

Introduction

par Jean-François WERNER

Des chercheurs en quête d'images

Confrontés depuis quelque temps à une demande de « bisous » de la part de leurs copines et petites amies, de jeunes Africains expriment leur perplexité devant cette pratique amoureuse nouvelle dont ils ne voient pas l'utilité (« A quoi ça sert les bisous ?... »), et que leurs compagnes prétendent leur imposer après en avoir pris connaissance à travers des romans-photo, des magazines féminins ou la télévision.

Cette observation nous introduit de plein-pied dans la problématique du projet de recherche collectif dont cet ouvrage est l'aboutissement¹. D'une part, elle illustre les aspirations de jeunes femmes urbanisées à d'autres modes de relation avec les hommes, et comment elles sont amenées à prendre l'initiative face à des partenaires réticents. D'autre part, elle pose la question du rôle joué par les différents médias visuels dans la diffusion vers les sociétés africaines de normes, de valeurs et de comportements en provenance d'autres cultures.

Le terme de médias visuels, consacré par la recherche européenne et nord-américaine, englobe l'ensemble des dispositifs technologiques (outils, techniques, savoirs et acteurs) permettant de fabriquer des images – fixes ou animées, associées ou non à des discours écrits ou oraux – et de les faire circuler. Ces images, dont la matrice technologique a été la photographie, ont en commun d'appartenir à la catégorie des images dites

¹ - Ce projet de recherche intitulé « Entre global et local. Médias visuels et dynamiques identitaires féminines en Afrique de l'Ouest » a bénéficié d'un financement du Ministère des Affaires Etrangères français. Les enquêtes de terrain ont été effectuées entre 2001 et 2003.

indicielles², et de pouvoir faire l'objet d'une reproduction illimitée. Dans le cadre de ce que l'on appelle le processus de mondialisation, elles circulent de plus en plus rapidement et facilement autour de la planète.

Car, la mondialisation ne concerne pas seulement les mouvements des capitaux, des marchandises et des hommes. Elle a également des effets spectaculaires sur la diffusion des technologies de la communication et de la représentation, avec l'émergence d'une « communication-monde » dont on ignore si elle annonce l'avènement d'une culture mondiale uniformisée ou est le prélude à une fragmentation culturelle de la planète. Concernant l'Afrique de l'Ouest, il nous a semblé que la réponse à cette question passait par la compréhension des conditions concrètes dans lesquelles ces techniques et messages audio-visuels, issus en grande partie des sociétés industrialisées, étaient appropriés, reçus et consommés localement par les populations.

Le point de départ de notre réflexion a été l'hypothèse selon laquelle les médias visuels (photographie, cinéma, vidéo, télévision) en usage dans ces sociétés, ont joué, et continuent à le faire, un rôle important dans l'émergence de constructions identitaires alternatives, hybrides, originales, en particulier chez les femmes. Elle a été élaborée à partir des travaux, menés précédemment par certains d'entre nous, sur les conditions de production et les usages sociaux de la photographie en Afrique de l'Ouest (Ouédraogo, 1996; Werner, 1996; Wendl et Behrend, 1998; Nimis, 1998). Au-delà d'une meilleure connaissance des modalités d'appropriation de la photographie par les Africains, ces études ont mis en évidence que la diffusion de cette nouvelle technologie de la représentation avait modifié en profondeur la façon dont ceux-ci se représentaient le monde, les autres et eux-mêmes, dans le cadre d'un processus de modernisation qui favorisait une mise à distance par les individus de leurs appartenances communautaires.

² - Dans le cadre de la typologie proposée par Peirce, les images indicielles sont caractérisées par le fait qu'elles entretiennent un rapport de contiguïté physique avec le référent. C'est-à-dire qu'elles procèdent, à un moment donné, d'un rapport matériel direct avec la réalité physique de ce dernier, à la manière d'une trace, d'une empreinte. Cela les distingue des images iconiques (peinture, sculpture) qui entretiennent un rapport de similitude avec le référent.

Dans cette perspective, l'apparition dans les années 50 de studios photographiques opérés par des praticiens africains a représenté une étape cruciale dans l'appropriation de la technique photographique. En offrant aux photographiés la possibilité d'échapper momentanément au contrôle visuel de leur groupe d'appartenance, ils ont permis à ces derniers de construire des représentations photographiques conformes à une identité, non plus donnée une fois pour toute, mais acquise et en constante évolution (Werner, 2001). Ce rôle de catalyseur des processus d'individualisation a été renforcé par le « pouvoir de vérité » qui a été attribué à la photographie par ses usagers, une croyance qui s'enracine dans l'utilisation qui en a été faite (sous la forme de la photographie d'identité) par les Etats coloniaux puis post-coloniaux pour prouver visuellement l'identité d'une personne (Werner, 2002).

