

L'HOMME

L'Homme

Revue française d'anthropologie

167-168 | 2003

Passages à l'âge d'homme

Kelly Askew & Richard R. Wilk, eds, *The Anthropology of Media. A Reader*

Malden, Blackwell, 2002, XI + 416 p., bibl., index, ill. (« Blackwell Readers in Anthropology »)

Mihai Coman



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/lhomme/19612>

DOI : 10.4000/lhomme.19612

ISSN : 1953-8103

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2003

Pagination : 350-352

ISSN : 0439-4216

Référence électronique

Mihai Coman, « Kelly Askew & Richard R. Wilk, eds, *The Anthropology of Media. A Reader* », *L'Homme* [En ligne], 167-168 | 2003, mis en ligne le 11 septembre 2008, consulté le 24 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/lhomme/19612> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/lhomme.19612>

Ce document a été généré automatiquement le 24 septembre 2020.

© École des hautes études en sciences sociales

Kelly Askew & Richard R. Wilk, eds, *The Anthropology of Media. A Reader*

Malden, Blackwell, 2002, XI + 416 p., bibl., index, ill. (« Blackwell Readers in Anthropology »)

Mihai Coman

- 1 “IN HER REVIEW essay ‘*Anthropology and Mass Media*’, Debra Spitulnik stated ‘There is as yet no anthropology of mass media’. Eight years later, the significant and growing literature represented by this volume indexes an existent, if still emergent, discipline. Media anthropology, the brainchild of Mead, Bateson and Powdermaker has finally come into its own”¹. C’est sur cette note triomphale que s’achève l’introduction de Kelly Askew, éditrice, en collaboration avec Richard R. Wilk, de ce surprenant recueil de textes. Son propos suggère que les 22 contributions, provenant d’articles (dont la majorité publiés dans la revue *Visual Anthropology*) ou extraits de livres, ont été choisies non seulement pour présenter un ensemble de recherches de terrain, mais aussi afin de plaider pour le droit de cité d’une nouvelle discipline : la *media anthropology*. Ce qui soulève trois questions relevant du nom, du contenu et du choix de textes représentatifs pour cette branche de l’anthropologie.
- 2 Premièrement le nom : Kelly Askew utilise le syntagme « media anthropology », le titre du recueil est *The Anthropology of Media* et, dans l’article évoqué plus haut, Debra Spitulnik parlait de « anthropology of mass media », alors même qu’aucune de ces appellations ne figure sous la plume des chercheurs dont les textes ont été considérés comme représentatifs de cette discipline. Ces divers noms sont-ils en variation libre ou renvoient-ils à des objets et sous-disciplines différentes ? Selon Susan Allen, une de ses porte-parole les plus autorisées, la *media anthropology* « studies structure, function, process, impact, etc., of media information, technologies, professionals, audiences »². Elle a aussi la fonction « to communicate anthropological information and insights through media channels in widely acceptable styles and formats, but through more or less traditional anthropological subject matter »³. Debra Spitulnik, quant à elle, propose un autre angle d’approche : « Given the various modalities and spheres of operation, there are numerous angles of approaching mass media anthropologically : as

institutions, as workplaces, as communicative practices, as cultural products, as social activities, as aesthetic forms, as historical developments »⁴. Tandis que pour Kelly Askew, cette discipline se définit comme « ethnographically informed, historically grounded, and context-sensitive analysis of the ways in which people use and make sense of media technologies » (p. 3). Ces ambiguïtés viennent du fait que le terme « media » désigne tantôt l'ensemble des techniques de communication, tantôt le système de la communication de masse. Pour les éditeurs de ce recueil, les médias sont prioritairement des technologies servant à la transmission des messages ; en conséquence, l'approche anthropologique se réduit à la recherche (ethnographique) soit de l'influence de ces techniques sur la construction des représentations de soi et de l'autre, soit de leurs différents usages, culturellement déterminés. Exceptés les déclarations de foi du début et l'entassement des analyses de cas, on ne trouve aucun effort cohérent d'élaboration, par construction théorique ou par description du champ propre ou des champs limitrophes, de l'identité de cette nouvelle discipline.

