

Cours 06 : *Ethnographie de la communication*

1-Qu'est-ce l'anthropologie de la communication ?

L'anthropologie de la communication est une branche de l'anthropologie culturelle qui se concentre sur l'étude des systèmes de communication humaine au sein de différentes cultures et sociétés. Elle cherche à comprendre et analyser comment les êtres humains communiquent, à la fois verbalement et non verbalement, comment la culture influence les modes de communications, et comment les communications sont interprétées dans des contextes culturels spécifiques.

Les anthropologues de la communication s'intéressent aux **langues**, aux **gestes**, aux **symboles**, aux **médias** et à **d'autres formes d'expression humaine** pour analyser comment les gens créent du sens et interagissent les uns avec les autres. Anthropologie de la communication est précisément apprendre à voir la communication dans les **paroles**, les **gestes**, les **regards de la vie quotidienne**.

2-La communication est une expérience anthropologique

-La communication est avant tout une expérience anthropologique, car la communication est en fait un modèle culturel en soi, ce qui est une affaire réglée pour les anthropologues, communiquer cela signifie échanger quelque chose avec un autre. Il n'y a tout simplement pas de vie individuelle ou collective sans contact, et toute expérience personnelle ou l'expérience de toute société nécessite de définir des règles de communication, et comme il n'y a pas de peuple sans Sociétés : Il est naturel qu'aucune société n'existe en l'absence de communication.

Birdwhistell a défini la communication comme : « un système comportemental intégré qui classe, contrôle et préserve les comportements, et rend ainsi cette communication et ces relations entre les gens sont possibles ».

-La définition de **Niklas Luhmann**, souligne que « la communication a toujours été un processus social, l'élément déterminant qui différencie les systèmes des systèmes de communication complexes. Sans communication, on ne peut pas décrire la société contemporaine parce que les modèles sociaux se forment grâce à la communication. »

-Les anthropologues insistent que la communication ne se limite pas à la communication verbale ou via les médias. La communication est un processus plus complexe, comme le comportement physique et

les mouvements involontaires jouent un rôle dans la communication, en plus du fait que chaque culture à un code de comportement culturel spécifique de la communication, ils s'appuient sur le dicton selon lequel **on ne peut pas ne pas communiquer**, ce qui signifie que la communication est entièrement intégrée dans un processus social permanent qui inclut différents modèles de comportement : parole, regard, mouvement... Ainsi que dans divers domaines de la vie humaine et culturelle, notamment les fêtes, la danse, la musique, Théâtre, architecture...etc.

-L'école de Chicago a joué un rôle important dans l'expansion de l'étude de la communication en dehors des médias et de la communication, son caractère pratique en fait un pionnier au début de son implantation. Cette dernière anthropologie de la communication, dont le fondement repose davantage sur des questions empiriques et de terrain que théorique.

-**Dahl Hymes** a été le premier à utiliser le terme « *anthropologie de la communication* » en référence à la communication entre les cultures.

3-Ethnographie de la communication :

Est un mot abrégé de ethno, et graphie. Ce qu'on appelait à l'origine l'ethno-graphie de la parole et du discours. C'est une science qui s'intéresse à l'analyse de la communication dans un contexte large incluant les pratiques sociales, culturel et croyances des membres d'une culture ou d'une communauté linguistique particulière.

-C'est un type de recherche qualitative dans lequel le chercheur s'intègre dans une communauté ou une région et observe en direct les comportements et les interactions verbales et non verbales du groupe.

-L'ethnographie de la communication, d'abord appelée **ethnographie de la parole**, est l'analyse de la communication dans le contexte plus large des pratiques et croyances sociales et culturelles des membres d'une culture ou d'une communauté linguistique particulière. C'est une méthode d'analyse du discours en linguistique qui s'appuie sur une part anthropologique de l'ethnographie. Contrairement à l'ethnographie proprement dite, l'ethnographie de la communication prend en compte à la fois la forme communicative, qui peut inclure, mais sans s'y limiter, la langue parlée, et sa fonction au sein de la culture donnée.