Dans le prolongement de ces travaux sur la photographie, nous avons supposé que les technologies visuelles introduites par la suite dans ces sociétés au cours de la deuxième moitié du XX^e siècle (cinéma, vidéo et surtout télévision³) avaient pu constituer autant d'outils de façonnage de soi, mis à profit par des individus sommés désormais de se débrouiller par eux-mêmes. Ceci est particulièrement vrai en milieu urbain, en raison d'une crise multiforme (non seulement économique mais aussi sociale et politique), qui favorise l'émergence de l'individu en tant qu'acteur relativement détaché de ses appartenances communautaires (Marie, 1997), mais confronté dorénavant à l'incertitude et au doute. L'individu est tenu de prendre les bonnes décisions, de choisir les bonnes relations et d'établir les bonnes distances, en s'appuyant sur ses propres compétences, sans qu'un cadre de références lui soit fourni *à priori* (Ehrenberg, 1995 : 304). Dans un contexte où l'instabilité matrimoniale est de plus en plus grande, les revendications des femmes pour une grande autonomie sociale et économique les ont conduites à remettre en question des rapports de genre dans la sphère privée (Bisilliat et al., 1992).

³ - Sans oublier la technologie Internet, d'introduction récente, qui diffuse rapidement dans les grandes villes d'Afrique de l'Ouest. L'accès à la Toile se fait par l'intermédiaire d'entreprises du secteur privé (« cyber-cafés »).

En décidant d'aborder la question des dynamiques identitaires sous l'angle des médias visuels, notre équipe faisait preuve d'une réelle capacité d'innovation, dans la mesure où ceux-ci apparaissent encore comme une *terra incognita* de la recherche africaniste francophone, à l'exemple de la photographie, dont la reconnaissance en tant qu'objet d'étude et de contemplation esthétique a pris plus d'un siècle (Revue noire, 1998). L'examen de la littérature effectuée à l'occasion de ce travail a montré que la recherche francophone accusait un retard important dans ce domaine, notamment par rapport à l'Amérique latine où les médias visuels et leur rôle dans les dynamiques sociales, collectives et individuelles, constituent depuis longtemps un thème d'étude légitime. Cette situation n'est pas tant à mettre sur le compte de la cécité intellectuelle dont seraient affligés les chercheurs vis-à-vis des technologies visuelles, que sur le refus des bailleurs de fonds de financer des recherches sur une question qui, à leurs yeux, n'a pas de rapport avec ce qu'ils appellent le « Développement ». Face à la raréfaction des ressources financières disponibles, les chercheurs et étudiants africanistes, qu'ils soient d'origine africaine ou européenne, s'orientent de préférence vers des secteurs bien pourvus financièrement parlant – la ville, la santé, l'environnement, la lutte contre la pauvreté – laissant en friche des pans entiers de la modernité africaine.

De fait, concernant l'Afrique de l'Ouest, les travaux qui existent dans ce domaine sont le fait de chercheurs en majorité anglophones. Ces derniers se sont intéressés davantage à la production et à la diffusion des médias visuels de masse qu'à leur réception, comme le montrent, par exemple, les travaux de Bourgault (1995) et Auliff (1997) au Nigéria ou, du côté francophone, ceux de Tudesq (1999, 2000) et de Ba (1996, 1999). Par la suite, cette vision linéaire et mécanique du processus de communication, en fonction de laquelle les messages sont censés influencer directement sur les comportements et représentations de récepteurs passifs, a été questionnée par des chercheurs qui ont mis l'accent sur le caractère actif de la réception des médias par des acteurs sociaux, capables de mettre en œuvre toutes sortes de ruses et de tactiques pour contourner et subvertir l'ordre étatique et marchand (De Certeau, 1980).

Cette irruption du sujet sur la scène médiatique a coïncidé avec une attention renouvelée des anthropologues pour la culture matérielle en général et les technologies visuelles en particulier. Un phénomène qui s'enracine, d'une part, dans le caractère ubiquitaire de ces médias que les anthropologues rencontrent dans toutes les sociétés où ils sont amenés à travailler et, d'autre part, dans une anthropologie du présent qui s'interroge sur le rôle que jouent les pratiques visuelles dans l'émergence de cultures populaires hybrides, originales, dont elles sont une composante essentielle, au même titre que l'écrit ou l'oral (Marques de Melo, 1988).

