituelle ou symbolique, liées aux croyances et aux modes de vie des premiers Homo sapiens.

b) Description

La scène montre un ensemble d'animaux représentés en mouvement, dessinés avec des lignes fluides et dynamiques. Les proportions des animaux sont souvent idéalisées, et les détails varient en fonction de leur signification symbolique supposée. La palette de couleurs est limitée, utilisant des pigments naturels comme le rouge, l'ocre et le noir. La composition de l'image, qui joue avec les contours naturels de la paroi rocheuse, crée un effet de profondeur et de mouvement. Ces représentations semblent avoir plusieurs fonctions possibles : documenter des activités de chasse, représenter des croyances totémiques, ou jouer un rôle dans des rituels magiques visant à invoquer ou à influencer le succès de la chasse. L'art pariétal est l'une des premières formes d'expression artistique de l'humanité, marquée par un sens aigu de l'observation de la faune et une capacité à traduire le mouvement des animaux de manière vivante.

c) Interprétation

La peinture semble aller au-delà de la simple représentation d'animaux, étant perçue comme un moyen d'interagir avec le monde spirituel ou surnaturel. Les scènes de chasse et les animaux pourraient symboliser des mythes, des croyances totémiques ou des récits culturels qui guidaient les actions et les rituels des chasseurs-cueilleurs de l'époque. Ces peintures rupestres fonctionnent à la fois comme des documents visuels et comme des artefacts rituels. Elles ont probablement servi de supports pour la transmission de connaissances et de croyances à travers les générations, tout en créant un espace sacré où les humains pouvaient "communiquer" avec les forces naturelles ou spirituelles qu'ils représentaient. Paul Molga (2013) suggère que les premières peintures créées par l'humanité

pourraient ne pas simplement être des expressions artistiques individuelles, mais plutôt le résultat d'un langage artistique codifié. Cela signifie que ces œuvres pourraient avoir été conçues avec des conventions et des symboles partagés, servant à transmettre des idées, des croyances ou des valeurs communes au sein des sociétés originelles, interprétant cela comme une forme de dialogue avec des forces surnaturelles.

1.2.2. La Grèce antique : l'art comme moyen d'expression et d'éducation

À l'époque de Platon et Socrate, durant le Ve siècle avant J.-C., les images jouaient un rôle crucial dans la communication et la transmission de l'information au sein de la société grecque. Ces représentations visuelles ne se contentaient pas de décorer les espaces ou de servir à des fins esthétiques ; elles étaient également chargées de significations profondes et de fonctions éducatives. Les réflexions philosophiques de l'époque, telles que celles abordées par Muth, Neer, Rouveret et Webb (2012b), montrent que les images étaient étudiées pour leur capacité à refléter la réalité, à influencer les perceptions et à transmettre des messages complexes. Audrey Moutat (2021) indique qu'Aristote considérait l'image comme une nécessité pour la pensée, et donc pour la vie. Les Grecs considéraient les images non seulement comme des objets visuels, mais également comme des symboles dotés de capacités symboliques, mimétiques et performatives, capables de représenter la réalité, d'en offrir une imitation, voire d'exercer une influence directe sur les spectateurs. Cette perception dépasse la simple idée d'une reproduction passive du monde visible. Pour les Grecs, l'image était un médium dynamique, capable de provoquer des réactions émotionnelles, intellectuelles et même physiques chez ceux qui la contemplaient. Ainsi, les images ne servaient pas uniquement à reproduire ou à figer un moment de réalité, mais à interagir activement avec le regard de l'observateur, créant un espace de communication et d'interprétation fluide et mouvant. Les travaux de Reverchon (2021) apportent un éclairage précieux sur cette complexité en soulignant que les termes grecs associés à l'image, tels que *eîkon* et *eidôlon*, révèlent une compréhension particulièrement fine des multiples fonctions de l'image dans la culture hellénique. Ces termes renvoient à l'idée d'une image capable non seulement de représenter ou de copier, mais également d'agir sur le spectateur, de le toucher et de le transformer. En ce sens, les images de l'époque étaient perçues non seulement comme des artefacts visuels, mais également comme des outils puissants d'intervention dans la communication humaine, jouant un rôle central dans la transmission d'émotions, de connaissances et de valeurs culturelles. Par conséquent, l'image dans la Grèce antique occupait une place active et stratégique dans la construction du savoir et de l'expérience collective, bien au-delà de sa simple dimension esthétique.

Image 2 : Grotte Pitsa, Péloponnèse, plaquette peinte sur bois (dite Pitsa).



Source : <https://books.openedition.org/pupo/950?lang=fr>

En rassemblant les informations disponibles sur l'image 2, une gravure bien documentée par les spécialistes et largement accessible sur le net, nous pouvons l'examiner selon notre grille d'analyse de la manière suivante :

a) Identification

Plaquette peinte de Pitsa, une peinture sur bois datant du Ve siècle avant J.-C., découverte dans une grotte à Pitsa, en Grèce. La plaquette représente une scène religieuse, probablement un sacrifice, un acte courant dans les rituels religieux de l'Antiquité grecque, souvent associé à des offrandes aux dieux.

b) Description

La peinture montre un groupe de personnages en procession vers un autel, portant des offrandes. Les figures sont stylisées, typiques de l'art archaïque, avec des lignes simples et des proportions idéalisées. Un mouton, symbole de sacrifice, est également représenté, accompagné d'un joueur de lyre, suggérant la présence de musique lors de la cérémonie. Les inscriptions en grec ancien sur le dessus indiquent peut-être le nom des donateurs ou des divinités invoquées. La scène vise à illustrer un rituel religieux et l'importance de l'acte d'offrande pour les Grecs de l'époque, soulignant leur piété et leur lien avec les divinités. La plaquette témoigne de l'art votif grec, qui cherchait à traduire visuellement des pratiques religieuses tout en remplissant une fonction rituelle précise.