-Cette discipline trouve ses racines dans les travaux de l'anthropologue américain **Dell Hymes**, qui a développé le concept de « la compétence communicative » dans les années 1960. Cette compétence communicative consiste en la capacité des personnes à s'exprimer de manière appropriée dans des contextes culturels spécifiques.

-Initialement appelée « *ethnographie de la parole* » dans l'article de **Dell Hymes** en 1964, *Introduction : Vers des ethnographies de la communication* pour tenir compte des caractéristiques non verbales de la communication, bien que la plupart des chercheurs en ethnographie de la communication aient encore tendance à se concentrer sur la parole, étant généralement considérée comme « un moyen de communication important, voire primordial »

-**Dell Hymes** suggère aussi que « *les cultures communiquent de différentes manières, mais toutes les formes de communication nécessitent un code partagé, des communicateurs qui connaissent et utilisent le code, un canal, un cadre, une forme de message, un sujet et un événement* » créé par la transmission du message.

-**Philipsen** explique que chaque communauté a ses propres valeurs culturelles en matière de parole. C'est ainsi qu'il est important de connaître le code de communication et normes de parole partagé par la communauté pour étudier les interactions entre les membres de cette dernière.

-L'ethnographie de la communication est une approche créée par les deux chercheurs américains **Dell Hymes et J. Ghhmers**. Une approche de recherche qui étudie comment les communautés et les groupes sociaux communiquent et interagissent. Elle s'intéresse aux langages car il s'agit de **l'outil de base de l'interaction entre les personnes**. Cette approche vise à décrire et à analyser les normes, les rituels, les codes et les modèles de communications au sein de différents groupes culturels. Elle a été aussi largement utilisée en anthropologie et en communication pour mieux comprendre la diversité des modes de communication humaine.

-Cependant, et surtout à partir des années 1980 que cette approche s'est développée en tant que domaine de recherche distinct. Des chercheurs comme **Hymes** et **Ervin Goffman** ont contribué à ses fondements théoriques. Ils ont souligné l'importance de prendre en compte le contexte culturel, social et linguistique dans l'analyse de la communication.

4-Le modèle SPEAKING de Hymes Dell :

C'est l'un des modèles le plus important sur lequel s'appuie l'ethnologue dans son étude de la communication au sein de tout groupe. **Dell** a proposé le modèle de **Speaking** pour lequel il s'est fixé un objectif spécifique, qui est de fournir aux chercheurs un cadre descriptif et méthodologique qui prend en compte le changement culturel et la fluctuation des formats de communication, et qui permet de comparer le rôle de la parole dans différentes sociétés.

Ce modèle contient huit composantes, pour former l'acronyme **SPEAKING** :

- ✚ **S - *setting and scene*** : *décor et scène* : où se situe l'événement de parole dans le temps et dans l'espace ;
- ✚ **P - *participants*** : qui prend part à l'événement de discours (par exemple orateur, destinataire, public) ;
- ✚ **E - *ends, fins*** : qui signifie quel est le but de l'événement de discours et quel est son résultat
- ✚ **A - *act sequence, séquence d'actes*** : Cela signifie les messages eux-mêmes, dans leur sujet et leur forme.
- ✚ **K - *key, clé*** : Caractéristiques des messages, ainsi que leur ton.
- ✚ **I - *instrumentalities, instruments*** : quel canal ou moyen de communication est utilisé (par exemple parler, signer, écrire, jouer du tambour, siffler),
- ✚ **N - *normes of interaction, normes d'interaction*** Normes d'interaction qui contrôlent la prise et la distribution du mot, et normes d'interprétation qui tiennent compte des origines et des différences sociales et culturelles.
- ✚ **G - *genres*** : on fait référence aux types et modèles de discours, c'est-à-dire les catégories à travers lesquelles les membres d'un groupe décrivent leurs activités verbales, leurs histoires, mythologie, poésie, un lire sacré, leurs tragédies, etc.