L'intérêt accru manifesté par les anthropologues pour les médias visuels est allé de pair avec les interrogations suscitées, au sein de la discipline, par la mondialisation culturelle et son accélération du fait des innovations dans le domaine de la transmission des images et des sons (la révolution numérique, Internet, les satellites, etc.). Certains auteurs n'hésitent pas à accorder une place centrale aux médias – en tant que vecteurs privilégiés de cette circulation élargie d'idées et d'objets – dans l'articulation complexe de processus se déroulant à différents échelons (Appadurai, 2001). Les tenants de cette approche sont attentifs à l'ensemble des processus de médiation et de négociation qui se jouent entre le singulier et l'universel, entre la pluralité des cultures et les forces centrifuges du marché-monde pour donner naissance à ce que certains auteurs ont qualifié de « modernités alternatives » (Gaonkar, 1999).

Cette focalisation sur l'expérience vécue des publics a fait de la méthode ethnographique⁴ une méthode de référence pour appréhender dans le détail les modalités d'appropriation et l'usage des médias visuels par des acteurs situés dans des contextes sociaux, économiques et politiques particuliers, même si, en pratique, le nombre d'anthropologues ayant investi ce champ d'études est encore réduit. En Afrique de l'Ouest, quelques études ethnographiques ont été menées récemment, du côté anglophone, sur les conditions de production et de réception de différents

⁴ - La méthode ethnographique repose sur des observations effectuées directement sur le terrain, dans la longue durée, et associées à des entretiens approfondis avec des informateurs privilégiés. Elle implique, en général, l'acquisition de compétences linguistiques spécifiques de la part du chercheur et une connaissance approfondie du contexte social.

types de médias visuels : la réception de films indiens en pays Hausa (Larkin, 1997), la production locale de films vidéo de fiction au Ghana (Meyer, 1999; Wendl, 2003) et au Nigéria (Haynes, 1996).

A ce propos, il faut signaler l'importance accordée aux femmes dans les études sur les médias visuels en Afrique. Je citerai, entre autres, l'étude de Fuglesang (1994) sur la consommation par les femmes du Kenya de films d'origine indienne diffusés sur support vidéo, celle de Schulz (2001) sur le rôle joué par les vidéoclips musicaux produits au Mali dans l'émergence d'une identité féminine « moderne », ou bien encore celle consacrée par Abu-Lughod (1997) à élucider le pourquoi et le comment de l'impact des séries télévisées locales sur la culture populaire égyptienne. A noter la rareté des travaux concernés spécifiquement par les modalités de représentation des femmes dans les médias visuels, une question abordée en général de façon tangentielle alors même que des observations ponctuelles montrent qu'elles font l'objet d'une représentation souvent stéréotypée et négative⁵.

Le choix initial qu'a fait notre équipe de se centrer sur les femmes plutôt que sur les hommes pour étudier le rôle des médias visuels dans les constructions identitaires est directement issu des résultats de nos travaux respectifs antérieurs qui avaient montré (1) que les femmes avaient un rapport particulier aux médias visuels et (2) qu'elles jouaient un rôle moteur dans la redéfinition des rapports de genre en Afrique. En effet, de façon générale, les femmes entretiennent une relation spécifique avec les médias visuels, en ce sens qu'elles les consomment de façon différente des hommes, que ce soit d'un point de vue quantitatif (en Afrique, elles constituent la majorité de la clientèle des photographes), ou d'un point de vue qualitatif (elles consomment des séries télévisées plutôt que des émissions sportives, par exemple). Ces différences sont à mettre sur le compte des rôles et statuts particuliers qui leur sont impartis dans le cadre de la différenciation sociale des genres. Ainsi, en tant que gardiennes de la mémoire visuelle du groupe familial, ce sont elles qui commanditent la plupart des « reportages » photo et/ou

⁵ - Orientations de lecture. Pour le Nigéria, voir notamment les travaux de Lyons (1990) et Odejide (1996).

vidéographiques réalisés à l'occasion de ces rituels familiaux que sont baptêmes, mariages et funérailles, ou encore les anniversaires d'enfants d'introduction récente.