c) Interprétation

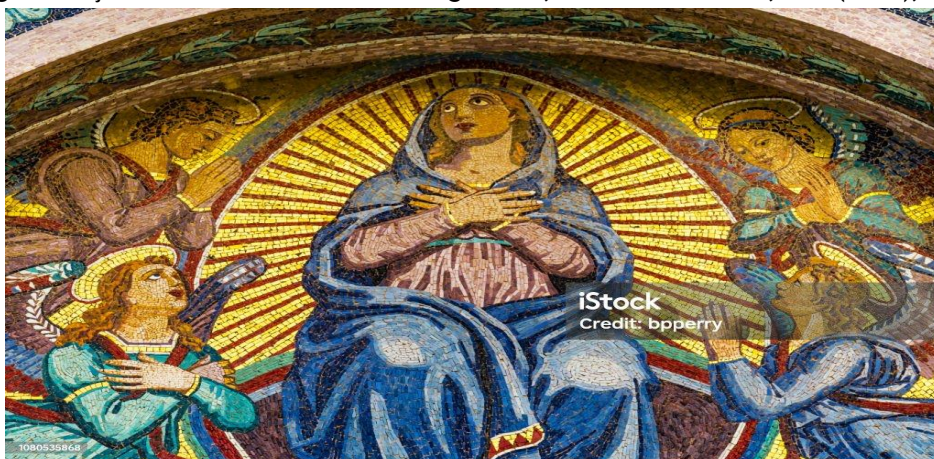
Cette peinture reflète la dimension centrale de la religion dans la vie quotidienne grecque. Elle met en évidence la nature collective des rituels, où la communauté s'unit pour honorer les dieux, en suivant des coutumes codifiées. La présence d'un joueur de lyre indique également l'intégration de la musique dans les cérémonies, un élément fondamental de la culture grecque.

La plaquette agit à la fois comme un objet religieux et un support de communication visuelle, destiné à matérialiser et à renforcer la relation entre les humains et les divinités. En outre, elle sert de témoignage historique et artistique, représentant non seulement un rituel spécifique, mais aussi l'esthétique et la symbolique de l'époque.

1.2.3. Le Moyen Âge : l'image au service de la foi

Au Moyen Âge, l'image acquiert une dimension profondément religieuse et éducative. Elle devient un moyen essentiel de communiquer la foi et de transmettre des valeurs morales au sein de la société médiévale. Dans un contexte où l'alphabétisation était limitée, les images religieuses, telles que les fresques, les vitraux et les enluminures, jouent un rôle crucial en rendant les récits bibliques et les enseignements religieux accessibles aux fidèles. Ces représentations visuelles servent non seulement à illustrer les histoires saintes, mais aussi à renforcer les messages moraux et spirituels, contribuant ainsi à l'éducation religieuse et à la cohésion communautaire.

Image 3 : Façade de la cathédrale de la Vierge Marie, Piazza del Miracoli, Pise (Italie), 1100.



Source : <https://pixabay.com/fr/images/search/images%20religieuses%20du%20moyen%20age/>

Dans ce contexte, l'image 3 offre un exemple particulièrement révélateur de ces fonctions éducatives et spirituelles, et peut être analysée selon notre grille de la manière suivante :

a) Identification

Mosaïque religieuse chrétienne. Cette mosaïque représente une scène religieuse, avec la Vierge Marie au centre, entourée d'anges. Elle semble être une œuvre d'art byzantin ou influencée par le style des mosaïques chrétiennes médiévales, courantes dans les églises et les basiliques.

b) Description

La mosaïque utilise des symboles chrétiens, comme le rayonnement doré derrière la Vierge, qui indique sa sainteté et sa connexion divine. Les couleurs dominantes sont l'or, le bleu et le rouge, des teintes symboliques de la royauté, de la divinité et de la pureté.

c) Interprétation

La mosaïque fonctionne comme un outil puissant de transmission de la foi chrétienne, visant à éduquer les fidèles et à leur offrir une expérience spirituelle immersive. Elle incarne la fonction pédagogique et dévotionnelle de l'art religieux, où l'image n'est pas seulement contemplée, mais sert à renforcer la foi et à favoriser la prière.

1.2.4. La Renaissance : l'image comme vecteur de connaissances et d'émotions

À la Renaissance, l'image est bien plus qu'un simple reflet du monde. Comme le souligne l'Institut Catholique de Paris (2017/2018) dans son article *Histoire de l'art - Introduction aux arts de l'image à la Renaissance*, l'image devient un véritable outil de communication, capable de transmettre des idées complexes et de susciter des émotions profondes. Les peintures de Michel-Ange, par exemple, illustrent parfaitement cette volonté de créer des œuvres qui ne se contentent pas de représenter une scène, mais cherchent aussi à établir un dialogue avec le spectateur. Gabriele Sprigath (1994) aborde de manière approfondie la question des interactions entre le langage et l'image, en soulignant leur complémentarité et leur capacité à générer de nouvelles formes de communication. Son analyse met en lumière la manière dont ces deux systèmes sémiotiques s'enrichissent mutuellement, chaque médium compensant les limites de l'autre. Ainsi, Sprigath montre que l'image peut non seulement illustrer ou renforcer un message verbal, mais également introduire des nuances émotionnelles et cognitives que le langage seul ne peut véhiculer. Cette cohabitation ouvre un champ de réflexion fécond sur la complexité de l'expression humaine, tant dans les arts que dans la communication contemporaine. Pour les humanistes de la Renaissance, la "peinture d'histoire" se distinguait par sa capacité à raconter des récits visuels, à susciter des passions profondes tout en transmettant des savoirs complexes. Plus qu'une simple illustration, la peinture devait être porteuse d'un discours intellectuel et émotionnel, capable d'émouvoir autant que d'instruire, rejoignant ainsi les fonctions d'un poème épique ou d'un discours rhétorique. Cette convergence entre l'art visuel et les modes d'expression littéraire reflète une vision intégrée du savoir, où chaque forme artistique participe à l'élaboration d'une expérience esthétique et cognitive globale.

