

---

## Le rapport connotation/dénotation à l'épreuve des mythologies de Barthes \*

Alain Perusset\*\*

---

**Résumé :** La problématique du rapport entre dénotation et connotation, termes introduits en linguistique par Hjelmslev au milieu du siècle passé, resurgit fréquemment dans les débats sémiotiques. Greimas (1970), Rastier (1987), Klinkenberg (1996) et Badir (2014) se sont notamment penchés sur la question, proposant des lectures, si ce n'est opposées, en tout cas à chaque fois éclairantes. Également, les commentateurs de Barthes, tels Eco et Pezzini (1982) ou Zenkine (1997), ont indirectement contribué au débat en considérant les « mythologies » du sémiologue français comme des types de connotations. Or, ainsi que se propose de le montrer cet article, les mythologies s'avèrent non pas ressortir du phénomène de la connotation, mais de la dénotation. Ainsi, l'objectif de ce travail sera d'enrichir la discussion sur ces langages sémiotiques, en contredisant cette croyance selon laquelle les mythologies seraient des formes de connotations, autrement dit, en faisant dialoguer Hjelmslev et Barthes sur la question des significations culturelles.

**Mots-clés :** Barthes; sémiotique; mythologie; connotation; dénotation.

---

---

\* DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1980-4016.esse.2020.172681> .

\*\* Maître d'enseignement et de recherche à l'Université de Lausanne, École de français langue étrangère, Suisse. E-mail : [alain.semio@outlook.com](mailto:alain.semio@outlook.com) . ORCID : <https://orcid.org/0000-0002-9886-3204> .

## Introduction

Comme le prouve exemplairement ce numéro des *Estudos Semióticos*, instaurer le dialogue entre épistémologues et sémioticiens s'avère toujours un exercice fécond, car riche d'enseignements pour notre discipline. C'est un exercice qui permet de découvrir sous un jour nouveau des objets et des théories que nous pensons bien connaître ; c'est un travail qui participe à *démythifier* nos croyances et nos représentations de sémioticiens. En effet, bien qu'au fait de la relativité du sens, nous ne sommes pas à l'abri de considérer comme des vérités indiscutables certaines propositions que des spécialistes d'autres sciences peuvent juger douteuses.

En 1957, c'est notamment pour nous sensibiliser à cet écueil de l'évidence aveugle – du mythe – que Barthes avait écrit ses *Mythologies*. Et si nous mentionnons cet ouvrage, c'est parce que, chose plutôt cocasse, ses principaux commentateurs sont eux aussi venus à se confondre ; à se confondre dans leur interprétation du concept de *mythologie* qu'ils ont toujours estimé correspondre à une sorte de « connotation » (Eco & Pezzini, 1982 ; Zenkine, 1997). Et en l'occurrence, si nous osons dire qu'il s'agit là d'une confusion, c'est parce qu'il appert – sur la base notamment de notre lecture des thèses de Badir sur le rapport entre connotation et dénotation (2014) – que les mythologies renvoient davantage à des dénotations. De la sorte, l'objectif de ce travail sera de *démythifier* cette idée selon laquelle les mythologies sont des types de connotations pour, à l'inverse, les fonder en dénotations.

Dans cette perspective, nous chercherons d'abord à problématiser le rapport entre *dénotation* et *connotation*, termes, rappelons-le, introduits en linguistique par Hjelmslev au milieu du siècle passé. Puis, nous reviendrons sur le texte de Barthes pour montrer que le mythe – ou la mythologie – est bien une dénotation, ceci afin de clarifier davantage son rapport à la connotation. Enfin, nous concluons en expliquant que si les commentateurs de Barthes se sont ainsi confondus dans leur analyse des mythologies, c'est parce que la dénotation présente, comme la connotation, un système doublement articulé, que nous ne saisissons justement pas, du fait que nous sommes, comme le répète Barthes, « à chaque instant plongé[s] dans une fausse Nature » (1957, p. 231), jamais conscients que ce qui est dénoté a été, un jour, motivé. À cette fin, nous produirons en conclusion deux modélisations, l'une pour la connotation, l'autre pour la dénotation, permettant d'enrichir encore la compréhension de ces deux formes de langages.

Cet article se distingue ainsi des autres contributions du présent numéro du fait que le dialogue qu'il instaure s'avère plus proprement intersémiotique, même si Barthes et Hjelmslev ne se sont jamais, à proprement parler, considérés

comme sémioticiens ; Barthes s'assumant sémiologue, Hjelmslev se reconnaissant glossématicien.

## 1. Une confusion entre dénotation et connotation

La problématique du rapport entre dénotation et connotation revient de façon récurrente dans le débat sémiotique, et demeure d'actualité (Greimas, 1970 ; Rastier, 1987 ; Klinkenberg, 1996 ; Badir, 2014). Sans chercher à dresser l'historique de la discussion, on s'en tiendra à dire, pour l'instant sommairement, que la dénotation est une signification qui va de soi et la connotation une signification atypique, qui pourrait paraître secondaire. Cependant, comme le précisent à juste titre Eco et Pezzini (1982), la connotation, comme « signification seconde », car moins conventionnelle, ne se substitue pas à la dénotation ; elle s'y agrège, puis s'y substitue comme une signification plus forte, car permettant de mieux saisir le sens de la réalité considérée ou discutée au moment de l'expérience<sup>1</sup> :

On a connotation lorsque les éléments d'un langage, déjà dotés d'expression et de contenu dénotatif, sans perdre leurs capacités dénotatives expriment (par l'intermédiaire de conventions diverses) un signifié ou un contenu supplémentaire, c'est-à-dire le contenu connoté. (*Ibid.*, p. 33)

