

Cultures de la communication

Les attendus :

- Présenter l'auteur (anthropologue et ethnologue ou ethnographe : biais cognitifs de lecture à prendre en compte) et son ouvrage (références littéraire et culturelle utile pour vos prochaines épreuves)
- Définitions des termes importants (communication non-verbale, les différents modes de communication à lister, BETC, ...)
- Voir le chapitre 6 *Les signes comportementaux* des fiches de révision envoyées par mail sur MBN le 26 mars, avec la référence à Albert Mehrabian + notions de proxémique
- Type de message dans le visuel : expressif, impressif, référentiel, phatique ; Types de discours (narratif, descriptifs, argumentatifs, d'[exposition](#), d'injonction).
- Revenir sur la sémiologie (étude des signes : mains, postures, regards, expressions, [cadrage](#) et plan)
- Référence culturelle à la Tour de Babel
- Référence aux images [doubles](#) pour le [logo](#) des JO (femme-flamme)

Première partie :

1) Comment l'auteur met en avant le langage non-verbal comme mode de communication ?

L'auteur met en avant le langage non-verbal comme un moyen essentiel de communication dans le passage du texte. En décrivant son immersion au sein des peuples indigènes malgré l'absence d'une langue commune et d'un interprète, l'auteur souligne sa tentative de pénétrer certaines facettes de la pensée et de la société de ces communautés en utilisant principalement des éléments non-verbaux.

Le texte met en évidence l'utilisation d'une échelle de couleurs, la compréhension de la composition du groupe, des relations familiales, des parties du corps et des symboles visuels gravés sur lesalebasses. Ces éléments font partie intégrante du langage non-verbal et de la communication culturelle. Par exemple, l'auteur mentionne la manière dont il se servait d'une échelle de couleurs pour appréhender le vocabulaire lié aux nuances de teintes, soulignant ainsi l'importance de la perception visuelle dans la compréhension mutuelle.

De plus, l'auteur exprime sa déception face à l'impossibilité de saisir pleinement ces aspects culturels en raison de contraintes de temps et de ressources. Cela met en lumière l'importance accordée au langage non-verbal dans la mesure où, même sans maîtriser la langue, l'auteur a tenté de décoder ces sociétés indigènes à travers des moyens visuels et symboliques.

Le texte souligne l'importance du langage non-verbal comme un moyen efficace de communication au-delà des barrières linguistiques, renforçant donc la compréhension du message global du passage.

2) Les campagnes de communication ont-elles souvent recours au langage non-verbal ?

Le langage non-verbal est souvent utilisé pour transmettre des messages impactants. En explorant des exemples à travers divers domaines artistiques, il devient évident que le langage non-verbal joue un rôle significatif dans la communication.

Prenons par exemple la peinture : des œuvres comme "La Joconde" de Léonard de Vinci ou "Les Tournesols" de Vincent van Gogh communiquent des émotions et des idées sans recourir à des mots. Les expressions faciales, les gestes et les postures des personnages dans ces peintures captent l'attention du spectateur et transmettent des messages subtils.

Dans le domaine de la musique, les vidéoclips et les concerts exploitent souvent le langage non-verbal pour renforcer le sens des paroles ou exprimer des concepts abstraits. Les mouvements des danseurs, les expressions des artistes et l'ambiance visuelle créée sur scène contribuent à l'expérience globale et à la compréhension du message musical.

En architecture, les formes, les lignes, les couleurs et les espaces utilisés dans la conception des bâtiments peuvent communiquer des idées et des valeurs culturelles sans recourir à des mots. Par exemple, les structures modernistes privilégient la simplicité et la fonctionnalité pour transmettre un sentiment de progrès et de modernité.

Les campagnes de communication ont ainsi souvent recours au langage non-verbal dans divers domaines artistiques pour créer des expériences mémorables et influencer les perceptions et les comportements du public. Ce langage visuel et symbolique offre une palette riche en expressions pour transmettre des messages de manière efficace et émotionnelle.

Deuxième partie :

A) Question d'analyse (à partir du document)

1) Comment la campagne des Jeux Olympiques 2024 incite-t-elle à l'union de tout un peuple ?

La campagne met en avant différents métiers de la société, avec par exemple un brocanteur, une commerciale ou encore un quadruple médaillé paralympique. Elle réunit tout genre de personnalités avant de montrer une intention commune et une union du peuple pour se rendre à l'évènement exceptionnel, les Jeux-Olympiques en France.

Cette campagne pour les J-O prône l'inclusion, la diversité et un engagement communautaire envers le peuple.

2) Comment la campagne des Jeux Olympiques 2024 incite-t-elle à l'union de tout un peuple ?

La campagne des Jeux Olympiques à Paris sur l'union de tout un peuple peut effectivement mettre en avant le langage non-verbal comme mode de communication entre les personnes, tout comme le texte de Claude Lévi-Strauss le suggère. Dans cette campagne, les images et les symboles peuvent être utilisés pour véhiculer des messages de cohésion, d'inclusion et d'unité, même sans recourir explicitement aux mots.

Par exemple, les visuels de la campagne montrent des personnes de différents horizons et cultures se réunissant, se serrant la main, s'embrassant ou partageant des gestes de solidarité. Ces gestes non-verbaux transmettent des messages puissants sur l'idée d'unité et d'harmonie entre les individus, renforçant ainsi le thème de l'union de tout un peuple.

De plus, les expressions faciales des personnes représentées dans la campagne, leurs postures et leurs regards peuvent également communiquer des émotions et des valeurs communes, renforçant ainsi l'idée d'une communauté unie et diversifiée.

La campagne des Jeux Olympiques à Paris met en avant le langage non-verbal comme un moyen efficace de communication entre les individus, illustrant ainsi la manière dont les signes comportementaux peuvent être utilisés pour transmettre des messages de connexion et de solidarité au-delà des barrières linguistiques et culturelles.