Image 4 : Huile sur toile peinte entre 1634 et 1635 (Diego Vélasquez, musée du Prado, Madrid)



Source : [National Historical Museum of Sweden \(NHM\)](#) sur [Unsplash](#)

L'image 4 est un exemple révélateur de la capacité de la peinture à raconter des histoires de manière instructive et historique. Avec des informations aisément accessibles sur le net et en appliquant notre grille d'analyse, nous pouvons en explorer les dimensions suivantes :

a) Identification

La reddition de Breda (ou Les lances), peinte par Diego Velázquez en 1635. Peinture historique de la période baroque espagnole. L'œuvre représente un événement historique précis : la reddition de la ville de Breda pendant la guerre de Quatre-Vingts Ans.

Cette œuvre illustre la reddition des Hollandais aux Espagnols en 1625, mettant en scène l'échange symbolique de la clé de la ville entre les deux commandants.

b) Description

La scène est organisée autour de l'échange de la clé entre les deux figures centrales, Ambrogio Spinola (Espagnol) et Justin de Nassau (Hollandais), qui symbolise un geste de respect et de clémence. La disposition des personnages, avec les soldats alignés à l'arrière-plan et les lances dressées, crée une forte impression de profondeur et de structure hiérarchisée. L'œuvre vise à représenter la noblesse et la dignité des deux camps, en soulignant l'honneur et l'éthique des commandants, au-delà de la simple victoire militaire.

c) Interprétation

La peinture ne se contente pas de relater un fait militaire ; elle incarne une idéologie de l'époque, celle de la guerre comme un acte de noblesse et de respect mutuel entre les commandants. Le geste de Spinola, posant une main réconfortante sur l'épaule de Nassau, met l'accent sur la magnanimité du vainqueur et la dignité du vaincu. Cette peinture devient donc non seulement un document historique, mais aussi un moyen de communication idéologique, servant à renforcer le prestige de la monarchie espagnole.

1.2.5. L'époque moderne et l'ère numérique

À partir du XIX^e siècle, l'époque moderne marque une transformation majeure de l'approche de l'image. Alors que les artistes classiques visaient une représentation fidèle de la réalité, les créateurs modernes ont mis l'accent sur les potentialités expressives et émotionnelles de l'image, selon le point de vue de Baudelaire. En tant que critique d'art, Baudelaire a joué un rôle clé dans la valorisation d'artistes comme Delacroix et Manet. Scepi (2022) souligne que, pour Baudelaire, l'image devient un outil de manipulation des émotions, chaque composante contribuant à une "contamination psychique". Cette dimension expressive s'est intensifiée au XX^e siècle avec le cinéma, qui a révolutionné la communication visuelle par la combinaison de l'image en mouvement et du son. Le cinéma a influencé les perceptions culturelles, devenant un instrument narratif puissant et un vecteur de propagande. À la fin du XX^e siècle, les médias numériques ont prolongé cette dynamique, ouvrant l'ère numérique. Plutôt que de représenter une rupture, cette ère s'inscrit dans la continuité des innovations de l'époque moderne, préparant le terrain pour les technographismes. Ces créations multimédiatiques - émoticônes, émojis, infographies - répondent aux exigences d'une communication rapide et stimulante. Comme le note Paveau (2017), les technographismes intègrent images fixes, animées et texte, incluant avatars, bannières et boutons de partage. En somme, bien que séparées historiquement, l'époque moderne et l'ère numérique partagent un même objectif : rendre l'image essentielle à la transmission culturelle et sociale, en prolongeant les dynamiques visuelles amorcées par l'une et renforcées par l'autre.

2. Le pictural turn et l'avènement des médias numériques

Longtemps dominant dans les sciences humaines, le texte écrit a progressivement cédé du terrain au profit des médias visuels, englobant les arts plastiques et les supports numériques. Ce changement de paradigme, défini par W.J.T. Mitchell (1994) comme le pictorial turn, marque une redéfinition des méthodes analytiques, mettant l'image au cœur de la réflexion académique. Ce tournant visuel invite à une nouvelle appréhension des significations véhiculées par les images, qui, tout comme les textes, façonnent la perception et l'interaction humaine. Il met en exergue l'idée que l'image n'est pas un simple support d'information, mais un vecteur central de connaissance et de culture, capable de susciter des émotions et d'exprimer des significations complexes.

Dans ce contexte, l'essor des médias numériques a amplifié le rôle des images, soulignant l'importance du visuel dans nos sociétés contemporaines. Le pictorial turn ne se contente pas d'intégrer les images aux études culturelles ; il réoriente les perspectives théoriques vers une lecture plus approfondie des phénomènes visuels qui caractérisent l'ère numérique, marquée par une surabondance d'images et leur impact croissant sur la communication et la connaissance.

2.1. Au-delà de la dimension visuelle

Au XXe siècle, l'étude de l'image devient centrale pour les écrivains et philosophes, qui cherchent à en saisir non seulement la nature mais aussi l'impact social et symbolique. W.J.T. Mitchell, dans *Iconology* (1986), propose de dépasser la simple visualité de l'image pour en faire un phénomène intellectuel et symbolique, révélateur de significations complexes.

L'expression de la souffrance humaine, par exemple, ne se limite pas aux mots : la peinture s'avère plus immédiate et viscérale dans sa capacité à traduire les émotions profondes. L'œuvre de Francis Bacon illustre bien cette dynamique, non pas en reproduisant la réalité, mais en explorant les tourments de l'âme humaine à travers des compositions et des couleurs intenses qui incarnent des thèmes universels tels que la souffrance et l'angoisse.

Image 3 : capture d'écran :Trois figures à la base de la crucifixion



Source : <https://www.mbartfoundation.com/fr/la-francis-bacon->

Margherita Cole (2020) affirme que les figures de Bacon, bien qu'elles soient des images, semblent hurler, comme si l'on pouvait les entendre. Ses peintures, marquées par des distorsions corporelles et des scènes de douleur, incarnent l'essence de la tragédie humaine avec une intensité que le langage ne peut égaler. Chaque coup de pinceau et chaque nuance de couleur créent une atmosphère de tension et de désespoir, rendant l'expérience visuelle presque palpable. L'image, loin d'être un simple reflet, devient un médium pour exprimer l'indicible et susciter des ressentis viscéraux. Jean-Paul Sartre a approfondi cette réflexion

en définissant l'image comme un *acte informateur* qui vise un objet absent. Comme le précise Sawada (2013), cet objet se manifeste par un contenu physique ou psychique qui ne se présente pas directement, mais agit comme une représentation analogique. Cette conception met en lumière la capacité de l'image à transcender l'immédiateté, en agissant comme médiateur entre absence et présence et en possédant une force perlocutoire, capable de susciter des réactions émotionnelles et intellectuelles. Cette puissance de l'image se prolonge dans le discours numérique, où elle ne se contente plus de compléter le texte, mais le remplace souvent, devenant un vecteur essentiel de communication. Lebreton-Reinhard et Gautschi (2021) soulignent que la facilité de production et de partage des images a profondément transformé notre rapport à la communication contemporaine.

