

Culture de la communication

Version corrigée 08/11/2023



Travail n°2 Les techniques de communication

Mythologies - Roland Barthes

Roland Barthes (1915-1980) était un éminent sémioticien, critique littéraire, philosophe et théoricien de la culture français. Il est considéré comme l'une des figures les plus influentes de la pensée intellectuelle du XXe siècle.

Mythologies est un ouvrage emblématique de Roland Barthes, publié en 1957. Dans ce livre, Barthes explore la manière dont la culture contemporaine et les médias de masse créent des "mythologies" modernes en attribuant des significations cachées à des objets, des célébrités et des événements ordinaires. *Mythologies* est un ouvrage séminale qui a influencé de nombreux domaines, de la sémiotique à la critique culturelle, en mettant en lumière le pouvoir des signes et des symboles dans la construction de la réalité sociale. Il demeure une lecture essentielle pour quiconque s'intéressant à la théorie de la communication et à l'analyse de la culture contemporaine.

Définitions :

Mythologies : peut se référer à l'étude des mythes, au livre de Roland Barthes sur la culture contemporaine, ou à une interprétation exagérée ou déformée de quelque chose, en fonction du contexte d'utilisation.

Marque Citroën : marque automobile française renommée, qui a une longue histoire d'innovation et de design automobile. Citroën est réputée pour ses véhicules qui combinent souvent des caractéristiques innovantes, une technologie avancée et un style distinctif. La marque a produit une gamme variée de voitures au fil des décennies, allant des modèles économiques aux voitures de luxe, et elle est actuellement une filiale du groupe *Stellantis*, l'un des plus grands constructeurs automobiles au monde.

Les cathédrales gothiques : églises chrétiennes, généralement de grandes dimensions, construites principalement entre les XIIe et XVIe siècles en Europe, bien que le style gothique ait également influencé d'autres types de bâtiments. Ces cathédrales sont souvent le siège d'un évêché (d'où le terme "cathédrale") et servent de lieu de culte pour les chrétiens, en particulier pour les catholiques.

Déesse : divinité féminine vénérée et adorée dans le cadre d'une religion, d'une mythologie ou d'une croyance spirituelle. Les déesses sont souvent associées à des pouvoirs, des attributs ou des domaines spécifiques, et elles occupent généralement une place importante dans le panthéon religieux ou mythologique de la culture qui les vénère.

Néomanie : terme qui désigne un engouement excessif pour les nouveautés, les tendances, ou les changements, notamment dans le domaine de la mode, de la culture, ou des idées. C'est l'opposé de la néophobie, qui est la résistance ou la peur du changement ou de l'innovation. Elle se caractérise par un intérêt constant pour ce qui est nouveau ou à la mode, parfois au détriment de la tradition ou de la stabilité.

Caractéristiques du XVIIIème : le XVIIIe siècle, également connu sous le nom de "siècle des Lumières" en Europe, est une période de l'histoire qui s'étend de 1701 à 1800. Le XVIIIe siècle est marqué par le mouvement intellectuel connu sous le nom des Lumières, qui promeut la raison, la science, la tolérance et les droits de l'homme. Les philosophes des Lumières tels que Voltaire, Montesquieu, Diderot et Rousseau ont joué un rôle majeur dans la diffusion de ces idées.

Nautilus : Le Nautilus est un genre de céphalopodes marins appartenant à la famille des Nautilidae. Il s'agit d'une créature marine qui ressemble à un coquillage en forme de spirale. Le Nautilus est souvent considéré comme un "fossile vivant" car il est le dernier représentant survivant de la sous-classe des nautiloïdes, qui était autrefois beaucoup plus diversifiée. Les nautilus ont une coquille externe en forme de spirale qui leur sert de protection et qu'ils utilisent pour réguler leur flottabilité.

La "tunique du Christ" : également connue sous le nom de Sainte Tunique, a souvent été représentée dans l'art religieux, en particulier dans la peinture chrétienne. Les artistes ont utilisé leur créativité pour représenter cet élément important de l'histoire chrétienne, en se basant sur les récits bibliques et les traditions religieuses.

Entours : nom masculin pluriel en français qui désigne généralement les environs, les alentours ou les abords d'un lieu ou d'une région particulière. Il est souvent utilisé pour décrire la zone géographique qui entoure un lieu précis. Par exemple, si vous parlez des "entours d'une ville", vous faites référence aux zones situées autour de cette ville.

