

ANTHROPEN

Le dictionnaire francophone d'anthropologie ancré dans le contemporain

TÉLÉVISION

Henrion-Dourcy, Isabelle
Université Laval, Canada

Date de publication : 2016-09-01

DOI: <https://doi.org/10.17184/eac.anthropen.028>

[Voir d'autres entrées dans le dictionnaire](#)

Les études anthropologiques de la télévision relèvent d'un domaine en pleine expansion depuis le début des années 2000 : l'anthropologie des médias (media anthropology, plus développée dans les travaux anglophones que francophones). En prise avec les aspects les plus modernes et globalisés des communautés ethnographiées, ces travaux confrontent l'anthropologie classique, enracinée dans la petite échelle des rapports sociaux de proximité, sur les plans à la fois théoriques et méthodologiques (Dickey 1997; Spitulnik 1993; Askew 2002). La production centralisée de ces contenus culturels dépasse largement la dimension locale; et les généralisations à partir des ethnographies de la réception sont malaisées à formuler. Contrairement à l'imprimé et à Internet, qui excluent les illettrés, la télévision se veut plus « démocratique », à la portée de tous. Certes concurrencée en Occident par Internet, la télévision reste dans les sociétés non occidentales, où le taux d'alphabétisation est variable, le médium de masse de référence. Elle occupe une partie importante du temps et de l'espace domestique et elle reste l'écran privilégié sur lequel sont projetées des questions cruciales telles que la construction nationale et les reconfigurations identitaires.

Les propositions théoriques de l'anthropologie des médias sont principalement politiques, et elles ont largement puisé à l'extérieur de l'anthropologie (Henrion-Dourcy 2012) : aux *Cultural studies* (études de la réception, publics actifs); aux études de la communication (construction du champ médiatique, rapport au champ politique national ou global, études d'impact); à la *Social theory* (opposition structure/pouvoir d'agir, théories de la gouvernance); à la sociologie (sphère publique, mouvements sociaux); à l'économie politique (car la télévision est avant tout une industrie culturelle); aux Postcolonial studies (étude critique de la modernité comme rapport à l'Occident post/colonisateur); aux théories du développement; à celles de la globalisation

ISSN : 2561-5807, Anthropen, Université Laval, 2020. Ceci est un texte en libre accès diffusé sous la licence CC-BY-NC-ND, <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Citer cette entrée : Henrion-Dourcy, Isabelle (2016-09-01), Télévision. Anthropen. <https://doi.org/10.17184/eac.anthropen.028>

(homogénéisation versus hétérogénéisation culturelle, impérialisme culturel, hybridité, modernités alternatives); et enfin aux théories du transnationalisme (loyautés multiples, identités flexibles). L'anthropologie des médias est donc intrinsèquement pluridisciplinaire. La télévision est produite en masse, mais consommée dans l'intimité des foyers. C'est la complexité de cette situation qui conduit les chercheurs à assembler des influences théoriques issues d'horizons divers.

Les études proprement anthropologiques de la télévision ont débuté par la publication, dès le début des années 1980, d'articles épars où des anthropologues, familiers de longue date avec un groupe particulier, tentaient de faire sens de l'irruption subite de la petite lucarne sur leurs terrains d'enquête, un peu à la façon d'une comparaison qualitative « avant/après » (Granzberg et Steinberg 1980 chez les Algonquins; Graburn 1982 chez les Inuits; Kent 1985 chez les Navajos; Lyons 1990 au Bénin; Pace 1990 en Amazonie brésilienne). À la suite de quelques monographies marquantes (Naficy 1993 sur les immigrés iraniens de Los Angeles; Gillespie 1995 sur les immigrés indiens du nord de l'Angleterre), l'anthropologie de la télévision a décollé au tournant des années 2000 grâce aux cinq figures importantes du *Program for Culture and Media* de la New York University : Ginsburg, Abu-Lughod et Larkin (2002), Abu-Lughod (2004) ainsi que Mankekar (1999). Le titre de ce dernier ouvrage résume d'ailleurs bien le propos de l'anthropologie de la télévision : « un écran sur lequel se projette la culture et un espace d'où l'on peut voir le politique » (*Screening Culture, Viewing Politics*). Il faudrait ajouter que le propre de la télévision est aussi de travailler ces deux dimensions macrosociales dans l'intimité de la famille.