Sur la base des enseignements de Hjelmslev, Klinkenberg propose de figurer la logique connotative comme suit (2000 [1996], p. 248), en montrant que l'analyse dénotative du donné de départ (niveau 1) devient pour l'analyse connotative, à son tour, un donné analysable (niveau 2) :

**Figure 1:** La dénotation et la connotation<sup>2</sup>.

signifiant [expression]		signifié [contenu]	niveau 2 (connotation)
signifiant [expression]	signifié [contenu]		niveau 1 (dénotation)

**Source:** Klinkenberg, 2000 [1996], p. 248.

<sup>1</sup> Dans son *Précis de sémiotique générale* (2000 [1996]), Klinkenberg présente également la connotation comme une signification plus forte que la dénotation, et déclare qu'envisager cette première comme une signification seconde est une idée moyennement heureuse : « On décrit en effet souvent les connotations comme des valeurs ajoutées, valeurs floues gravitant autour d'un centre qui serait neutre [...]. Ceci constitue une erreur, [...] chaque unité est affectée d'une connotation : même "neutralité" constitue une connotation » (*Ibid.*, p. 249).

<sup>2</sup> Voici comment Klinkenberg exemplifie son schéma : « Au premier niveau, l'énoncé constitue un signe qui a une dénotation (/une Jup/ [en Belgique] signifie "Je veux une bière de la marque Jupiler" [...]). Pris comme une unité globale, au niveau 2 donc, l'énoncé constitue à son tour le signifiant d'un second énoncé, énoncé qui a lui-même un signifié (ce signifié est, par exemple "Je suis wallon" [...]). Dans ce schéma, la connotation constitue donc une signification détachée » (2000 [1996], p. 248).

Si l'on choisit comme objet trivial, pour illustrer le propos, les *escarpins*, on pourrait dans un premier temps être tentés de dire, au vu de cette modélisation, que ceux-ci dénotent des *chaussures à talons hauts* et connotent une *certaine élégance*. Mais cette intuition – ou idée reçue – est en fait erronée, car si la connotation est certes à envisager comme un surplus de signification, il s'agit pour autant de ne pas oublier que cette signification doit prioritairement être atypique. Or, ici, reconnaître aux escarpins un caractère élégant n'est en rien révéler une quelconque originalité. Bien plutôt, c'est constater et intérioriser davantage un fait de culture. Dit autrement, il n'y a, dans la seconde caractérisation des escarpins que nous venons d'énoncer, aucune connotation. Nous avons plus justement affaire à deux descriptions dénotatives : une *dénotation iconique*, puisqu'on qualifie comme « escarpins » des chaussures féminines à talons hauts (rien de plus normal), et une *dénotation axiologique*, puisqu'on reconnaît comme « élégant » ce type d'accessoires (rien de plus normal aussi). En somme, il faut réaliser avant d'aller plus loin que ce n'est pas parce qu'on identifie plusieurs niveaux de signification à une réalité quelconque qu'il y a nécessairement une connotation qui se cache quelque part, à l'un de ces niveaux.

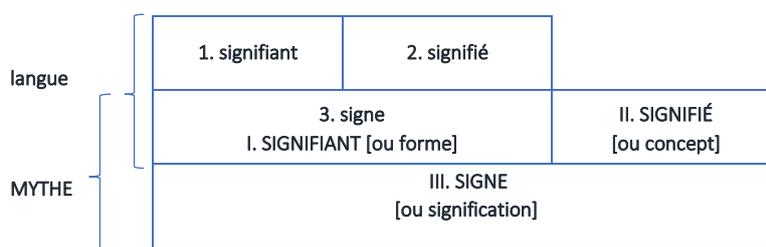
## 2. Une confusion entre connotation et mythe

Pour clarifier la relation entre dénotation et connotation, et par suite saisir la dynamique des significations au sein de la culture, un détour par les *Mythologies* de Barthes s'avère opportun, puisque Barthes a construit ses propositions sémiotiques sur les mêmes fondations que Hjelmslev, à savoir à partir des écrits de Saussure sur le signe (cf. note 5). Plus précisément, Barthes, dans cet ouvrage, s'était donné pour projet de « démystifier » plusieurs pratiques et objets de son époque afin de montrer à quel point tous ces phénomènes et artefacts étaient imprégnés d'une idéologie « petite-bourgeoise » (1957, p. 229). En particulier, Barthes nous avertit, au terme de ses analyses, qu'une réalité signifie toujours davantage que ce qu'elle donne à percevoir, car elle soutient secrètement une *mythologie*. En l'occurrence, comme nous venons de le dire, les objets et divertissements du quotidien des années 1950 étaient pour l'auteur autant de « paroles mythiques » soutenant, promouvant et perpétuant insidieusement les valeurs bourgeoises<sup>3</sup>. Et dans l'intention de figurer ce niveau de signification profonde, Barthes avait pris l'initiative de doubler la structure du signe saussurien comme suit – en la faisant précéder de cette explication (*Ibid.*, p. 186) :

<sup>3</sup> Ce terme *parole*, que Barthes emploie, réfère à toute réalité bidimensionnelle, tridimensionnelle ou situationnelle déjà riche de significations : « On entendra donc ici, désormais, par *langage, discours, parole*, etc., toute unité ou toute synthèse significative, qu'elle soit verbale ou visuelle : une photographie sera pour nous parole au même titre qu'un article de journal ; les objets eux-mêmes pourront devenir parole, s'ils signifient quelque chose » (1957, p. 182).