2.2. Le langage n'est pas paradigmatique pour le sens

Le langage verbal n'est ni l'unique modèle ni la structure exclusive par laquelle le sens se construit. Cette perspective remet en question la conception traditionnelle qui place le texte au centre de la création et de la transmission des significations, invitant à explorer d'autres formes de communication, notamment visuelles, dans la construction du sens. Dans la communication multimodale et numérique, images, vidéos et symboles deviennent des vecteurs essentiels, souvent plus immédiats et percutants que les mots.

Mitchell (2013) souligne que la philosophie anglo-américaine, s'appuyant sur la sémiotique de Peirce et les *langages de l'art* de Goodman, examine les codes des systèmes symboliques non linguistiques, rejetant l'idée que le langage soit paradigmatique pour la création de sens. McLuhan renforce ce point, affirmant que la rapidité de la communication audiovisuelle moderne remet en cause la suprématie de l'écrit (1967). Les images, loin d'être de simples supports, acquièrent une autonomie, avec des "désirs" et des "exigences" propres, comme l'observe Mitchell.

Nathalie Desmet (2009) précise que le visuel et le linguistique sont indissociables, non pour établir une domination du visuel, mais pour rétablir un équilibre théorique : même en philosophie, les concepts sont autant liés au langage qu'aux pratiques représentationnelles.

Image 4 capture d'écran 25/07/2024



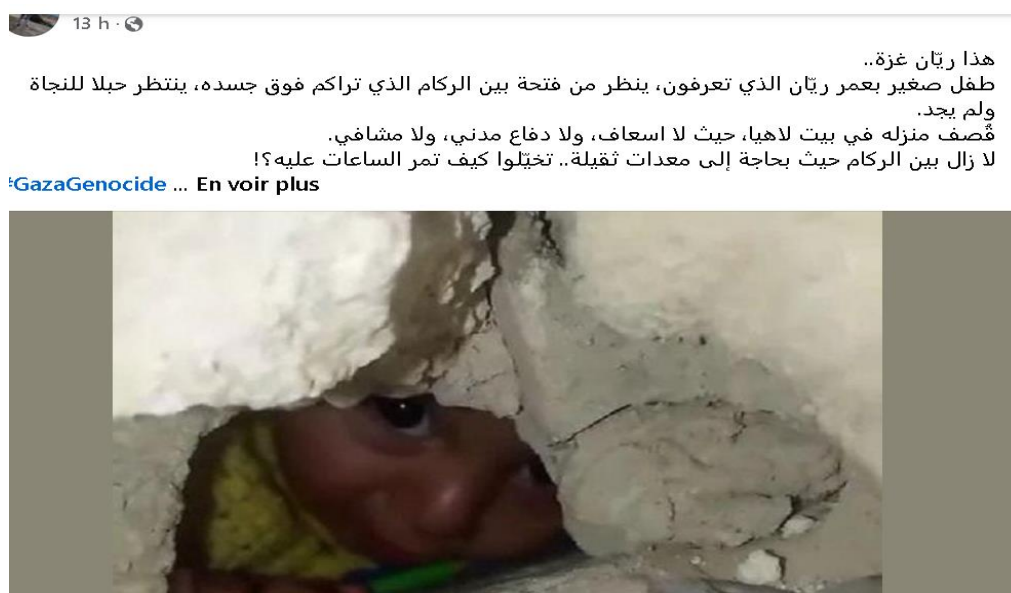
Source : <https://www.konbini.com/arts/lhistoire-derriere-la-celebre-migrant-mother>

L'image 4 illustre à la fois la détresse et la résilience d'une mère et de ses enfants pendant la Grande Dépression. Elle est devenue un symbole emblématique de cette période de l'histoire américaine. Lorsqu'on connaît le contexte, cette image transmet de manière immédiate et poignante les réalités économiques et humaines de l'époque, souvent de façon plus efficace que de longs textes explicatifs.

2.3. Les médias sont des extensions de notre système nerveux

L'affirmation selon laquelle « les médias sont des extensions de notre système nerveux » offre une perspective fascinante sur l'influence des technologies de communication. Cette idée suggère que les médias ne se limitent pas à la simple transmission d'informations. Ils agissent également comme des prolongements de nos capacités perceptuelles et cognitives. En tant qu'outils technologiques, ils modifient et amplifient notre expérience sensorielle et neurologique. Cette conception permet de mieux comprendre l'impact des technologies numériques et des plateformes de communication. Ces médias modifient non seulement la manière dont nous accédons à l'information, mais aussi la façon dont nous la traitons et y réagissons. Cette approche enrichit notre compréhension des interactions entre technologie, cognition et communication. Selon McLuhan, cité par Omar Kane (2016), les médias électroniques ne sont plus de simples extensions d'un sens unique, comme le livre pour la vue ou le langage pour l'ouïe. Ils deviennent des prolongements du système nerveux humain dans son ensemble. Cette transformation a des conséquences profondes. Elle provoque notamment l'abandon de la conception linéaire de l'espace et du temps, marquant ainsi la transition vers l'ère post-imprimée (Kane, 2016).

