

Jostein GRIPSURD, *Understanding media culture*

London/New York, Arnold/Oxford University Press, 2002, 330 p.

Sébastien Genvo



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5864>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.5864](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5864)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2004

Pagination : 367-368

ISBN : 978-2-86480-848-0

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Sébastien Genvo, « Jostein GRIPSURD, *Understanding media culture* », *Questions de communication* [En ligne], 6 | 2004, mis en ligne le 16 mai 2012, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5864> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5864>

Tous droits réservés

toutes les métalepses qu'il a croisées. La démonstration en est quelque peu amoindrie. Tout aussi étrange est la perspective théorique. Comme si l'auteur ne jugeait pas vraiment utile, ou intéressant, d'aller jusqu'au bout de sa démarche et de sa volonté d'établir un système robuste et convaincant. En dépit de ces critiques mineures, qu'on ne s'y trompe pas : *Métalepse* est un ouvrage d'une intelligence et d'une culture rares. Il témoigne de façon exemplaire de l'actualité et de la fécondité des analyses formelles héritées des linguistiques structurales.

Daniel Jacobi

LCC, université d'Avignon
et des pays du Vaucluse
daniel.jacobi@univ-avignon.fr

Jostein GRIPSRUD, *Understanding media culture [Comprendre la culture des médias]*. London/New York, Arnold/Oxford University Press, 2002, 330 p.

Abordant des objets aussi divers que les séries télévisées, le journalisme, le cinéma européen et américain, *Understanding media culture* est une excellente initiation aux différentes théories permettant la compréhension de la culture médiatique. Quels rôles les médias de masse jouent-ils dans la formation de nos identités culturelles, sont-ils culturellement déterminants ou plutôt symptomatiques de la société qui les produit ? De quelle façon le « récepteur » perçoit-il les informations qui lui sont alors communiquées ? Est-il sous influence ou influence-t-il la production de ce qui lui est proposé ? Quel est le pouvoir de la sphère publique et de la sphère privée sur ces productions ? Un individu peut-il s'exprimer en « auteur » à travers les médias à l'ère de la globalisation économique et de l'internationalisation des échanges ? Ces nombreuses questions sont traitées de façon transversale dans les différents chapitres constituant l'ouvrage, bien que la division de celui-ci en trois parties puisse laisser penser de prime abord que l'auteur a choisi de les aborder distinctement.

Ainsi les premiers chapitres sont-ils regroupés sous un même thème,

« L'audience et les médias » (pp. 1-96). Peut-être parce qu'il constitue en soi une introduction, *Understanding media culture* fait fi de tout prologue et débute directement sur la relation entre les médias et la socialisation, en se fondant notamment sur la notion d'identité. Présentant tout d'abord les théories de Sigmund Freud, Jostein Gripsrud approche par la suite les questions liées aux identités communautaires, en développant plus précisément la formation et la représentation de ces communautés via la télévision. Cet aspect implique alors de s'intéresser au pouvoir des médias et à leurs effets sur l'audience. L'auteur présente trois périodes de recherches pour apporter des éléments de réponse, périodes qui ne se concentrent pas tout à fait sur les mêmes préoccupations. Alors que les recherches effectuées avant 1940 s'interrogent sur ce que « les médias font à l'audience », une seconde période, s'étendant de 1940 à 1970, est davantage consacrée à ce que « l'audience fait des médias ». Les études qui suivent se dirigent vers une synthèse de ces deux pôles. Mais pour éviter de donner une réponse trop définitive à la question complexe de l'influence des médias, pour laquelle il n'existe pas de « vérité absolue », l'auteur montre qu'il « est également nécessaire d'avoir une connaissance transversale et variée des conditions sociales et culturelles, et des différences en générales » (p. 59). Le dernier chapitre de la première partie est ainsi dédié aux différences sociales dans le jugement de goût et les styles de vie. Les travaux de Pierre Bourdieu y sont majoritairement représentés, avec un exposé des principales notions mises au point par ce sociologue : *habitus*, capital, etc. Un lien est également établi avec l'œuvre d'Emmanuel Kant sur la critique du jugement, ce qui complète l'approche sociologique par une approche philosophique et esthétique. La question du jugement de la qualité des œuvres permet une transition avec la seconde partie de l'ouvrage intitulée « Perspectives sur les textes médiatiques » (pp. 97-224), qui se concentre plus particulièrement sur des outils théoriques d'analyse de contenu. Les fondements de la sémiotique sont présentés avec quelques études de cas cinématographiques et télévisuelles ; elles