On retrouve dans le mythe le schéma tridimensionnel dont je viens de parler : le signifiant, le signifié et le signe. Mais le mythe est un système particulier en ceci qu'il s'édifie à partir d'une chaîne sémiologique qui existe avant lui : c'est un *système sémiologique second*. Ce qui est signe (c'est-à-dire total associatif d'un concept et d'une image) dans le premier système devient simple signifiant dans le second. [...]. Tout se passe comme si le mythe décalait d'un cran le système formel des premières significations. Comme cette translation est capitale pour l'analyse du mythe, je la représenterai de la façon suivante [...] :

Figure 2: Le système des mythologies.



Source: Barthes, 1957, p. 186.

Lorsqu'on compare ce schéma avec celui proposé par Klinkenberg pour décrire le phénomène de la connotation de Hjelmslev (cf. figure 1), on comprend aisément pourquoi les commentateurs de Barthes (*infra*) sont rapidement venus à associer les propositions du sémiologue français avec celles du linguiste danois. Mais outre cette schématisation analogue (en miroir horizontal), c'est le fait que Barthes considère le mythe comme une structure signifiante seconde (capable donc d'altérer la signification d'un système déjà articulé autour d'un contenu et d'une expression) qui a surtout conduit Eco et Pezzini (1982), et par la suite Zenkine (1997), à postuler qu'on avait affaire avec le mythe à un système connotatif<sup>4</sup> :

Dans l'essai final de *Mythologies*, cette forme [le sens caché dans la quotidienneté] prend le nom de *mythe*, objet d'une nouvelle discipline qui « fait partie de la sémiologie comme science formelle et de l'idéologie comme science historique : elle étudie des idées-en-formes ». On reconnaît ici explicitement la référence à la définition que donne Hjelmslev du système connotatif comme une

<sup>4</sup> En fait, Barthes écrit ses *Mythologies* sans connaître les thèses de Hjelmslev. Ce sont donc bien ses commentateurs – et non lui – qui tissent un lien entre mythe et connotation : « Sans connaître les travaux de Hjelmslev, l'auteur [des *Mythologies*] se sert au lieu de "connotation" d'un terme impropre, le "métalangage". Néanmoins, c'est bien de la connotation qu'il parle en analysant ses "mythes", c'est-à-dire d'un système sémiologique second dont le signifiant est forme d'un signe complet relevant d'un premier système sémiologique » (Zenkine, 2010, p. 21). On a d'une certaine manière confirmation de cette information dans la terminologie que Barthes emploie pour nommer les éléments de ce système mythique, puisqu'on retrouve bien les concepts saussuriens de « signe », « signifiant » et « signifié », et non ceux proposés par Hjelmslev, qui seraient respectivement le « langage », l'« expression » et le « contenu ».

sémiotique dont le plan de l'expression est constitué par une sémiotique préexistante, et par conséquent en mesure d'« ajouter » un autre signifié à celui de la dénotation. (Eco & Pezzini, 1982, p. 36)

[Selon Hjelmslev,] la connotation est un système second dont la langue primaire forme le plan de l'expression (la connotation produit des sens nouveaux en les greffant sur ceux déjà existants). Le « mythe » barthésien, conçu théoriquement, est de toute évidence un système de connotation ; il suffit de voir le schéma inséré dans la postface des *Mythologies* [cf. figure 2, *supra*], où le signe primaire [...] est traité comme une « forme », un moyen expressif pour rendre le « sens » mythique. (Zenkine, 1997, p. 113)

Si, d'un point de vue structural, on ne peut que donner raison à Eco, Pezzini et Zenkine, il faut reconnaître que dans leurs analyses ceux-ci omettent pourtant de prendre en compte le trait définitoire du mythe qui est d'être *insoupçonné*, de se présenter comme une évidence, comme une « fausse Nature » (Barthes 1957, p. 199, 208, 223, 231). C'est cet oubli que nous estimons ainsi devoir être rectifié, car, comme nous l'avons dit, la connotation est tout sauf discrète : elle est une originalité, un éclat. En résumé, nous n'avons pas affaire avec la connotation et le mythe à un même système second, mais à deux systèmes seconds bien distincts l'un de l'autre.

#### 4. Le mythe comme producteur de culture

Afin de saisir pourquoi Barthes conçoit le mythe comme une « fausse Nature », commençons par préciser que, pour lui, presque tout ce qui constitue le monde naturel est déjà investi « d'un *usage* social qui s'ajoute à la pure matière » (*Ibid.*, p. 182). Ce à quoi veut sensibiliser Barthes, c'est au fait qu'on ne se rend plus compte que l'on conçoit les textes, images, objets, lieux, pratiques et situations du quotidien, quasiment toujours sous le prisme de la culture ambiante. De manière générale, à travers la diversité des exemples qu'il emprunte au discours écrit, à la photographie, au cinéma, au reportage, au sport, aux spectacles et à la publicité, Barthes cherche à montrer que là où on pense observer des phénomènes allant de soi – ou dont le sens semble naturel – se cachent en fait toujours des produits de l'Histoire ou d'une histoire : « Lointaine ou non, la mythologie ne peut avoir qu'un fondement historique, car le mythe est une parole choisie par l'histoire : il ne saurait surgir de la "nature" des choses » (*Idem.*).

Par exemple, jusqu'au jour où l'on apprend, notamment grâce aux médias, que dans certaines régions des Andes le cochon d'Inde (ou *cuy* en espagnol) constituait une denrée alimentaire, on peut imaginer qu'il allait globalement de

soi, dans les contrées occidentales, que ce petit rongeur n'avait d'autre vocation qu'à être un animal de compagnie. Ne pas avoir vu – ou continuer à ne pas voir – le caractère profondément culturel de cette conception domestique du cochon d'Inde, c'est précisément, pour Barthes, se trouver dans une mythologie. Et plus généralement, quelle que soit la culture, penser que des réalités puissent aller de soi, c'est en théorie se confondre dans des mythologies<sup>5</sup>.