Par ailleurs, elles sont à l'origine d'une demande soutenue en portraits photographiques, qui révèle l'attention qu'elles portent à leur apparence corporelle et à sa modification par toutes sortes de moyens (citons, parmi d'autres, l'utilisation de produits cosmétiques destinés à éclaircir le teint ou la mise en œuvre de techniques visant à faire maigrir). Elles font également un usage important des médias visuels de masse en provenance de sociétés non africaines, que ce soit sous la forme d'images fixes (romans-photo) ou d'images animées (cinéma et télévision). Ce phénomène s'explique en partie par le fait que les femmes sont davantage sédentarisées que les hommes (elles migrent moins, elles sont territorialisées dans le périmètre restreint de la maison, du village ou du quartier du fait de leurs occupations domestiques) et que ces médias représentent souvent leur seul accès à d'autres cultures, à d'autres conceptions du monde, à d'autres systèmes de significations. De plus, dans la mesure où elles sont en général moins scolarisées que les hommes, elles peuvent, grâce aux images, faire l'économie de l'apprentissage d'une langue étrangère, et avoir accès ainsi à des productions culturelles qui seraient hors de leur portée, linguistiquement parlant.

La consommation des médias visuels par les femmes n'est pas, il faut le souligner, à l'origine des transformations de l'identité féminine que l'on peut observer en Afrique. Celles-ci relèvent de causes structurelles et d'une évolution des rapports sociaux qui s'inscrit dans la longue durée (Coquery-Vidrovitch, 1994). Mais, nous avons supposé qu'elle était à même de les renforcer et de les orienter en fournissant aux femmes matière à comparaison, à réflexion et à négociation avec des hommes, en général peu enclins à remettre spontanément en question une configuration sociale qui leur est globalement favorable en termes de pouvoirs et de privilèges.

Présentation de l'ouvrage

J'ai choisi d'ordonner la présentation de ces textes selon une typologie des médias visuels qui distingue entre les médias faisant l'objet d'une appropriation par « ceux-d'en-bas », et ceux qui, comme le cinéma, la télévision ou les roman-photos sont proposés par « ceux-d'en-haut » à la consommation des masses, sans que celles-ci puissent intervenir dans leur production. Dans le premier cas, il s'agit de technologies (photographie, vidéo), largement et depuis longtemps, appropriées par les femmes, qui interviennent, soit directement, soit indirectement, dans la production de leurs portraits photographiques ou dans celle des vidéos de mariages ou de baptêmes. Dans le second cas, il s'agit de produits visuels (des films, des séries télévisées, des romans-photo) fabriqués par des entreprises industrielles et commerciales situées le plus souvent hors du continent africain. Ces marchandises dites culturelles sont ensuite distribuées dans les pays concernés par des institutions étatiques (les chaînes de télévision nationales, par exemple) ou des entreprises privées qui sélectionnent les programmes qui seront offerts aux publics en fonction de leur pertinence idéologique et/ou de leur rentabilité commerciale.

En fonction de ce partage, les différentes contributions sont présentées dans un ordre allant de la photographie en tant que technique faisant l'objet d'une appropriation par les femmes (E. Nimis), jusqu'aux séries télévisées fabriquées en Amérique du Nord (les *soap-operas*) et en Amérique latine (les *telenovelas*), dont la réception a été étudiée respectivement au Mali (D. Schulz), au Sénégal (J.F. Werner) et en Côte d'Ivoire et au Mali (K. Touré). Le texte relatif aux transformations du corps féminin dans la société maure (A. Tauzin) occupe une place charnière entre ces deux sous-ensembles, en raison du fait que le rôle des médias visuels (cinéma, télévision, vidéo) dans les changements identitaires y est appréhendé, en creux, à travers ce médium très particulier qu'est le corps féminin.

La contribution d'*Erika Nimis* est originale à plus d'un titre. D'une part, parce qu'il s'agit de la seule étude du recueil qui ne soit pas d'orientation anthropologique, même si la démarche adoptée par cette