Bien que le modèle SPEAKING soit un modèle précieux pour l'ethnographie de la communication, ainsi que le cadre descriptif le plus couramment utilisé en ethnographie de la communication, **Cameron** prévient que ce modèle devrait être utilisé davantage comme **un guide** que comme **un modèle**, car s'y conformer trop étroitement peut créer une vision restrictive du sujet de son étude. Pour lui, il faut aussi expliquer « pourquoi des événements particuliers se produisent et pourquoi ils ont des caractéristiques particulières ».

La compétence communicative du chercheur ethnographique apparaît à travers sa capacité à étudier la communication au sein des sociétés anciennes ou modernes, et cela, en recherchant les sources de richesse symbolique dans leurs cadres culturels et sociaux et en trouvant pour cela des moyens de communication spéciaux et des techniques de communication qui ne peuvent être négligées pour examiner les phénomènes communicatifs spécifiques au sein de ces sociétés ou groupes.

5-Méthodologie de recherche en ethnographie de la communication :

Compte tenu de la multiplicité des thèmes de recherche anthropologiques dans l'étude de l'évolution humaine dans une perspective physique, l'étude de la structure sociale et de la vie culturelle, et avec la multiplicité de ces thèmes de recherche, les méthodes de recherche se sont multipliées en Anthropologie.

Et si nous avons voulu définir la méthode de recherche anthropologique, cela veut dire, appliquer les règles de la même méthode à l'étude d'une société à travers une étude anthropologique, mais il faut préciser le moment et le lieu de l'étude, et si les méthodes de recherche anthropologique sont multiples, alors les méthodes et les instruments de recherche anthropologiques utilisées par le chercheur anthropologue ou l'ethnologue de la communication pour collecter du matériel et des informations ethnographiques du terrain sont également nombreuses, parmi lesquelles, nous citons :

-Observation participante :

Les chercheurs s'immergent dans la vie quotidienne des groupes étudiés pour observer directement les interactions et les pratiques de communication.

-Entretiens ethnographiques : Les chercheurs mènent des entretiens en profondeur avec les membres du groupe pour recueillir des informations sur leurs croyances, leurs normes de communication et leurs expériences à travers des récits de vie, des témoignages et des autobiographies.

-Enregistrements audio et vidéo : L'utilisation de dispositifs d'enregistrement audio et vidéos permet de capturer les interactions de communication dans leur contexte naturel.

-Analyse de discours : L'analyse de discours oraux et écrits est utilisée pour décortiquer les significations culturelles et les modèles de communication au sein de la communauté.

-Etude de cas : les chercheurs peuvent se concentrer sur des groupes spécifiques ou des situations de communication pour comprendre en détail comment la culture influence la communication.

-Recherche documentaire : L'examen de documents, de médias et d'archives peut fournir des informations sur l'histoire de la communication au sein d'une société.

-Analyse visuelle : l'analyse des images, des symboles et des médias visuels fait partie intégrante de l'anthropologie de la communication tout au long de leur participation au sein du groupe.

-Recherche sur les médias et la technologie : les anthropologues de la communication s'intéressent également à l'impact des médias et de la technologie sur les pratiques de la communication culturelle.

-Carnets de terrain : Les chercheurs prennent des notes détaillées sur leurs observations et interactions

Ces instruments de recherche sont essentiels pour recueillir des données, analyser les interactions de communication et interpréter les significations culturelles au cœur de l'ethnographie de la communication.

6-La méthodologie anthropologique repose sur plusieurs fondements, parmi lesquels :

1. Résidence du chercheur dans le lieu où il fait l'étude.
2. La nécessité d'être scientifiquement détaché, loin des jugements de valeur.
3. Modèles avec informations anthropologiques et objectif clair.
4. Utiliser plusieurs méthodes pour collecter des informations.
5. Comparez et expérimentez.
6. Étude descriptive combinée à des preuves réalistes