À vrai dire, avec les *Mythologies*, Barthes nous propose une rhétorique critique. Il nous invite à sortir de l'évidence et à réaliser qu'à chaque fois que quelque chose nous paraît naturel, nous faisons l'expérience d'un mythe, c'est-à-dire d'un phénomène « à la fois historique et intentionnel » (*Ibid.*, p. 191). En mettant l'accent sur ce caractère historique, Barthes vise à nous rendre attentifs au fait qu'un mythe est une construction sémiotique qui se renforce avec le temps ; que c'est dans le temps de l'Histoire – ou des histoires individuelles – qu'il acquiert toute sa force subversive pour devenir une fausse Nature, nous amenant à oublier qu'il a procédé d'une intention.

Avec l'exemple du cochon d'Inde, nous nous rendons ainsi compte que ce petit rongeur est devenu pour les "Occidentaux" (faute de terme plus adéquat) un animal de compagnie, parce qu'une personne ou une famille, à un moment de l'histoire, a pris l'initiative (à dessein ou sans trop y réfléchir, peu importe) de l'accueillir au sein de la demeure. De fil en aiguille, est-on autorisés à le postuler, la "mode" du cochon d'Inde domestique s'est alors répandue jusqu'à devenir un usage qui aujourd'hui fait partie des mœurs occidentales, voire même mondiales. Ainsi, cet exemple a le mérite d'illustrer clairement ces deux caractéristiques du mythe qu'on a précisément tendance à oublier : l'historicité et l'évidence. Lorsqu'il déclare que ce que veut le mythe, c'est « se présenter à la fois comme une notification et comme un constat [qui] transforme l'histoire en nature » (*Ibid.*, p. 189, 202), Barthes pointe effectivement cette faculté du mythe à nous aliéner.

Enfin, c'est parce que le mythe surgit à un moment donné de l'histoire que Barthes voit également, et nécessairement, dans ce phénomène l'œuvre d'une intentionnalité<sup>6</sup>. Comme nous l'avons dit, l'auteur des *Mythologies* rend systématiquement la bourgeoisie responsable des mythes de son époque. Le « catch », la « nouvelle Citroën », les « photos-chocs », la « cuisine ornementale »... Pour lui, toutes ces « paroles » sont des expressions de l'idéologie bourgeoise, conçue comme une mythologie. Et à vrai dire, ce que nous devrions conclure, car Barthes ne le fait pas explicitement, c'est que cette idéologie renvoie ni plus ni moins à la *culture* même. En d'autres mots, Barthes

<sup>5</sup> C'est justement en faisant l'expérience d'autres cultures, ou lorsque d'autres cultures émergent ou émigrent dans notre milieu, que certaines réalités qu'on pouvait penser naturelles prennent soudainement une coloration culturelle.

<sup>6</sup> Qui dit intentionnalité ne dit pas nécessairement volonté de créer des mythologies. Lorsque le cochon d'Inde a commencé à être introduit dans les habitations, l'idée n'était évidemment pas que cette domestication s'inscrive à la longue dans les mœurs.

nous invite à envisager la culture – de son temps – comme un *archi-langage* (la « signification » ; cf. figure 2), qui manifeste sans cesse une *idéologie bourgeoise* (le « contenu ») par la médiation de *réalités matérielles* – le catch (pratique), la Citroën (objet), les photos-chocs (discours) – fonctionnant comme autant de paroles mythiques (la « forme »).

Pour le sémiologue, la culture opère ainsi *naturellement* un immense travail de sape en nous amenant à (conce)voir les réalités du monde comme des *représentations* convenues (des « signes ») et non comme des *présences matérielles* (avec leurs qualités sensibles qui pourraient être appréciées au moment où il en est fait l'expérience). Plus spécifiquement, Barthes observe que le mythe (la *culture*, ou l'*idéologie bourgeoise* qui fonde son contenu) suit un double mouvement : il transforme d'abord les présences matérielles de l'expérience en formes creuses, en les dépouillant de toute histoire propre, il y injecte ensuite une « histoire nouvelle », la sienne<sup>7</sup> (*Ibid.*, p. 191) :

Il faut ici rappeler que les matières de la parole mythique (langue proprement dite, photographie, peinture, affiche, rite, objet, etc.), pour différentes qu'elles soient au départ, et dès lors qu'elles sont saisies par le mythe se ramènent à une pure fonction signifiante : le mythe ne voit en elles qu'une même matière première : leur unité, c'est qu'elles sont réduites toutes au simple statut de langage. (*Ibid.*, p. 186)

Avec le mythe, on ne cherche donc plus à questionner la valeur et le sens des réalités dont on fait l'expérience : *une réalité devenue mythe ne présente plus rien, elle représente seulement*. Et c'est précisément cette évacuation du "sens premier" des choses – celui qui se donne dans l'expérience – qui fait dire à Barthes qu'on vient, sous l'effet du mythe, à appauvrir les significations, parce que le mythe produit en nous une « économie d'intelligence » (*Ibid.*, p. 229) : nous observons un petit rongeur au pelage blanc et beige (le « signifiant » ; cf. figure 2), nous reconnaissons qu'il s'agit d'un cochon d'Inde (le « signe ») et nous le concevons aussitôt comme un animal de compagnie (le « signifié ») sans même qu'il nous traverse l'esprit que ce mammifère puisse avoir une autre fonction, comme par exemple servir de mets... Comme l'analyse Barthes :

une prestidigitation s'est opérée, qui a retourné le réel, l'a vidé d'histoire et l'a rempli de nature, qui a retiré aux choses leur sens humain de façon à leur faire signifier une insignifiance humaine [...]. Le mythe ne nie pas les choses, sa fonction est au contraire d'en parler ; simplement, il les purifie, les innocente, les