Les thèmes principaux de ces recherches touchent donc essentiellement aux « représentations culturelles » et à leurs reconfigurations. On y observe comment les producteurs et les spectateurs sont amenés à mettre en lumière, débattre, contester ou négocier des représentations relatives à la modernité (Abu-Lughod 2004), aux imaginaires politiques (Mankekar 1999), à l'autoreprésentation pour les groupes minorisés (Henrion-Dourcy 2012), aux rapports de genre (Werner 2006), aux désirs, affects et valeurs morales, surtout dans les fictions (Machado-Borges 2003), et enfin à la circulation transnationale de contenus symboliques (dans le cas de diasporas ou de téléseries produites sur un continent et consommées sur un ou plusieurs autres : Werner 2006).

Les formats des productions télévisuelles se retrouvent certes aux quatre coins du monde : le bulletin d'information aux heures de grande écoute, les séries mélodramatiques en journée, la télé-réalité en *prime-time*, et les *talk-shows* en fin de soirée. Mais le contenu de ces formats familiers, et surtout la réception qui en est faite, révèlent à chaque fois des spécificités culturelles locales. Songeons notamment à l'émission de télé-réalité Afghan Star (une saison annuelle depuis 2005), diffusée dans et pour un pays en guerre, et dans un rapport tendu avec certaines représentations de l'Occident, et où les relations entre les genres sont très codifiées.

Références

Abu-Lughod, L. (2004), *Dramas of Nationhood : The Politics of Television in Egypt*, Chicago, The University of Chicago Press.

<https://doi.org/10.7208/chicago/9780226001982.001.0001>

Askew, K. (2002), « Introduction », in K. Askew et R. Wilk, *The Anthropology of Media. A Reader*, Malden, Oxford, Blackwell Publishing, p.1-13.

Dickey, S. (1997), « Anthropology and its Contributions to Studies of Mass Media », *International Social Science Journal*, 153, p.413-427.

<https://doi.org/10.1111/j.1468-2451.1997.tb00033.x>

Gillespie, M. (1995), *Television, Ethnicity and Cultural Change*, Londres, New York, Routledge.

Ginsburg, F., Abu-Lughod, L. et B. Larkin (dir.) (2002), *Media Worlds : Anthropology on New Terrain*, Berkeley, University of California Press.

Graburn, N. (1982), « Television and the Canadian Inuit », *Études Inuit*, Vol.6, n°1, p.7-17.

Granzberg, G. et J. Steinbring (dir.) (1980), *Television and the Canadian Indian : Impact and Meaning among Algonkians of Central Canada*, Winnipeg, University of Winnipeg Press.

Henrion-Dourcy, I. (dir.) (2012), « MédiaMorphoses: la télévision, quel vecteur de changements ? », Double volume thématique de la revue *Anthropologie et Sociétés*, Vol. 36, p.1-2.

<https://doi.org/10.7202/1011715ar>

Kent, S. (1985), « The Effects of Television Viewing : A Cross-Cultural Perspective », *Current Anthropology*, Vol.26, n°1, p.121-126.

<https://doi.org/10.1086/203233>

Lyons, H. (1990), « Mass Media in Contemporary Urban Life : Benin City, Nigeria », *Visual Anthropology*, Vol.4, n°3-4, p.411-428.

<https://doi.org/10.1080/08949468.1990.9966541>

Machado-Borges, T. (2003), *Only for You! Brazilians and the Telenovela Flow*, Stockholm, Stockholm University.

Mankekar. P. (1999), *Screening Culture, Viewing Politics: An Ethnography of Television, Womanhood, and Nation in Postcolonial India*, Durham, Duke University Press.

<https://doi.org/10.1215/9780822378242>

Naficy, H. (1993), *The Making of Exile Cultures: Iranian Television in the United States*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

Pace, R. (1993), « First-Time Televiewing in Amazonia : Television Acculturation in Gurupá », *Ethnology*, Vol.32, n°2, p.187-206.

<https://doi.org/10.2307/3773772>

Spitulnik, D. (1993), « Anthropology and Mass Media », *Annual Review of Anthropology*, 22, p.293-315.

<https://doi.org/10.1146/annurev.an.22.100193.001453>

Werner, J.-F. (2006), « How Women Are Using Television to Domesticate Globalization. A Case-Study about The Reception and Consumption of Telenovelas in Dakar (Sénégal) », *Visual Anthropology*, Vol.19, n°5, p.443-472.

<https://doi.org/10.1080/08949460600961331>