historienne du temps présent emprunte beaucoup d'outils à l'ethnographie (observation-participante, entretiens approfondis avec des informatrices privilégiées). D'autre part, parce qu'elle a été la première historienne de la photographie à travailler au Nigéria, une société qui a été jusqu'à présent peu étudiée par les chercheurs francophones. Son texte, intitulé « La féminisation des métiers de l'image au Nigéria », s'inscrit dans le prolongement des travaux que cette historienne mène depuis une dizaine d'années sur l'histoire de la photographie en Afrique de l'Ouest, (Nimis, 1998) et, plus spécialement, sur le rôle joué par les photographes yoruba dans la diffusion de cette technique (Nimis, 2005). Dans le cadre de ce projet, elle s'est penchée sur un phénomène d'apparition récente, la féminisation de la profession photographique et, plus largement, des métiers de l'image au Nigéria, puisque les femmes ont investi également le domaine de la vidéo. A ce propos, il faut savoir que si l'existence de photographes d'origine africaine est attestée depuis longtemps en Afrique de l'Ouest, notamment au Nigéria et au Ghana qui furent les berceaux de la photographie ouest africaine, l'exercice de ce métier est resté jusqu'à une date récente un monopole masculin. Enfin, cette ancienneté des médias visuels au Nigéria et leur appropriation contemporaine massive, notamment à travers une forte consommation de films de fiction vidéo fabriqués localement, expliquent sans doute l'existence d'une dynamique de recherche ancienne et vigoureuse à laquelle participent des chercheurs nigériens et étrangers.

Dans le second chapitre, « Le corps féminin et ses transformations dans la société maure de Mauritanie : influences exogènes et endogènes », *Aline Tauzin* nous propose de faire un pas de côté par rapport à la problématique initiale et d'aborder le rôle des médias visuels dans les dynamiques identitaires, de façon en quelque sorte indirecte, en cherchant les traces de leurs effets éventuels dans les transformations du corps féminin. Une autre caractéristique importante de son travail est cette volonté affichée d'emblée d'apprécier l'influence des médias visuels, qualifiés d'exogènes, par rapport aux évolutions internes de la société mauritanienne considérée dans la longue durée. Une telle approche, qui tient compte à la fois du contexte sociétal et de son évolution dans le temps, n'est possible qu'à condition de posséder une connaissance

approfondie et de première main de cette société, ce qui est le cas de cette anthropologue qui travaille depuis de longues années en Mauritanie, avec une focalisation sur la question de l'identité féminine dans cette société musulmane (Tauzin, 2001). En pratique, son approche a consisté à tisser des relations entre deux niveaux d'observation. A un niveau macro-sociologique, la structure très hiérarchisée de la société mauritanienne et la place centrale de l'Islam en tant que référent identitaire collectif. A un niveau micro-sociologique, les transformations du corps féminin telles qu'elle a pu les observer au cours d'enquêtes de terrain effectuées à Nouakchott, la capitale du pays, parmi des femmes appartenant aux groupes dominants (familles maraboutiques, familles de guerriers). Cette auteure distingue nettement entre les transformations qui concernent le corps dans sa centralité, (son volume, sa masse, sa morphologie), et celles qui affectent sa périphérie (les vêtements, la coiffure, le maquillage, les accessoires) sur laquelle se concentrent les signes d'une modernité placée sous le signe du changement permanent. Dans cette optique, les médias visuels contemporains ont plusieurs fonctions. Pour celles « d'en-bas », ce sont à la fois des fenêtres ouvertes sur le monde (le cinéma, la télévision), et des miroirs (la vidéo à usage privé) grâce auxquels les femmes construisent et diffusent des images d'elles-mêmes qui sont autant de compromis entre contraintes sociales et stratégies de séduction individuelles. Quant à « ceux-d'en-haut », ils utilisent la télévision, soit comme un instrument de mise en forme du changement social (les politiques), soit comme un outil de promotion à domicile de marchandises de toutes sortes (les industriels).

Mais, au-delà de cette diversité fonctionnelle, en Mauritanie comme dans les autres sociétés concernées par notre étude, c'est bien la télévision qui occupe désormais une place centrale dans le paysage médiatique contemporain rejetant dans un rôle accessoire les médias visuels qui l'ont précédée, comme la photographie, le cinéma ou encore le roman-photo. Cette domination de la télévision est bien mise en évidence par les trois études suivantes – réalisées au Mali, au Sénégal et en Côte d'Ivoire – concernées par la réception de séries télévisées en provenance de l'étranger, *soap operas* et *telenovelas*, par des publics urbains. J'ouvre ici une parenthèse pour préciser que ces deux produits télévisuels