<sup>7</sup> Dans l'histoire que le mythe vise à instaurer, Barthes voit un intérêt tout hégémonique : « l'universalisme, le refus d'explication, une hiérarchie inaltérable du monde », tels sont les intérêts essentiels du mythe (1957, p. 228). « La fin même des mythes, c'est d'immobiliser le monde » (*Ibid.*, p. 229).

fonde en nature et en éternité, il leur donne une clarté qui n'est pas celle de l'explication, mais celle du constat [...]. En passant de l'histoire à la nature, il fait une économie : il abolit la complexité des actes humains, leur donne la simplicité des essences, il supprime toute dialectique, toute remontée au-delà du visible immédiat, il organise un monde sans contradictions parce que sans profondeur, un monde étalé dans l'évidence. (*Ibid.*, p. 217)

Finalement, bien qu'on puisse toujours regretter que le mythe nous empêche d'accéder à des sens pluriels, en assignant à chaque réalité du monde un sens déjà convenu, prêt à être actualisé, il faut aussi être conscients que sans lui aucune culture ne pourrait se constituer. En « fond[ant] en nature et en éternité » la signification des « choses » du monde, le mythe donne effectivement à ces choses, comme Barthes le soutient, une « clarté » (au sens d'évidence) qui participe du renforcement et de l'expansion de la culture. Parce qu'il est « un *accord* au monde, non tel qu'il est, mais tel qu'il veut se faire » (*Ibid.*, p. 230), on peut affirmer que le mythe est coextensif de la culture.

## 5. Mythe, dénotation et connotation

Sous l'effet des mythologies, les « paroles » ou réalités du monde acquièrent donc une identité culturelle, à savoir une identité qui ne revendique rien, qui ne détonne pas, qui va de soi. Or, lequel du système dénotatif ou connotatif rend compte de telles évidences ? Bien entendu, le système dénotatif, et c'est pour cette raison que nous avons critiqué le rapprochement opéré par les commentateurs de Barthes entre mythe et connotation.

Pour nous, suite à ce que nous venons de montrer, il paraît clair que Barthes décrit, avec ses mythologies, des systèmes dénotatifs. Et s'il y a eu confusion, et qu'il y en a encore aujourd'hui, c'est parce que la tendance a toujours été de lier la connotation à des significations qui paraissent ne traduire que des défauts de normalité. Or, ce que la connotation révèle, ce ne sont pas des significations qui expriment des défauts de normalité, mais *des sens qui requestionnent les significations culturellement admises*. C'est dans cette perspective que Rastier a, par exemple, eu raison de dire que la valeur *vulgarité* ne connote pas le terme « flic », mais le dénote (2009 [1987], p. 125-126), dans la mesure où il va de soi – qu'il est (culturellement) normal – de considérer « flic » comme une expression vulgaire de « policier ». À l'inverse, si ce terme était employé pour *valoriser* l'agent de police, on aurait bel et bien affaire à une connotation.

Plus généralement, que se passe-t-il au juste avec la dénotation et la connotation ? Comment facilement distinguer une signification dénotée d'une signification connotée ? En nous référant aux enseignements de Barthes, nous

formulons l'hypothèse que pour distinguer une dénotation d'une connotation, il faut en fait identifier l'autorité qu'on estime, au moment de l'analyse, assumer l'instauration du sens qu'on attribue à la réalité considérée. Si on estime que c'est la culture qui est redevable du sens qu'on reconnaît à la réalité en question, on admettra que sa signification est une dénotation et que globalement son identité est culturelle. À l'inverse, si on pense que c'est une instance autre que la culture qui est l'instauratrice de ce sens, on déclarera que cette signification est une connotation et que l'identité manifestée est sociale.

Pour illustrer cette idée, plongeons-nous dans l'univers des marques, là où nous avons systématiquement à l'œuvre des manipulations intentionnelles du sens. Plus exactement, rappelons-nous qu'au milieu des années 2000, la marque de cosmétique Dove avait lancé une campagne de publicité mondiale dans laquelle elle mettait en valeur des femmes aux formes généreuses.

**Figure 3 :** Annonce Dove (2004).



Cette campagne avait fait grand bruit, car jusqu'alors, c'étaient toujours des femmes minces qui étaient retenues pour promouvoir des produits de beauté. D'un point de vue sémiologique, Dove a donc instauré une rupture au sein de la culture, et la présence de femmes rondes en sous-vêtements sur ses affiches a été reconnue par les consommateurs – les consommatrices – non comme un fait de culture, mais comme un fait de société, produit intentionnellement par une « instance énonciative » clairement identifiable et identifiée : la marque Dove justement. En effet, c'est en se distanciant des codes culturels que Dove est parvenu à connoter les femmes rondes (le « signifiant » ; cf. figure 2) en canons de beauté (le « signifié »). Et si on parle bien ici de connotation, c'est parce que les consommateurs/consommatrices ont reconnu

que cette signification n'émanait pas de la culture, mais de l'initiative d'une instance sociale déterminée<sup>8</sup>.