Image 5 : la guerre à Gaza : un petit enfant enseveli, vivant, sous les décombres



Source : <https://www.facebook.com/hashtag/gazagenocide> 25/10/2024

Le technographisme est un exemple de production de média numérique "surpassant l'écrit" où l'idée, de Marshall McLuhan, selon laquelle les médias électroniques sont des extensions de notre système nerveux, trouve une illustration particulièrement frappante dans notre réaction aux images de guerre ou de catastrophe diffusées sur le web. Cette image (5) a été diffusée de manière instantanée via les réseaux sociaux, atteignant rapidement un public mondial. Elle permet à des personnes, situées à des milliers de kilomètres, de se confronter aux réalités tragiques d'une zone de guerre en temps réel. Cette immédiateté correspond à la transformation évoquée par McLuhan, où les médias numériques dépassent la transmission linéaire et progressive de l'information, créant une présence immédiate et simultanée. L'image d'un enfant pris sous les décombres, visible en premier plan et regardant à travers les ruines, frappe le spectateur de manière directe et viscérale. Ce type d'image suscite des émotions intenses telles que la compassion, la tristesse et l'indignation. Elle agit comme une extension sensorielle du système nerveux humain, amplifiant notre capacité à ressentir l'angoisse et la détresse de l'autre, même à distance. Cette image abolit la distance

géographique en nous plongeant dans l'instant précis de la souffrance vécue par l'enfant. Elle crée un sentiment de proximité immédiate avec un événement lointain, effaçant ainsi les frontières de l'espace et du temps. La photo et son partage instantané sur Facebook transforment notre perception linéaire et distante des événements en une expérience plus immersive et immédiate. L'image est accompagnée de texte en arabe, qui fournit un contexte et renforce la dimension narrative de la scène. Cette combinaison visuelle et textuelle correspond à la multimodalité des médias numériques, que McLuhan décrit comme des prolongements de nos capacités sensorielles et cognitives. En permettant de traiter simultanément des informations visuelles et écrites, ce type de contenu modifie la manière dont nous intégrons et comprenons la réalité.

D'autre part, Susan Sontag (2001) soulignait déjà, au début du XXI^e siècle, que la photographie était devenue un réflexe presque aussi naturel que la respiration. Cette réflexion peut être étendue aux médias électroniques dans leur ensemble. En effet, à l'ère du numérique, l'image, le son et la vidéo sont devenus des extensions de notre système nerveux, des outils que nous utilisons quotidiennement pour interagir avec le monde, nous rassurer et affirmer notre identité. Ils agissent comme « une défense contre l'anxiété ».

Récemment, la photographie est devenue presque aussi largement pratiquée qu'un amusement comme le sexe et la danse— ce qui signifie que, comme c'est une forme d'art de masse, la photographie n'est pas pratiquée par la plupart des gens comme un art. C'est avant tout un rite social, une défense contre l'anxiété et un outil de pouvoir. (S. Sontag, *On Photography*, 2001, p. 9)

Image 6 : Capture d'écran 15/10/2024



Source : [Party Stock Photo - Download Image Now - Adult, Anniversary, Celebration - iStock \(istockphoto.com\)](https://www.istockphoto.com)

Les selfies partagés sur des plateformes comme Instagram ou Snapchat sont des exemples d'images utilisées pour affirmer l'identité et le statut social. Ils deviennent des outils pour créer et maintenir une image de soi, souvent associée à des moments de bonheur ou d'accomplissement. La fréquence de cette pratique, devenue quasi automatique, reflète bien l'idée de Sontag sur le réflexe photographique.

Image 7 : Capture d'écran Facebook 25/10/2024



Même les activités les plus banales : souhaiter *un bon weekend*, prendre son déjeuner, être avec une amie, ou même un slogan, un mot, une petite phrase ou un simple repas sera photographié, et envoyé souvent sans aucun texte, pour que le moment soit partagé avec les autres pour toutes sortes de visées et d'objectifs. Paveau (2017) propose : « [...] que les perspectives logo- et anthropocentrées doivent être écartées au profit d'une perspective écologique intégrative qui reconnaisse le rôle des agents non humains dans les productions langagières. »

2.4. L'image substitut de la réalité

À l'ère numérique, où l'image est omniprésente et se propage à la vitesse de la lumière, la relation entre l'image et la réalité se pose avec une acuité nouvelle. Qu'il s'agisse de photographie, de réalité virtuelle ou de réseaux sociaux, l'image ne se contente plus de représenter le monde ; elle le façonne, le transforme et, dans certains cas, le remplace. Le livre de Gombrich, *Art et Illusion*, (1960), explore le concept de représentation visuelle et remet en question les théories traditionnelles des images. Le concept de substitution a également été discuté dans le contexte des études visuelles, de la théorie de l'image et de la *Bildwissenschaft*², soulignant sa pertinence pour l'étude de l'imagerie visuelle. L'image se substitut même à nos états d'âme et veut le symboliser. L'histoire du smiley et de l'emojis est révélatrice de ce symbolisme et de cet objectif de communication simple, rapide et efficace quand on sait, d'après une étude faite par Dr Mekidech Farida, qu'à l'origine le smiley a été créé par un graphiste américain, en 1963, à la demande d'une compagnie d'assurance. Farida Mekidech indique dans son article que :

Le logo de « smiley face » a vécu un succès immédiat et a dépassé les frontières de la compagnie pour être diffusé à l'extérieur [...]. C'est en 1971 que le journaliste Franklin LOUFRANI a eu l'idée de le disposer à l'occasion de l'opération « Prenez le temps de sourire » lancée dans les journaux de presse. [...] Franklin LOUFRANI a pu en obtenir les droits par le rachat de la société qui portait son nom [...] il a monté l'entreprise Smiley World Ltd [...]. (Mekidech, 2022)

²La Bildwissenschaft est une discipline universitaire dans le monde germanophone. Similaire aux études visuelles et définie en relation avec l'histoire de l'art, la Bildwissenschaft (approximativement, "science de l'image") se réfère à un certain nombre d'approches différentes des images, de leur interprétation et de leur signification sociale... (Source : <https://en.wikipedia.org/wiki/Bildwissenschaft>...consulté le 14/09/2023)

Image 8 : Le premier logo déposé



Source : [La petite histoire des émoticônes et émojis - Mélody Bernardin \(graphiste-dordogne-perigord.com\)](http://La petite histoire des émoticônes et émojis - Mélody Bernardin (graphiste-dordogne-perigord.com))