Texte LA NOUVELLE CITROËN extrait de l'ouvrage Mythologies de Roland Barthes

Dans cet extrait, le "signe" est la voiture Citroën, une nouvelle version de cette voiture que Barthes décrit. Le signe est l'objet lui-même, c'est-à-dire la voiture, l'entité matérielle.

Le "signifiant" est la description et les caractéristiques techniques de la nouvelle Citroën. Cela inclut les détails sur sa suspension, ses freins, ses joints, son moteur, sa vitesse, etc. Le signifiant est l'ensemble des éléments physiques qui composent la voiture et qui sont mentionnés dans le texte.

Le "signifié" représente la signification symbolique attribuée à la nouvelle Citroën. Dans cet extrait, Barthes explore comment la voiture est considérée en tant que symbole de la modernité, de la technologie avancée et du progrès technique. La Citroën devient un signe de l'innovation et de la sophistication à cette époque. Elle incarne une certaine idéologie de la modernité et du confort, au-delà de ses caractéristiques techniques. Citroën a également été le symbole de la France à une époque car elle était la marque de voiture des Présidents. On disait à l'époque que c'était la marque la plus "présidentielle".

Barthes utilise cet exemple pour montrer comment la société attribue des significations idéologiques aux objets de consommation courante, transformant ainsi des produits en symboles culturels. La Citroën devient alors le signe de la vision et de la modernité dans la société de l'époque, qui n'est pas seulement sa simple fonction utilitaire.

Dans cet extrait de "Mythologies", Barthes explique comment la nouvelle Citroën devient culturelle et idéologique, en soulignant comment les objets de la vie quotidienne peuvent devenir des symboles culturels qui reflètent les croyances et les valeurs d'une époque. Barthes a une vision de l'automobile qui est idéaliste et qui est très différente de ce que nous percevons aujourd'hui.

L'artiste futuriste italien Luigi Russolo, actif au début du XXe siècle, est célèbre pour son exploration des concepts liés à la modernité, à la technologie et au bruit dans l'art. Dans son oeuvre, il a décrit la manière dont la ville moderne, avec ses machines, ses automobiles et ses bruits urbains, avait transformé l'expérience sonore et visuelle de l'humanité.

En lien avec ces idées, l'entrepreneur américain Henry Ford a joué un rôle essentiel dans la création de la Ford Model T en 1908, souvent appelée la "Tin Lizzie". Il explique comment ce véhicule a révolutionné la société en rendant la voiture abordable pour un plus grand nombre de personnes grâce à des méthodes de production en série. Cela a complètement modifié l'agilité et a contribué à l'urbanisation accélérée, ce qui a influencé les perspectives culturelles et artistiques de l'époque.

Ainsi, ces trois figures Luigi Russolo, Henry Ford et Roland Barthes sont toutes liées par leur exploration des transformations culturelles et artistiques déterminées par la modernité, que ce soit à travers l'art futuriste de Russolo, la révolution automobile de Ford ou le recul critique de Barthes sur la création de mythes dans la société contemporaine. Ces trois figures emblématiques, nous aident à comprendre comment la technologie, le bruit et les objets du quotidien ont façonné et continuent de façonner notre culture et notre expérience du monde moderne.

Finalement, le fordisme par Henry Ford, a indéniablement révolutionné la façon dont nous vivons, nous déplaçons et nous percevons le monde. En introduisant des méthodes de travail à la chaîne pour la Ford Model T en 1908, Ford a initié une ère de production industrielle à grande échelle, rendant les automobiles plus accessibles. Cette approche a changé la donne en matière de mobilité individuelle, favorisant l'urbanisation et la transformation des paysages culturels.

Aujourd'hui, l'automobile occupe toujours une place centrale dans notre société, mais notre perception a évolué. Nous ne la considérons plus seulement comme un symbole de mobilité et de liberté individuelle, mais nous sommes également de plus en plus conscients en ce qui concerne l'environnement et la nécessité d'adopter des modes de transport plus durables. La vision contemporaine de l'automobile est façonnée par des considérations telles que l'efficacité énergétique, la réduction des émissions de carbone et la technologie de conduite autonome.

De la même façon, Volkswagen de l'allemand composé de *Volk* ("peuple") et *Wagen* ("voiture") qui désigne au départ un projet de l'Allemagne nazie de fabriquer une automobile abordable pour les ouvriers, l'un des plus grands fabricants d'automobiles au monde, a joué un rôle significatif et s'efforce de répondre aux préoccupations environnementales actuelles en proposant des solutions de mobilité plus durables, tout en s'adaptant aux évolutions technologiques.