De la sorte, il y a donc à reconnaître que, contrairement à ce qu'on pense, la dénotation est, tout comme la connotation, un système doublement articulé. Et si on a tendance en sémiotique, comme en linguistique, à ne pas voir cette double articulation de la dénotation, comme le prouve la modélisation de Klinkenberg (cf. figure 1), c'est parce que nous sommes, ainsi que nous l'avons indiqué avec Barthes, « à chaque instant plongé[s] dans une fausse Nature » (1957, p. 231), jamais conscients que ce qui est dénoté est en fait toujours motivé<sup>9</sup> :

En fait, ce qui permet au lecteur de consommer le mythe innocemment, c'est qu'il ne voit pas en lui un système sémiologique, mais un système inductif : là où il n'y a qu'une équivalence, il voit une sorte de procès causal : le signifiant et le signifié ont, à ses yeux, des rapports de nature. On peut exprimer cette confusion autrement : tout système sémiologique est un système de valeurs ; or le consommateur du mythe prend la signification comme un système de faits : le mythe est lu comme un système de faits : le mythe est lu comme un système factuel alors qu'il n'est qu'un système sémiologique. (*Ibid.*, p. 204)

## Conclusion

Ce qu'il ressort de ce travail est qu'on pourrait finalement modéliser la dénotation et la connotation de la même façon, en réexploitant la structure du modèle mythique de Barthes. Pour ce faire cependant, il faudrait procéder à des particularisations terminologiques, entendu qu'un système dénotatif, ainsi que nous l'avons dit, fonde une identité culturelle (typique du champ social), et un système connotatif, une identité sociale (relative à une instance énonciative, inscrite dans ce champ).

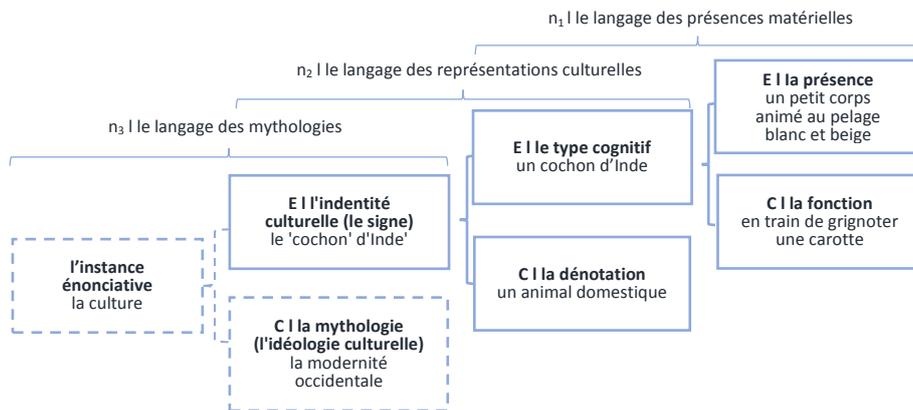
Les arborescences ci-dessous figurent ces deux structures signifiantes que sont la dénotation et la connotation. Comme il est possible de le constater, nous nous sommes permis d'opérer une rotation à 90° horaire du modèle barthésien, ceci afin que ces schémas soient plus conformes aux arborescences généralement produites en sémiotique. Également, afin de respecter les usages en sémiotique, nous avons préféré retenir, pour chacun des modèles, les notions hjelmsleviennes d'*expression* [E] et de *contenu* [C] en lieu et place des

<sup>8</sup> Nous n'occultons néanmoins pas que les évolutions culturelles contre le formatage de la beauté corporelle pouvaient prédisposer à ce discours.

<sup>9</sup> C'est exactement ce qu'entend Badir lorsqu'il dit du « texte considéré par la sémiotique dénotative » que « c'est un texte en quelque sorte "domestiqué" pour son analyse » (2014, p. 209) : « le sens des mots qui y seront analysés correspondra en gros à celui qui est donné par le dictionnaire de langue, parmi l'une ou l'autre acception que celui-ci dénombre, ou bien, par défaut, selon la signification générique attribuée au mot » (*Idem.*).

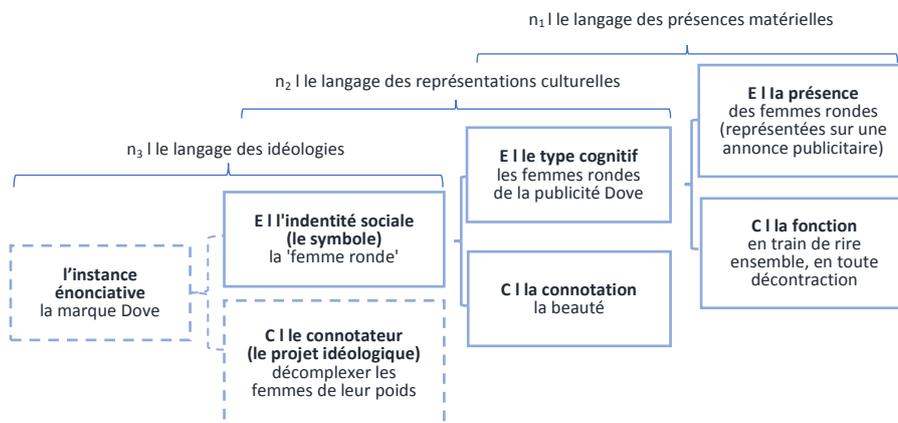
saussuriennes de *signifiant* et de *signifié*, elles, adoptées par Barthes. Enfin, détail qui a son importance, nous avons ajouté un niveau supplémentaire ( $n_1$ ) intégrant les formes des plans de l'expression et du contenu des « présences matérielles » (les réalités du monde perçues sur le moment), ceci pour rappeler que toute formalisation naît toujours d'une expérience sensible<sup>10</sup>.