3. Les fonctionnalités du technographisme à travers l'image

Dans le cadre du technographisme, les images, y compris les photos, les vidéos, et les éléments graphiques comme les émoticônes et les émojis, jouent un rôle crucial dans la communication numérique. Le technographisme désigne l'intégration de divers visuels dans les échanges en ligne, incluant non seulement des images statiques, mais aussi des mèmes et des vidéos. Les mèmes, en particulier, capturent des actions ou gestes répétés - tels que des applaudissements, des grimaces ou des danses - qui sont largement imités et enrichissent les interactions numériques. Ces éléments visuels ne servent pas seulement de décoration ou de support au texte, mais deviennent des composants fondamentaux qui façonnent la manière dont les messages sont formulés, reçus et interprétés. En explorant les fonctionnalités des images dans le technographisme, il est essentiel de comprendre comment ces différents types de visuels—qu'ils soient statiques ou animés—contribuent à l'engagement émotionnel, à l'expression de significations complexes, et à la dynamique des échanges dans un environnement numérique de plus en plus visuel et interactif.

3.1. La représentation : le technographisme et l'art traditionnel

Le technographisme est un type de représentation, en images, qui est souvent associé à la culture populaire. Ces images sont souvent utilisées pour informer, instruire, divertir ou pour alerter, et elles peuvent être très différentes des images créées dans les contextes artistiques ou culturels traditionnels. Les émoticônes utilisent des conventions telles que le style graphique et les expressions faciales pour créer une image reconnaissable et mémorable. Ces conventions sont similaires à celles utilisées dans l'art traditionnel. Si dans l'art traditionnel, une colombe symbolise souvent la paix, tandis qu'un crâne peut symboliser la mortalité, les émoticônes sont des symboles standardisés utilisés pour exprimer des émotions, des réactions et des actions de manière concise. Par exemple, 😊 pour exprimer la joie, 😞 pour la tristesse, et 👍 pour l'approbation.

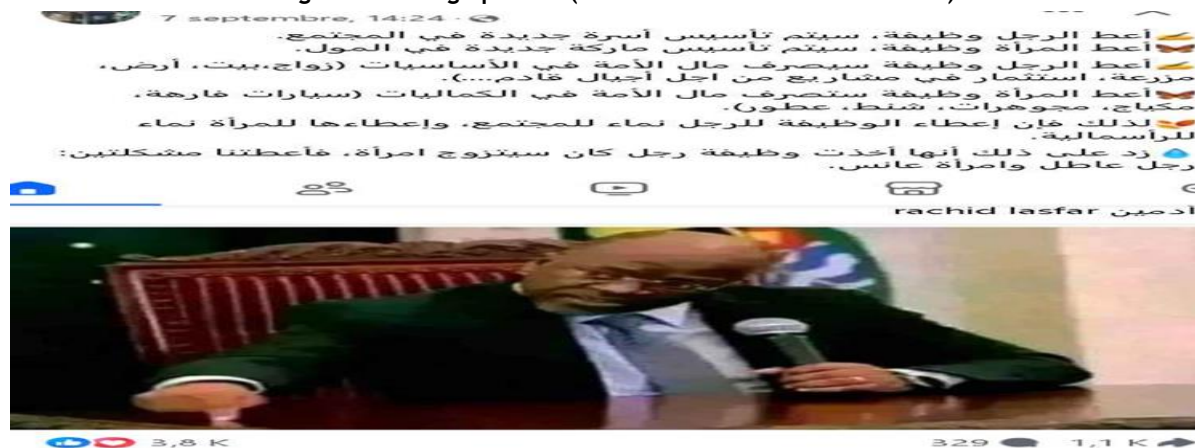
Tout comme les icônes religieuses byzantines utilisaient des formes simples et des couleurs vives pour communiquer des messages spirituels profonds, les émoticônes modernes sont devenus des représentations minimalistes des expressions faciales et des gestes humains. En s'appuyant sur des formes élémentaires, elles permettent de transmettre rapidement et efficacement des émotions et des actions complexes, rendant la communication visuelle accessible et immédiate dans le contexte numérique.

3.2. Les fonctionnalités discursives des technographismes

Dans un contexte où les échanges numériques dominent la communication contemporaine, les technographismes jouent un rôle central dans la construction et la transmission du sens. En analysant des exemples réels d'échanges sur cette

plateforme, nous explorerons les différentes fonctionnalités discursives des technographismes, mettant en lumière leur capacité à véhiculer des émotions, à renforcer des arguments et à favoriser une interaction dynamique entre les utilisateurs.

Image 9 : technographisme (Post avec un homme en costume)



Source : capture d'écran Facebook 25/10/2024

Analyse

a) Identification : Technographisme de type même visuel associé à une légende textuelle, enrichi de plusieurs émoticônes et émojis pour accentuer le sens du message.

b). Description : L'image montre un homme en costume, assis et parlant au micro, avec un regard sérieux.

Dans la légende, plusieurs émojis et émoticônes sont intégrés pour appuyer certains points : par exemple, l'emoji de drapeau (🇩🇿) semble renforcer le contexte national, tandis que les émojis de main pointant (☞) dirigent l'attention vers des idées spécifiques. L'emoji de goutte (💧) est utilisé pour signifier l'ironie ou un ton humoristique en réponse au commentaire final.

c) Interprétation : Signification rhétorique selon Barthes et le Groupe μ

Selon Barthes : L'association entre le texte, les émojis et l'image crée un ensemble de "messages connés". Les émojis ajoutent une tonalité humoristique qui modifie la signification des mots, en soulignant l'ironie de chaque énoncé sur les rôles sociaux.