permettent la compréhension de l'application des travaux de Charles S. Peirce et de Ferdinand de Saussure dans ces domaines. De même, l'ouvrage donne un bon aperçu des courants de l'herméneutique, de la rhétorique et de la narratologie, en suivant à chaque fois un modèle consistant à appliquer les théories présentées dans des études de cas médiatique. Entre autres intérêts, le chapitre dédié à la rhétorique est l'occasion d'une analyse de la rhétorique publicitaire et de ses mécanismes de persuasion. La dernière partie, dénommée « Production : contextes et conditions » (pp. 225-309), questionne en premier lieu les notions de sphère publique et de démocratie, en mettant en exergue les problématiques qu'engage la mise en œuvre d'idéaux démocratiques dans la réalité médiatique qui, de plus en plus, est confrontée à des impératifs issus de la sphère privée (« tyrannie de l'intimité », lois du marché, etc.). Ce chapitre se fonde principalement sur les écrits de Jürgen Habermas, tout en indiquant les évolutions qu'ont connu les travaux du chercheur allemand, et ce en les resituant dans leur contexte. Cette façon de faire permet d'ailleurs à l'auteur de consacrer le chapitre suivant aux médias à large diffusion (*broadcasting*) qui ont émergé depuis le début du XX^e siècle. Ainsi un bref historique de la radio et de la télévision est-il dressé : il met en évidence à la fois les conditions sociales de leur parution, leurs répercussions sur la société et le dialogue continuels que nourrissent ces deux aspects. Puis l'auteur invite le lecteur à s'interroger sur les modalités d'existence de ces médias à large diffusion à l'âge de la digitalisation, du câble et du satellite. Le dernier chapitre de l'ouvrage est le lieu d'une synthèse, en pointant plus particulièrement les problématiques qu'engage la liberté de création dans les médias actuels ; Jostein Gripsrud y compare « le film d'art européen et l'industrie culturelle hollywoodienne » et aborde la production de fiction télévisuelle, en prenant l'exemple de *soap operas* tels qu'*Ally McBeal*, *Dynasty* ou encore *Les Sopranos*. Ce dernier genre télévisuel est finement analysé à travers différents chapitres, le chercheur norvégien étant spécialiste du sujet.

Understanding media culture n'est donc pas uniquement une présentation de théories permettant la compréhension de la culture médiatique, c'est aussi un livre qui saisit cette opportunité pour porter un point de vue critique sur ces recherches. Avec parfois beaucoup d'humour, l'auteur incite le lecteur à s'interroger sur des problématiques actuelles et à poursuivre la réflexion en approfondissant les différents travaux présentés. Résolument pluridisciplinaire, ce livre est aussi une initiation à l'épistémologie de certaines sciences humaines et sociales (la sociologie, la sémiologie et la sémiotique...). Si le découpage en trois parties peut indiquer que l'auteur traite distinctement des recherches liées au récepteur, au texte et à l'émetteur, il apparaît à la lecture que ces pôles sont indissociables, tant la compréhension de la culture médiatique nécessite un dialogue entre ces théories afin d'être appréhendée dans toute sa complexité.

Sébastien Genvo
CREM, université de Metz
sebastien.genvo@wanadoo.fr

Friedrich HEER, *Ausgewählte Werke [Œuvres choisies]*, In Einzelbänden, Hrsg. Konrad Paul Liessmann, Bd. 1 : *Das Wagnis der schöpferischen Vernunft [Le défi de la raison créatrice]*, Hrsg. Konrad Paul Liessmann.

Wien, Böhlau, 2003, 449 p.

Depuis quelques années, la *Österreichische Forschungsgemeinschaft* de Vienne a constitué un groupe de chercheurs (une *Arbeitsgemeinschaft*), dirigé par Konrad Paul Liessmann, professeur de philosophie à l'université de Vienne, avec pour mission de préparer l'édition d'*Œuvres choisies* de Friedrich Heer (1916-1983), une personnalité incontournable de l'histoire culturelle autrichienne. Publiciste – il fut le rédacteur en chef de *Die Furche* (1949-1961), revue catholique indépendante –, historien – il occupa une chaire à l'université de Vienne –, spécialiste en sciences culturelles et intendant du Burgtheater : sa vie témoigne d'un riche parcours. En outre, polygraphe à l'excès – dans le bon sens du terme –, il fut un personnage public, défenseur de valeurs éthiques, nationales et