**Figure 4 : Le système de la dénotation.**



Vis-à-vis de ce système de la dénotation, on fera trois commentaires. D'abord, on observera que le langage des présences matérielles est résolument un langage expérientiel. Deuxièmement, on fera remarquer que le contenu de ce langage se rapporte à la fonction que tient la présence matérielle au moment où il en est fait l'expérience, à savoir ce qu'elle fait ou à quoi elle sert en situation (en l'occurrence, nous avons imaginé que nous observions un cochon d'Inde grignoter une carotte). Enfin, on expliquera les pointillés des cases du système mythique par le fait que ce système est bien là, mais précisément jamais conscientisé par la communauté.

**Figure 5 : Le système de la connotation.**



<sup>10</sup> Pour une étude approfondie de ces questions de présences matérielles et d'expérience sensible, nous renvoyons à la première partie de notre ouvrage sur les formes de vie (2020a) ou à notre article introductif « Les métamorphoses de l'objet » (2020b).

Cette seconde modélisation, relative à la connotation, appelle aussi plusieurs commentaires. Premièrement, elle donne à observer qu'une instance énonciative – une marque, une personne, un groupe... – peut être conçue comme un *langage vivant* qui par ses actions et ses énonciations supporte un projet. En particulier, ce projet serait de nature idéologique, car il vient, par sa valeur connotative, bousculer l'ordre établi par la culture. Dans le cas de Dove, on estimera que ce projet est – ou était – de *décomplexer les femmes*, dans la mesure où notre culture médiatique a tendance à seulement valoriser les tailles fines<sup>11</sup>. Mais au-delà de ce cas particulier, on doit voir qu'un projet idéologique peut être déterminé à différents degrés de généralité, à savoir que si nous voulons atteindre une plus grande exhaustivité, nous pourrions aussi déclarer que le projet de Dove est – ou était – d'*instaurer de nouveaux canons de beauté féminine*, voire de *lutter contre les diktats de la mode*, car la question de l'âge et du faciès a aussi été thématifiée dans ces publicités.

Enfin, en rapport à ce projet idéologique, on doit être conscients qu'il ne peut se manifester qu'à travers la médiation de présences matérielles, celles que l'instance énonciative exploite pour mener à bien ses desseins. C'est ainsi, dans ces conditions et dès ce moment, que les *signes* de la culture peuvent être envisagés comme des *symboles*<sup>12</sup> : les symboles de l'idéologie soutenue par l'instance énonciative ou, plus synthétiquement, les symboles mêmes de cette instance. Dans l'extrait suivant, Klinkenberg explore ce processus :

Avec la connotation, on entre dans un système symbolique : la relation entre le signifiant et le signifié du signe de connotation est celle qui définit le symbole. La connotation est donc un signe arbitraire. La relation symbolique étant transitive, les connotations peuvent s'emboîter (niveaux 3, 4, etc.), et cela en principe indéfiniment. Ce système est en définitive de nature pragmatique, et renvoie à une mythologie ou à une idéologie dont le siège est dans les partenaires de la communication. (2000 [1996], p. 248-249)

Le propos de Klinkenberg est réellement intéressant, car il montre que nous produisons, avec la connotation, des emboîtements de langages qui peuvent être répétés à l'infini, du fait qu'une connotation est toujours susceptible de renvoyer à une autre connotation, et ainsi de suite. Mais surtout, l'extrait est intrigant, car l'auteur y emploie le terme *mythologie*, que nous avons pourtant dit se rapporter au phénomène de la dénotation. Aussi, par cet emploi,

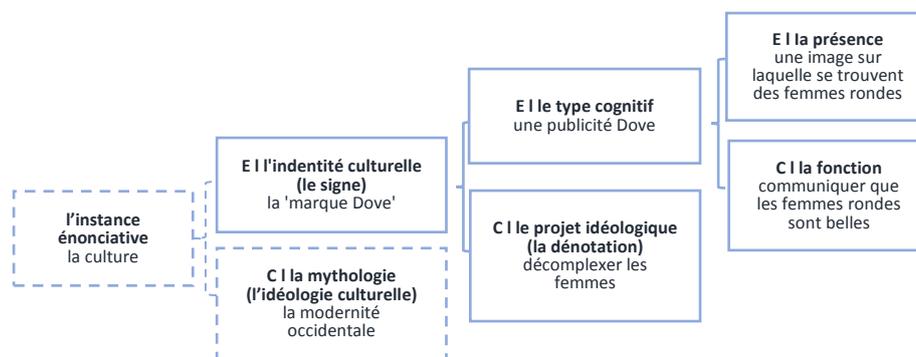
<sup>11</sup> Dans cet argumentaire, nous ne faisons volontairement pas cas du fait que les projets de marques sont conditionnés par des impératifs économiques. Ce qui nous intéresse ici, c'est la dimension sociétale du projet, non sa nature économique qui, elle, est dénotative.

<sup>12</sup> La distinction qu'on opère entre signe et symbole se rapporte au niveau de conscience de l'arbitraire de ces formes sémiotiques. À savoir que le signe est un symbole auquel on ne reconnaît pas de valeur arbitraire, et le symbole, un signe dont on reconnaît le caractère immotivé.

Klinkenberg semble nous inviter à réaliser que si, sur le principe, des connotations peuvent indéfiniment s'emboîter les unes dans les autres, ces emboîtements s'arrêteront nécessairement lorsqu'on ne parviendra plus à identifier d'idéologies soutenant la signification. À ce moment-là, la signification redeviendra insignifiante.

