

Mythes, légendes et imaginaires des savoirs et des discours musicaux

Résumé

Cette journée d'étude sera l'occasion d'offrir un ensemble de réflexions lié à la constitution des mythes et à leurs fonctions au sein des champs musicaux. L'objectif est également d'interroger les tensions entre l'identification d'un mythe dans un contexte culturel et son analyse par le chercheur en sciences sociales. À une plus large échelle, il s'agit de questionner la place du mythe dans les discours académiques.

La journée est organisée autour de trois grands axes réflexifs :

- Mise en place, réitération et réification des mythes ;
- Valeurs, fonctions et usages des *mythes courants* ;
- Valeurs, fonctions et usages du *mythe social*.

Argumentaire

Dans la figure de Robert Johnson, bluesman n'ayant connu qu'une brève carrière dans les années 1930, mais qui jouit d'un statut légendaire depuis les années 1990, Patricia Schroeder (2004) voit un archétype du mythe culturel contemporain : un croisement et un agrégat de discours, de représentations, de superstitions, la reconstruction d'une mémoire collective à partir de bribes de faits dont la réalité historique est devenue inaccessible. La légende dit que Robert Johnson aurait vendu son âme au diable en échange de sa prouesse musicale ; les paroles du célèbre « Cross Road Blues », le décès prématuré du musicien, à l'âge de 27 ans, inviteraient à y croire.

Johnson n'est cependant pas le seul musicien à propos duquel la culture musicale dite *pop*¹ raconte des histoires plus grandes que nature. Selon certains, Paul McCartney serait décédé dans un accident de voiture en 1967 et remplacé depuis par un sosie. Si l'on écoute le morceau « Stairway to Heaven » de Led Zeppelin à l'envers, disent d'autres, on peut entendre des messages sataniques. Le langage courant désigne toutes ces histoires comme étant des « mythes », un terme dont l'usage universel dissimule une véritable polysémie ; car l'image de l'artiste ayant reçu une inspiration ou un talent perçu comme véritablement surnaturel n'a ni la même ampleur, ni le même ancrage que des anecdotes aisément falsifiables, et qui peuvent faire sourire.

À lire Paul Ricoeur, le mythe, en dehors de sa signification stricte de « récit des origines », se définit comme « une forme de discours qui élève une prétention au sens et à la vérité ». Le *mythe fondateur* est ainsi considéré comme vrai par les sociétés qui le racontent (Smith), dont il assure la cohésion. Les ethnologues et les anthropologues l'ont montré pour de nombreuses sociétés (Lévi-Strauss, 1949) ; quant aux mythes produits par nos sociétés contemporaines, ils ont reçu l'attention des littéraires et des sémiologues plutôt que celle des sociologues (Bouchard, 2013). Parmi ces mythes modernes, on peut distinguer d'une part ce que Bouchard appelle le *mythe social*, défini comme « une représentation collective hybride, bénéfique ou nuisible, baignant dans le sacré, commandée par l'émotion plus que la raison, et porteuse de sens, de valeurs et d'idéaux façonnés dans un environnement social et historique donné ». D'un autre côté, il existe une nébuleuse de phénomènes semblables, mais qui ne se recouvrent pas tout à fait

¹ Au sens de « musique populaire enregistrée » du XX^e et XXI^e siècle (Gayraud, 2018).

conceptuellement (DiFonzo et Bordia, 2006), celle des rumeurs, des légendes urbaines, des lieux communs, des clichés, et que l'on pourrait regrouper sous l'étiquette des *mythes courants*.

Certains de ces mythes parlent du passé et sont l'œuvre d'une mémoire récréatrice ; d'autres parlent du présent, voire de l'avenir. Dans tous les cas, et quelle que soit l'acception que l'on prête au terme, le mythe est produit par l'imagination ; le processus mythifiant agence images et symboles puisés dans un « bassin sémantique » (Durand, 1996), pour produire un discours hybride, dynamique, ni totalement vrai, ni tout à fait faux – en somme, une lecture du réel.