Selon le Groupe μ : Les émojis jouent un rôle dans la connivence rhétorique et ajoutent une dimension visuelle qui facilite l'accès au second degré du discours. Les émojis pointant et le drapeau sont des signes d'une adhésion implicite du lecteur, tandis que la goutte finale accentue le sarcasme et contribue à l'effet humoristique. Les émojis enrichissent ainsi la critique sociale et renforcent l'engagement émotionnel, tout en rendant le discours plus accessible et percutant pour l'audience.

d) Fonctionnalités : Critique sociale et Engagement émotionnel

Critique sociale : Ce technographisme utilise une combinaison de texte, image et émojis pour exprimer une critique de la perception traditionnelle des rôles de genre. Les émoticônes et les émojis ajoutent des nuances humoristiques et de l'ironie, comme en témoigne l'usage de la goutte d'eau (💧) (ou de sueur) pour souligner la réponse sarcastique

finale. Engagement émotionnel : Les emojis de drapeau et de main renforcent l'impact émotionnel en créant un lien de proximité avec les lecteurs, ajoutant à la nature satirique du message et engageant l'utilisateur sur les plans à la fois social et personnel. Les likes (1,1 K) et les partages (329) de ce même indiquent une large résonance auprès des utilisateurs, témoignant d'un engagement significatif avec les idées véhiculées. Le nombre de vues (3,8 K) suggère un intérêt marqué pour le sujet, et les commentaires peuvent révéler la diversité des opinions sur les rôles de genre, illustrant ainsi le débat actif autour de ces questions dans l'espace public numérique.

Image 10 capture d'écran Facebook 16/09/2024



Analyse

a) Identification

Type de technographisme : Affiche humoristique et même visuel partagé sur les réseaux sociaux, associant une image à un texte provocateur. Ce même s'inscrit dans un contexte socio-culturel algérien, faisant référence à la marque de pâte à tartiner "El Morjiene" et à un événement sportif, tout en abordant l'interdiction de la marque Nutella sur le territoire européen. Cela fait écho à des sentiments nationalistes et à la fierté culturelle.

b) Description

Composition visuelle : L'image présente deux pots de pâte à tartiner anthropomorphisés, l'un représentant *El Morjiene* et l'autre *Nutella*, avec des expressions faciales qui évoquent la rivalité. Le slogan en gras, "IL N'Y A PAS QU'EN BOXE QU'ON MET DES KO AUX ITALIENS", attire immédiatement l'attention. Texte : Le texte est humoristique et provocateur, jouant sur la rivalité culturelle tout en mettant en avant la marque algérienne. La mention de "KO" et de la boxe crée une association ludique et compétitive.

c) Fonctionnalités : Ce technographisme peut être utilisé pour :

Promouvoir la marque El Morjiene en créant un lien émotionnel avec le public.

Foster la discussion sur l'identité nationale et les sentiments anti-normatifs vis-à-vis de marques internationales.

Viraliser le contenu en utilisant l'humour et la culture populaire.

Stimuler l'engagement à travers des commentaires et des partages, en incitant les utilisateurs à exprimer leur soutien ou leur humour face à la rivalité.

Créer un sentiment de communauté parmi les consommateurs algériens, en renforçant l'identité nationale par le biais de l'humour.

d) Interprétation

Signification historique et symbolique : Ce même illustre les tensions culturelles entre les marques algériennes et étrangères, tout en célébrant la fierté nationale. Il véhicule une critique subtile de l'hégémonie des marques internationales et promeut une identité culturelle algérienne. Rôle dans la communication visuelle : Le ton humoristique et la présentation visuelle dynamique permettent de captiver l'audience. Selon Barthes, l'image et le texte créent une signification conjointe qui engage le spectateur et l'invite à réfléchir sur des thèmes culturels et sociaux.

Dimension de la rhétorique visuelle selon Barthes et le Groupe U :

Mythologie et idéologie : Barthes indique que les images véhiculent des idéologies. Ce même s'inscrit dans un récit nationaliste, soulignant le défi lancé à l'influence italienne par une marque locale.

Énonciation visuelle : Le Groupe U souligne que l'image construit une narration. Ici, l'illustration des pots de pâte à tartiner, avec leurs expressions, crée un dialogue visuel engageant qui enrichit la discussion sur la concurrence entre marques.

Réactions du public :

Les likes (184) et les partages (17) indiquent un engagement positif avec le contenu, ce qui suggère qu'il résonne bien auprès des utilisateurs. Les commentaires (163) témoignent d'un débat actif, où les utilisateurs peuvent partager leurs opinions sur la marque, la rivalité culturelle, et la situation des produits locaux face aux marques internationales.

Ces technographismes ne se contentent pas d'informer ou de divertir ; ils favorisent également, par leurs fonctionnalités, l'engagement et la participation du public. Les likes, les partages et les commentaires montrent que ces contenus peuvent créer une communauté autour de questions culturelles, renforcer l'identité et provoquer des réflexions sur des enjeux sociaux. Les deux analyses mettent en lumière la dimension rhétorique des technographismes. À travers des symboles, des expressions et des mises en scène, ils interrogent les normes sociales et remettent en question les stéréotypes. Ils illustrent également les tensions entre les identités locales et les influences globales.

Conclusion

L'histoire de l'humanité est indissociable de celle de l'image, qui a évolué des premières représentations pariétales jusqu'aux formes numériques complexes d'aujourd'hui. Du pictogramme ancestral au GIF animé, l'image a toujours été un moyen privilégié pour l'homme de communiquer, d'exprimer et de partager ses expériences. Elle a traversé les âges, évoluant en fonction des progrès technologiques, des contextes culturels, et des besoins sociaux, tout en conservant son rôle primordial dans la médiation des idées, des émotions et des savoirs.

Avec le développement des technologies numériques, l'image a gagné en complexité et en polyvalence, devenant un outil de communication capable de transcender les barrières linguistiques et culturelles.

Les technographismes, notamment à travers les émoticônes, les émojis, et autres formes d'expression visuelle simplifiée, témoignent de cette évolution. Ils représentent une

adaptation moderne de l'image à un environnement où la rapidité de transmission et l'efficacité de la communication sont primordiales. Cependant, malgré cette transformation, l'essence de l'image en tant que véhicule de signification n'a pas changé. Elle reste un moyen puissant et universel de capturer et de transmettre des aspects complexes de l'expérience humaine, tout en s'adaptant aux nouvelles dynamiques d'interaction sociale. En ce sens, l'évolution de l'image, des peintures rupestres aux technographismes contemporains, reflète non seulement les avancées technologiques, mais aussi les constantes de la nature humaine dans sa quête perpétuelle de communiquer et de partager des significations à travers des représentations visuelles. Il est important de rappeler que, dans le cadre strictement formel de cette courte étude, les exemples fournis, en peinture et en technographismes ne représentent qu'une infime partie d'un océan d'autres types existants. Il est donc impossible d'être exhaustif dans une telle exploration. Le champ est largement ouvert à de nombreuses discussions, analyses et interprétations autour de ces phénomènes visuels, témoignant de leur richesse et de leur complexité.