Autrement dit, et pour conclure, le phénomène de la connotation cesse dès lors que l'instance énonciative à l'origine du projet idéologique ne peut plus être identifiée ou, ce qui revient au même, lorsque l'instance énonciative est reconnue comme étant une identité culturelle (un signe). Typiquement, si les femmes rondes des publicités Dove connotent la beauté, la marque Dove, comme instance énonciative, dénote, elle, au niveau social (non économique), un projet visant à démocratiser la beauté (niveau n<sub>4</sub>, non reproduit dans la figure 5, *supra* ; mais pris en compte dans la figure 6, *infra*). En effet, dire que la marque Dove a pour projet idéologique de *démocratiser la beauté* ou de *décomplexer les femmes*, c'est énoncer une évidence, c'est poser un constat partagé, qu'on aura peut-être oublié avoir procédé d'un choix, avoir été motivé par une idéologie assignée par une organisation marchande :

**Figure 6 :** La mythification des connotations.



Plus généralement, ce dernier schéma nous permet de réaliser que les connotateurs – les projets idéologiques – peuvent se transformer sous la force des mythologies en dénotateurs<sup>13</sup>. C'est cette possibilité de transmutation qui par exemple explique pourquoi la *vulgarité* (en référence à l'exemple de Rastier au sujet du terme *flic*), dans certains cas, peut connoter et, dans d'autres, dénoter. ●

<sup>13</sup> Selon le niveau de pertinence retenu pour l'analyse, on voit que les places et les fonctions changent : une identité culturelle peut devenir une identité sociale lorsqu'elle est associée à tel contenu ou assumée par telle instance énonciative.

## Références

BADIR, Sémir. *Épistémologie sémiotique*. Paris : Honoré Champion, 2014.

BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris : Seuil, 1957.

ECO, Umberto & Pezzini, Isabella. « La sémiologie des *Mythologies* ». *Communications*, n°36. Paris : Seuil, 1982. En ligne : <[https://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1982\\_num\\_36\\_1\\_1536](https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1982_num_36_1_1536)>.

GREIMAS, Algirdas Julien. *Du sens. Essais sémiotiques*. Paris : Seuil, 1970.

HJELMSLEV, Louis. *Prolégomènes à une théorie du langage*. Trad. Una Canger avec la collaboration d'Annick Wewer. Paris : Les Éditions de Minuit, 1971 [1943].

KLINKENBERG, Jean-Marie. *Précis de sémiotique générale*. Paris : Points, 2000 [1996].

PERUSSET, Alain. *Sémiotique des formes de vie*. Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, 2020a.

PERUSSET, Alain. « Les métamorphoses de l'objet. Aperçu d'une sémiotique des corps-actants ». *Actes Sémiotiques*, n. 123. 2020b. En ligne : <<https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/6507>>.

RASTIER, François. *Sémantique interprétative*. Paris : PUF, 2009 [1987].

ZENKINE, Serge. « L'esthétique du mythe et la dialectique du signe chez Roland Barthes » *Littérature*, n. 108. 1997. En ligne : <[http://www.persee.fr/docAsPDF/litt\\_0047-4800\\_1997\\_num\\_108\\_4\\_2456.pdf](http://www.persee.fr/docAsPDF/litt_0047-4800_1997_num_108_4_2456.pdf)>.

ZENKINE, Serge. « Les indices du mythe », *Recherches et Travaux*, n. 77. 2010. <<https://journals.openedition.org/recherchestravaux/pdf/418>>.

---

## Challenging connotation and denotation with Barthes' mythologies

 PERUSSET, Alain

**Abstract:** The problem of the relationship between denotation and connotation, terms introduced in linguistics by Hjelmslev in the middle of the last century, frequently reappears in the semiotic debate. Greimas (1970), Rastier (1987), Klinkenberg (1996) and Badir (2014) have examined the question, offering enlightening, and sometimes opposing, interpretations. Also, Barthes' commentators, such as Eco and Pezzini (1982) or Zenkine (1997), have indirectly contributed to the debate by considering the "mythologies" of the French semiologist as types of connotations. However, as this article will tend to demonstrate, mythologies do not rely on the phenomenon of connotation, but of denotation. Thus, the aim of this work will be to enrich the discussion on these semiotic languages by countering the belief that mythologies are forms of connotation, in other words, by engaging Hjelmslev and Barthes in a dialogue on the question of cultural meanings.

**Keywords:** Barthes; semiotics; mythology; connotation; denotation

---

### Como citar este artigo

PERUSSET, Alain. Le rapport connotation/dénotation à l'épreuve des mythologies de Barthes. *Estudos Semióticos* [online]. Volume 16, número 3. Dossiê temático: "Semiótica e Epistemologia". São Paulo, dezembro de 2020. p. 133-147. Disponível em: <[www.revistas.usp.br/esse](http://www.revistas.usp.br/esse)>. Acesso em: dia/mês/ano.

---

### How to cite this paper

PERUSSET, Alain. Le rapport connotation/dénotation à l'épreuve des mythologies de Barthes. *Estudos Semióticos* [online]. Vol. 16.3. Thematic issue: Semiotics and Epistemology. São Paulo, december 2020. p. 133-147. Retrieved from: <[www.revistas.usp.br/esse](http://www.revistas.usp.br/esse)>. Accessed: year/month/day.

---

Data de recebimento do artigo: 21/07/2020.

Data de aprovação do artigo: 21/09/2020.

Este trabalho está disponível sob uma Licença Creative Commons CC BY-NC-SA 4.0.

This work is licensed under a Creative Commons License CC BY-NC-SA 4.0.