constituent deux genres bien différents, en dépit du fait qu'ils ont en commun un même rapport au temps (il s'agit de séries constituées de multiples épisodes) et une même construction narrative dans laquelle plusieurs fils sont entremêlés. Leurs différences concernent autant la forme que le fond. Sur le plan de la forme, la diffusion des *soap operas* peut durer des années, voire des décennies, alors que les *telenovelas* comportent toujours un nombre limité de chapitres (entre 150 et 280) dont la diffusion n'excède pas en général quelques mois avant de connaître une fin définitive. Sur le fond, la prise en compte par les *telenovelas* de problèmes dits sociaux est une des grandes différences avec les *soap operas* de fabrication nord-américaine ou européenne, même si ces problèmes sociaux sont abordés par son impact sur la sphère privée et non dans une perspective politique. Les populations ciblées par ces productions dans leurs pays d'origine, sont également différentes : il s'agit du groupe familial dans son ensemble pour les *telenovelas*, et des femmes entre 18 et 49 ans dans le cas des *soaps*. Mais, cette distinction s'estompe dans un pays comme le Mali où les modalités de réception de ces deux genres ont été étudiées, dans une perspective comparative, par *Dorothee Schulz*, une chercheuse de l'Université de Berlin.

Sa contribution, qui introduit cette partie de l'ouvrage centrée sur la réception des séries télévisées, est intitulée « Mélodrames, désirs et discussions. Mass-media et subjectivités dans le Mali urbain contemporain ». Il s'agit d'un travail passionnant dans lequel l'auteur passe au crible de ses connaissances théoriques les données ethnographiques dont elle dispose, tout en en se servant de ces dernières pour mettre en question la pertinence des concepts élaborés dans les sociétés industrialisées du Nord. Les observations sur lesquelles elle s'appuie pour mener à bien cette entreprise ont été recueillies dans plusieurs villes du Mali au cours d'un travail de terrain, à la fois qualitatif et quantitatif, qui s'est étendu sur plusieurs années. Elles concernent non seulement la réception des *soap operas*, mais aussi, dans une perspective comparative, celle des *telenovelas*, des programmes radiophoniques et des *vidéoclips* (Schulz, 2001). Après avoir brossé à grands traits un paysage médiatique caractérisé par le développement récent de la télévision en milieu urbain, cette auteure souligne à quel point le faible pouvoir d'achat

des ménages limite la diffusion d'une culture de la consommation à quelques cercles restreints. Dans ces conditions, l'attention des spectateurs maliens de *filimu* (séries) est davantage tournée vers les comportements amoureux ou les relations parents-enfants que vers les biens de consommation montrés sur l'écran. A l'instar de ce qui a été observé dans d'autres sociétés à travers le monde, les Maliens vont utiliser certains éléments prélevés dans les séries (des événements, des personnages, des biens de consommation) pour alimenter un discours concerné avant tout par le bouleversement local qui affecte les relations entre genres et entre générations. C'est ce résultat que l'auteur va soumettre à une analyse serrée pour tenter de comprendre quels sont les facteurs qui influent sur les interprétations faites par ces groupes de spectateurs qui consomment régulièrement et collectivement des séries. Pour ce faire, elle emprunte une voie médiane qui met l'accent sur la relation dialectique qui s'instaure entre une structure narrative particulière et une situation sociale spécifique. Dans le contexte malien, la facilité avec laquelle les gens s'identifient aux personnages des séries et à leurs problèmes s'explique par le fait qu'il existe de fortes similitudes dans la manière dont les problèmes sont posés par les séries et par les spectateurs. Dans les deux cas, les situations difficiles sont présentées comme des problèmes individuels d'ordre moral et non comme le résultat de relations de pouvoir structurellement inégalitaires. Pour finir, élargissant son analyse à d'autres médias, l'auteur montre clairement que les pratiques médiatiques sont déterminées par la réception simultanée de différents médias et programmes au sein d'un même espace « inter-médiatique ».

De son côté, *Jean-François Werner* s'est focalisé sur la réception et la consommation des *telenovelas* au Sénégal. Ces séries télévisées, fabriquées en Amérique latine, sont diffusées à travers toute l'Afrique de l'Ouest francophone depuis le début des années 90 et réunissent, chaque jour, de façon régulière, des millions de téléspectateurs devant les écrans de télévision. Sur le plan méthodologique, il a tenté de rassembler les savoirs dispersés entre les différents acteurs qui interviennent dans le processus qui va de la production des *telenovelas* au Brésil ou au Mexique, jusqu'à leur réception-consommation par des spectatrices de la