L'abondance des mythes en tout genre dans les discours construits autour de phénomènes musicaux reflète une concordance entre ces deux modalités discursives. On retrouve à la fois la fonction de cohésion sociale du discours, notamment pour des *subcultures* liées à certains genres musicaux, et la fonction poétique de la musique, c'est-à-dire sa capacité à exprimer et communiquer des émotions, des impressions, des imaginaires, dans une forme qui s'adresse en premier lieu à la sensibilité. Comment les mythes musicaux contribuent-ils à la cohésion sociale des groupes qui les véhiculent ? Les processus de mythification varient-ils d'une *subculture* à une autre ? Quelle(s) autre(s) fonction(s) ces mythes peuvent-ils remplir ?

Les réflexions se tournent également vers la place du processus de mythification dans les discours académiques. En effet, les sciences sociales se sont attachées à la scientificité et à l'objectivité dans leurs approches méthodologiques. Pour autant, les discours historiques, sociologiques, musicologiques peuvent-ils prétendre s'affranchir entièrement de la présence du mythe ? Comment adopter une posture critique qui permette de décrypter le processus de mythification, d'isoler ses composantes et comprendre sa fonction au sein d'un groupe social, sans pour autant le dévaloriser en le confrontant à la réalité objective ? De même, lorsque l'on étudie la musique comme monde de l'art, comment procéder pour distinguer les processus inconscients collectifs, qui sont « inhérents à la mémoire humaine » (Buscot, 2010), et les mythes produits consciemment et délibérément dans un but idéologique ou orienté ?

Bibliographie

BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris : Éd. du Seuil, 2014.

BOUCHARD, Gérard. « Pour une nouvelle sociologie des mythes sociaux : Un repérage préliminaire ». *Revue européenne des sciences sociales* n° 51-1 (2013) : 95-120.

BUSCOT, Gilles. « Mythification de l'histoire dans l'espace français et germanique. Brèves réflexions sur l'évolution de la propagande politico-historique (XIX^e-XX^e siècles) ». *Recherches germaniques* n° 40 (2010) : 117-188.

DIFONZO, Nicholas, et BORDIA, Prashant. « Rumeurs, ragots et légendes urbaines. Contextes, fonctions et contenus », *Diogène*, vol. 213, n° 1 (2006) : 23-45.

DURAND, Gilbert. *Introduction à la mythologie*. Paris : Albin Michel, 1996.

ERNST, Kris, et KURZ, Otto. *L'Image de l'artiste*. Paris : Rivages, 1987.

GAYRAUD, Agnès. *Dialectique de la pop*. Paris : la Découverte, 2018.

GIANINAZZI, Willy. « Images mentales et mythe social ». *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol.28, n° 1 (2010) : 155-72.

GUERIN, Michel. « Qu'est-ce qu'un mythe ? » *La pensée de midi*, vol. 22, n° 3 (2007) : 93-102.

LEVI-STRAUSS, Claude. « L'efficacité symbolique » *Revue de l'histoire des religions*, n°135-1 (1949) : 5-27.

LOSSEV, Alexei. *The dialectics of myth*. New York : Routledge, 2003.

MORIN, Edgar. *La Rumeur d'Orléans*. Paris : Éditions Points, 2017.

RICOEUR, Paul. « MYTHE - L'interprétation philosophique ». *Encyclopædia Universalis*. Consulté le 30 septembre 2019. <http://www.universalis.edu.com/encyclopedie/mythe-l-interpretation-philosophique/>.

SMITH, Pierre. « MYTHE - Approche ethnosociologique ». *Encyclopædia Universalis*. Consulté le 20 septembre 2019. <http://www.universalis.edu.com/encyclopedie/mythe-approche-ethnosociologique/>.

Modalités diverses

La journée d'étude se tiendra à la Maison de la Recherche de la Sorbonne-Nouvelle, dans le cadre de la Semaine des Arts et Médias.

Les propositions de communication peuvent être envoyées aux organisateurs à l'une des deux adresses mail suivantes :

iulia.dima@sorbonne-nouvelle.fr

lohan.le-galloudec@sorbonne-nouvelle.fr

L'argumentaire, d'une longueur de 350 à 500 mots maximum, devra comporter une description de la thèse et des principaux arguments de l'exposé. Les exposés dureront 20 minutes, et seront suivis de 10 minutes de discussion.

La date limite d'envoi des propositions est fixée au **5 février 2020**. Une réponse sera apportée avant le 15 février 2020.