Références bibliographiques

- ARISTOTE 2014. *Œuvres complètes*. Editions Flammarion, Paris, 2014. EPUB.
- BENJAMIN W. 1936. *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Gallimard. PDF
- CAMILLE M. 1992. *Image on the Edge : The Margins of Medieval Art*. Reaktion Books. PDF
- CLOTTES J. 2008. *La Préhistoire expliquée à mes petits-enfants*. Seuil. PDF
- COLE M. 2020. *Les peintures brutes, grotesques et honnêtes d'après-guerre de Francis Bacon*. <https://mymodernmet.com/francis-bacon-art/> (consulté le 15/6/2024)
- DESMET N. 2009. W.J.T. Mitchell, Iconologie : Image, texte, idéologie. *Marges. Revue d'art contemporain*, 09, 09. <https://doi.org/10.4000/marges.556> (consulté le 13/11/2023)
- GOMBRICH E. H. 1950. *The Story of Art*. Phaidon. PDF
- GOMBRICH E. H. 1960. *Art and Illusion*. Princeton, NJ: Princeton University Press. PDF
- GOODMAN N. 1968. *Langages de l'art : une approche d'une théorie des symboles*. Indianapolis : Bobbs-Merrill. Archives Internet. PDF
- KANE O. 2016. Marshall McLuhan et la théorie médiatique : Genèse, pertinence et limites d'une contribution contestée. *Tic & société*, vol. 10, n° 1. <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.2043> (consulté: 15/12/2023)
- LEBRETON-REINHARD M. & GAUTSCHI H. 2021. « L'image comme support du discours pédagogique dans les apprentissages » : Mise en place d'une formation des futurs enseignants et enseignantes à une pratique multimodale raisonnée. *Revue de recherches en littérature médiatique multimodale*, 13. <https://doi.org/10.7202/1077705ar> (consulté le 7/6/2024)
- Les peintures rupestres, art ou langage ?* (2013a). <https://www.lesechos.fr/2013/09/les-peintures-rupestres-art-ou-langage-1099183> (consulté : 27/12/2023)
- Les peintures rupestres, art ou langage ?* (2013b, septembre 16). *Les Echos*. <https://www.lesechos.fr/2013/09/les-peintures-rupestres-art-ou-langage-1099183> (consulté : 27/12/2023)
- MAINGUENEAU D. 2018. PAVEAU M.-A. 2017. L'Analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques (Paris : Hermann). *Argumentation et analyse du discours*, 20. PDF
- MEKIDECH F. 2022. [Rôle-des-emojis-dans-la-communication-verbale-et-non-verbale-the-role-of-emojis-in-verbal-and-non-verbal-communication.pdf](https://www.lesechos.fr/2022/09/role-des-emojis-dans-la-communication-verbale-et-non-verbale-the-role-of-emojis-in-verbal-and-non-verbal-communication.pdf). (consulté le 25/6/2024)
- MITCHELL W. J. T. 1994. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. University. PDF
- MITCHELL W. J. T. (Éd.). 1980. *The Language of images*. University of Chicago Press. PDF
- MOLGA P. (2013) <https://www.lesechos.fr/2013/09/les-peintures-rupestres-art-ou-langage-1099183> (consulté le 29/09/2024)
- MOUTAT A. 2019a. Le croquis ou l'art de penser par l'image. *Signata. Annales / Annals of Semiotics*, 10, Article 10. <https://doi.org/10.4000/signata.2310> (consulté le 15/05/2024)
- MOUTAT A. 2019b. Le croquis ou l'art de penser par l'image. *Signata. Annales des sémiotiques / Annals of Semiotics*, 10, Article 10. <https://doi.org/10.4000/signata.2310> (consulté le 15/06/2024)
- MUTH S., NEER R., ROUVERET A., & WEBB R. 2012a. *Texte et image dans l'Antiquité : Lire (percevoir, Éd.; Trad.), Trad.*. <https://doi.org/10.4000/perspective.145> (consulté le 15/06/2024)
- PAVEAU M.-A. 2017. *L'analyse du discours numérique : Dictionnaire des formes et des pratiques*. Hermann. PDF.
- PANOFKY E. 1955. *Meaning in the Visual Arts*. Doubleday Anchor Books. PDF
- PLATON & LEROUX G. 2016. *La république* (Éd. corrigée et bibliographie mise à jour en 2016). Flammarion. PDF.

- REVERCHON M. 2020. Imagination et Représentation chez Platon. *Philosophique*, 23, Article 23. <https://doi.org/10.4000/philosophique.1408> (consulté le 16/06/2024)
- SAWADA N. 2013. Sartre et la photographie : Autour de la théorie de l'imaginaire. *Études françaises*, 49(2), pp. 103-121. <https://doi.org/10.7202/1019494ar> (consulté le 08/07/2024)
- SCEPI H. 2022. Baudelaire et les promesses de l'image. *Revue italienne d'études françaises. Littérature, langue, culture*, 12, Article 12. <https://doi.org/10.4000/rief.9563> (consulté le 09/07/2024)
- SCHAPIRO M. 1983. Words and Pictures. On the Literal and the Symbolic in the Illustration of a Text-Walter de Gruyter. PDF (traduction automatique)
- SONTAG S. 2020. *On Photography*. PDF
- SPRIGATH G. 1994. La relation langage-image dans le discours des humanistes sur les arts visuels. *Interfaces. Image-Texte-Language*, 5 (1), pp. 89-101. <https://doi.org/10.3406/inter.1994.936>
- WALTON K. L. 1990. *Mimesis as make-believe: On the foundations of the representational arts*. Harvard University Pre. PDF