banlieue de Dakar, en passant par les distributeurs privés et étatiques qui opèrent aux niveaux sous-régional et national. Dans la première partie de son étude, cet auteur montre comment la chaîne de télévision publique fonctionne comme un premier filtre entre le monde extérieur et la société sénégalaise en sélectionnant des programmes qui sont destinés à divertir et éduquer les Sénégalais, tout en rapportant si possible de l'argent. Il s'est attaché ensuite à décrire dans le détail comment la réception de ces *telenovelas*, qui sont diffusées dans le cadre d'un flux télévisuel journalier conséquent, entraîne une double restructuration à la fois spatiale et temporelle de l'espace domestique. Face à cette emprise du média télévisuel qui aboutit à une fragmentation du social et un repliement sur la sphère privée, les spectateurs ne sont pas passifs, mais font montre au contraire d'une étonnante capacité à s'approprier le média en question, à travers d'intenses échanges oraux qui ont constitué un précieux matériau d'analyse pour cet anthropologue de l'image.

Le caractère international de la diffusion des *telenovelas* en Afrique de l'Ouest explique qu'un autre membre de l'équipe ait choisi de travailler sur le même thème dans une perspective comparative élargie, puisque ce n'est pas un mais deux pays qui ont été concernés par l'étude de *Kadidia Touré* intitulée « Telenovelas et dynamiques identitaires des Africaines à Bouaké et Bamako ». En effet, l'éclatement de la guerre civile en Côte d'Ivoire en septembre 2002 a obligé cette enseignante-chercheuse ivoirienne à interrompre abruptement et définitivement l'enquête de terrain commencée à Bouaké, pour la reprendre une année plus tard à Bamako. Malgré des conditions de travail très difficiles tant sur le plan professionnel que personnel, elle est parvenue à mener à son terme une recherche dont les résultats recourent en partie ceux de D. Schulz et J. F. Werner, ouvrant ainsi la voie à de fructueuses comparaisons. La population concernée par son enquête est composée essentiellement de femmes, relativement jeunes et en majorité musulmanes, qui regardent la télévision de façon collective, au sein d'un espace domestique organisé de façon différente à Bouaké (la concession, la cour commune) et à Bamako (la grande cour familiale). C'est la diversité des deux populations étudiées qui fait l'intérêt de l'étude de K. Touré, que ce soit en termes de contextes sociétaux (une société à majorité musulmane vs une société

multi-confessionnelle) ou de différences individuelles au sein des deux groupes de spectatrices étudiés (âge, niveau de scolarisation, ancienneté de la vie en milieu urbain, statut social, croyances religieuses). L'auteure montre que ces déterminations fonctionnent comme autant de filtres qui, vont influencer de manière décisive la réception des *telenovelas* et leurs effets sur la vie quotidienne des femmes. Ces derniers sont évalués en fonction de trois grands axes d'analyse : les modifications de l'apparence corporelle, la remise en question par les femmes de leur dépendance économique, et enfin les innovations que ces dernières tentent d'introduire dans leurs relations amoureuses avec les hommes.

Références

Abu-Lughod, L.

1997 « The Interpretation of Culture(s) after Television in Egypt ». In : *Representations*, 59 : 109-134.

Appadurai, A.

2001 *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris, Payot.

Auliff, L.A.

1997 *Evolution of the Yoruba Video Industry and its Potential for Development Communications*. Studies in Technology and Social Change, n° 27, ISU - CIKARD.

Ba, A.

1996 *Télévisions, paraboles et démocraties en Afrique noire*. Paris, l'Harmattan.

1999 *Les téléspectateurs africains à l'heure des satellites. De la case d'écoute à la parabole*. Paris, l'Harmattan.

Bisilliat J., Pinton F., Lecarme M.

1992 *Relations de genre et développement : femmes et société*. Paris, ORSTOM, 326 p.

Bourgault, L.

1995 *Mass Media in Sub-Saharan Africa*. Bloomington, Indiana University Press.

Certeau De, M.

1980 *L'invention du quotidien. I : Arts de faire*. Paris, UGE (collection 10/18).

Coquery-Vidrovitch, C.

1994 *Les femmes africaines. Histoire des femmes d'Afrique Noire du XIX^e au XX^e siècle*. Paris, Des Jonquères.

Ehrenberg, A.

1995 *L'individu incertain*. Paris, Calmann-Lévy.

Esan, O.A.

1994 *Receiving Television Images. An Ethnography of Women in Nigerian Context*. Thèse de doctorat en anthropologie. Glasgow University (Non publié).

Fuglesang, M.

1994 *Veils and Videos. Female Youth Culture on the Kenyan Coast*. Stockholm, Studies in Social Anthropology, 32.

Gaonkar, D. P.