- 3 Ce qui nous amène à la question du contenu spécifique de cette branche de l'anthropologie. Celui-ci est préfiguré par les quatre sections majeures du recueil (je laisse de côté la première section qui comporte des textes choisis un peu au hasard, réunissant des perspectives générales esquissées par des maîtres des sciences de l'information et de l'anthropologie tels que McLuhan, Raymond Williams, Margaret Mead ou des approches critiques concernant la « cuisine » de la recherche ethnographique). Deux sections traitent du rôle des techniques de communication dans la représentation de l'Altérité (les images occidentales sur les populations exotiques) et de l'Identité (les images des autochtones sur eux-mêmes). Dans ces deux cas tout se joue autour du visuel, qu'il s'agisse d'un support plutôt matériel (la photo, le film) ou d'un support électronique (la télévision, internet). Une autre section porte sur les usages des médias électroniques (film, radio, télé) ; les textes donnent l'impression d'une ethnographie de la réception, appliquée non pas aux familles et communautés occidentales, mais aux différents publics des pays non occidentaux. Enfin, la dernière partie traite du globalisme et du localisme, ayant comme objet soit l'affirmation en force des produits de la communication de masse tels les soap-operas ou la publicité, soit les questions de l'impérialisme culturel ou du contrôle des médias. Il nous semble que pour les éditeurs de ce volume le domaine de la *media anthropology* se réduit à l'analyse du rôle des technologies dans la construction : a) de l'image des autres dans les mass media ou dans les documents visuels produits par les anthropologues ; b) de l'image d'eux-mêmes, telles qu'elle est produite par les indigènes qui utilisent ces technologies ; c) de l'image du monde (occidental ou occidentalisé) fabriquée par les publics indigènes lors de la consommation des produits culturels diffusés par les médias. Ce qui fait que les contours de la discipline qui fait l'objet du recueil (et de la plaidoirie de Kelly Askew) définissent mal sa différence par rapport à l'anthropologie visuelle, d'un côté, et aux recherches des sciences de la communication (l'analyse de la réception, les études sur l'impérialisme culturel, les industries de la culture), de l'autre.
- 4 Cette perspective exclut ou au moins marginalise la dimension symbolique de la communication de masse, c'est-à-dire du côté créateur (de sens) des médias. Ce choix de contenus, de textes et d'auteurs fait que la *media anthropology* est moins anthropologique qu'on ne le croit. On découvre ainsi que toutes les recherches consacrées à la relation entre les médias et le système cérémoniel à travers les « media events », à la ritualisation de la réception, aux médias et mythologies modernes, ou encore aux médias et religions sont largement ignorées. Également, les importantes

recherches de l'ethnographie de la réception ne trouvent-elles ni la place ni l'écho mérités. Pour rendre justice aux éditeurs de cet ouvrage, il faut dire que ces perspectives interdisciplinaires sont venues des représentants des sciences de la communication et qu'elles n'ont bénéficié ni de l'intérêt ni de la reconnaissance de la communauté des anthropologues⁵.

- 5 Selon Kelly Askew, « this reader is designed to provide representative taste of the ideas that have emerged from ethnographic studies of media and thus lays no claim to being a comprehensive assessment of the field to date » (p. 2). De ce point de vue, en proposant au débat anthropologique un ensemble de textes éparpillés, afin de saisir l'état des lieux, ce recueil a atteint son but. Mais en ce qui concerne l'identité d'une anthropologie des médias (qui est plus qu'une ethnographie des médias), il reste beaucoup à faire, au niveau de la construction théorique, de la définition du champ et du choix des recherches représentatives.

NOTES

1. L'article de Debra Spitulnik, « *Anthropology and Mass Media* », dont il est question dans cet extrait est paru dans *Annual Review of Anthropology*, 1993, 22 : 293-315.
2. Susan Allen, « What is Media Anthropology ? A Personal View and a Suggested Structure », in Susan Allen, ed., *Media Anthropology : Informing Global Citizens*, Westport, Bergin & Garvey, 1994 : 27.
3. *Ibid.* : 29.
4. Debra Spitulnik, « *Anthropology and Mass Media* », *op. cit.* : 293.
5. Dans ces recherches, « la contribution de l'anthropologie a été pratiquement nulle » : cf. Sara Dickey, « La contribution de l'anthropologie à l'étude des moyens de communication de masse », *Revue internationale des Sciences sociales*, 1997, 153: 463.

AUTEUR

MIHAI COMAN

Université de Bucarest, Faculté de journalisme et sciences de la communication,
Bucarest.