1999 « On Alternative Modernities ». In : *Public Culture*, XI (1) : 1-18.

Gillespie, M.

1995 *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London, Routledge.

Haynes, J. (ed)

1996 *Nigerian Video Films*. Jos, Nigeria Film Corporation.

Larkin, B.

1997 « Indian Films and Nigerian Lovers. Media and the Creation of Parallel Modernities ». In : *Africa*, 67-3.

2000 « Hausa dramas and the Rise of Video Culture in Nigeria ». In : Haynes, J. (ed.) *Nigerian Video Films*. Ohio University Center for International Studies. Edition revue et augmentée.

Lyons, H. D.

1990 « The Image of Women in Nigerian Television ». In : Arnold, S. (Ed.) *Culture and Development in Africa*, Trenton, NJ, Africana Press : 107-118

Marie, A. (Ed.)

1997 *L'Afrique des individus. Itinéraires citadins dans l'Afrique contemporaine*. Paris, Karthala.

Marques de Melo, J.

1988 « Communication theory and research in Latin America ; a preliminary balance of the past twenty-five years ». In : *Media, Culture and Society*, X, 4 : 405-418.

Meyer, B.

1999 « Popular Ghanaian Cinema and African Heritage ». In : *Africa Today*, XLVI-2 : 93-114.

Nimis, E.

1998 *Photographes de Bamako de 1935 à nos jours*. Paris, Revue Noire.

2005 *Photographes d'Afrique de l'Ouest. L'expérience Yoruba*. Paris, Karthala.

Odejide, A. (Ed.)

1996 *Women and the Media in Nigeria*. Women's Research and Documentation Centre, Institute of African Studies, University of Ibadan.

Oha, O.

2000 « The Rhetoric of Nigerian Christian Videos : The War Paradigm of "The Great Mistake" ». In : Haynes, J. (Ed.) *Nigerian Video Films*. Ohio University Center for International Studies.

Ouédraogo, J.B.

1996 « La figuration photographique des identités sociales: valeurs et apparences au Burkina-Faso ». In : *Cahiers d'études africaines*, 141-142, XXXVI : 25-50.

Public Culture,

1999 N° spécial « Alter/Native Modernities », 11-1.

Revue Noire (éd.)

1998 *Anthologie de la photographie africaine*. Paris, Revue Noire.

Schulz, D.

2001 « Music videos and the effeminate vices of urban culture in Mali ». In : *Africa*, 71 (3) : 345-372.

Sprague, S.

1978 « How I See The Yoruba See Themselves ». In : *Studies in the Anthropology of Visual Communication*, V, 1 : 9-28.

Tagg, J.

1988 *The burden of Representation. Essays on Photographies and Histories*. London, Mc Millan Press.

Tauzin, A.

2001 *Figures du féminin dans la société maure (Mauritanie)*. Paris, Karthala.

Tudesq, J.

1999 *Les médias en Afrique*. Paris, Ellipses.

2000 « L'influence des radios et télévisions étrangères sur la vie politique en Afrique subsaharienne ». In : Chéneau-Loquay A. (Ed.) *Enjeux des technologies de la communication en Afrique. Du téléphone à Internet*. Paris, Karthala : 355-374.

Tufte, T.

2000 *Living with the Rubbish Queen. Telenovelas, culture and modernity in Brazil*. Luton (G.B.), University of Luton Press.

Wendl T. et Behrend H.

1998 *Snap me one ! Studiofotografen in Afrika*. München, Prestel.

Wendl, T.

2003 « Le miracle vidéo du Ghana ». In : *CinemAction*, 106 : 182-191.

Werner, J.F.

1996 « Produire des images en Afrique. Le cas des photographes de studio ». In : *Cahiers d'études africaines*, XXXVI (1-2), 141-142: 81-112.

2000 « Au royaume des aveugles, les borgnes sont rois ou Comment faire de la photographie africaine un objet d'étude ». In : *Journal des anthropologues*, 80-81 : 193-216.

2001 « Le studio photographique comme laboratoire d'expérimentation sociale ». In : *Africultures*, 39 : 37-46.

2002 « Photographie et constructions identitaires dans les sociétés africaines contemporaines ». In : *Autrepart*, 24 : 21-43.

Werner Jean-François (2006)

Introduction

In : Werner Jean-François (dir.). *Médias visuels et femmes en Afrique de l'Ouest*

Paris : Harmattan (FRA), p. 9-25. (Logiques Sociales.Série Etudes Culturelles)

ISBN 2-296-00038-X