

Anthropologie et journalisme : entre concurrence, coopération et légitimation

Autor(en): **Boller, Boris / Bihr, Sibylle**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Tsantsa : Zeitschrift der Schweizerischen Ethnologischen Gesellschaft = revue de la Société suisse d'ethnologie = rivista della Società svizzera d'etnologia**

Band (Jahr): **15 (2010)**

PDF erstellt am: **26.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1007296>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

ANTHROPOLOGIE ET JOURNALISME

ENTRE CONCURRENCE, COOPÉRATION ET LÉGITIMATION

Boris Boller et Sibylle Bühr

Les médias grand public, qu'il s'agisse de journaux locaux ou de grands groupes de presse mondiaux, déterminent la perception et l'interprétation des événements et des faits dans l'espace public. Des thématiques et des régions que l'anthropologie a faites siennes sont également couvertes par le travail journalistique. Par ailleurs, les méthodes utilisées et les objectifs des deux professionnel·le·s sont souvent comparables – l'information et l'interprétation. Cependant, au-delà des domaines où connaissance anthropologique et journalisme se recourent, on peut relever de nettes différences dans la forme, le contenu et les publics visés. Si la relation entre les représentant·e·s des deux professions n'est pas toujours détendue, elle est également l'occasion de nombreuses formes de coopération. C'est surtout l'anthropologie qui découvre progressivement la nécessité de se pencher de façon plus profonde et systématique sur les médias, leurs fonctions et leurs produits. Elle mène également une réflexion sur son état et sa pertinence dans l'espace public en dehors des cercles scientifiques. S'intéresser à la relation entre anthropologie et journalisme ouvre plusieurs perspectives théoriques et pratiques, présentées, analysées et discutées dans le présent dossier.

RESSEMBLANCES ET DISSEMBLANCES

En premier lieu il convient de questionner les ressemblances et les dissemblances entre les deux professions. Les secondes sont plus souvent mises en avant que les premières, et se voient formulées en termes de faiblesses, selon une dichotomie polarisée. A une extrémité se trouve le ou la «reporter enragé·e»¹, journaliste de la jet-set médiatique parachuté·e dans la dernière crise en date en Iraq, se trouvant le lendemain en Thaïlande et le jour suivant en Afrique du Nord, et qui arrose le monde d'images rapides, occasionnant une couverture superficielle et une narration standardisée. De là l'émergence d'accusations portées à l'encontre des médias de simplifier à l'extrême, de répandre des stéréotypes, de dramatiser ou à l'inverse de banaliser des événements. A l'autre extrémité se trouve l'anthropologue plein·e de scrupules qui, après une préparation méticuleuse, séjourne au moins une année sur son terrain et s'immerge dans une recherche en faisant la part belle aux différentes facettes. Il ou elle rédige ensuite une communication soignée et nuancée, mais qui peut paraître aux non-initié·e·s peu pertinente, incompréhensible et élitiste.

¹ Egon Erwin Kisch, l'archétype du «reporter enragé», est l'auteur d'un grand nombre de reportages qui comptent parmi les classiques du journalisme et présentent une grande valeur ethnographique (Kisch 2003).

Ces deux figures n'existent certainement pas que dans des films d'aventure. Une construction si réductrice et manichéenne de l'opposition de ces professions de même que l'insistance sur les différences en termes d'expertise, de profondeur analytique et temporelle négligent cependant l'existence d'une multitude de manifestations, spécialisations et façons de travailler dans les deux domaines.

La similitude la plus évidente concerne la collecte des données. Enquête journalistique et recherche anthropologique recourent aux mêmes techniques, comme l'observation, participante ou non, et l'entretien (Grindal et Rhodes 1987). Avec l'ouverture de terrains anthropologiques en Europe, les possibilités de rencontres et les zones d'imbrications thématiques et géographiques se multiplient. Aux côtés des correspondant·e·s installé·e·s à long terme à l'étranger et des journalistes locaux, apparaît la figure française du «grand reporter» et celle anglo-saxonne du *reporter at large*, dont les compétences, les conditions et méthodes de travail et le cadre temporel se rapprochent de nombreuses formes que peut prendre le travail des anthropologues. En Suisse, on se doit d'évoquer Arnold Hottinger, ancien correspondant au Proche-Orient de la *Neue Zürcher Zeitung*, qui se voit régulièrement invité à des colloques d'ethnologie ou d'islamologie.

Le terrain de longue durée représente toujours une forme de travail classique et idéale pour les anthropologues, mais il n'est pas certain qu'elle soit également la plus fréquente. Des contraintes financières et temporelles que les journalistes connaissent depuis longtemps ont parfois réduit le temps de récolte et de traitement des données. «L'ethnographie ciblée» (*focused ethnography*, Knoblauch 2008) par exemple étudie des situations sociales précises d'un nombre limité de personnes pendant une durée prédéfinie. S'il serait abusif de parler d'une convergence progressive des formes, les deux professions se révèlent souvent plus proches que ne le suggèrent les images fonctionnant comme des idéaux ou des repoussoirs. Journalistes et anthropologues se retrouvent devant des questions déontologiques similaires, même si les normes éthiques sont souvent plus strictes pour l'anthropologie – au moins depuis la décolonisation. Une recherche clandestine comme le reportage de l'auteur de *Tête de turc* (Wallraff 1986) serait-elle éthiquement possible pour des anthropologues? Est-il acceptable d'être professionnellement engagé par des parties en conflit ou de se voir notifier des restrictions par elles, comme le propose l'armée états-unienne en Iraq ou en Afghanistan dans le cadre du *Human Terrain Project* pour les anthropologues ou de *l'embedded journalism* pour les journalistes? Alors qu'une majorité des journalistes ont consenti bon gré

mal gré à pareil encadrement, l'*American Anthropological Association* a vivement condamné la participation d'anthropologues à la lutte anti-insurrectionnelle en se référant à son code déontologique, en particulier au passage qui établit le principe selon lequel la recherche anthropologique ne doit pas nuire aux personnes étudiées (voir Gusterson 2010 et les articles de Mathilde Bourrier et de Brian McKenna dans ce dossier) – ce qui n'a pas empêché la participation de certains anthropologues au dit projet.

Des différences fondamentales ne peuvent être niées. Le journalisme se doit de produire des nouvelles sous la contrainte du court terme. La notion de *deadline* existe dans les deux domaines, mais sa signification dans le marché médiatique est à prendre au pied de la lettre en comparaison avec beaucoup de publications scientifiques. Cette contrainte inconditionnelle et croissante à l'actualité dans une situation de concurrence est une des sources de la superficialité et de la production d'informations non vérifiées qui sont souvent des critiques adressées au journalisme. Ce dernier ne prétend d'ailleurs pas à la scientificité, mais plutôt à la factualité.

DES INTERPRÉTATIONS DU MONDE CONCURRENTES

Si les deux professions se caractérisent par des thèmes et des méthodes qui se chevauchent partiellement, elles se différencient souvent explicitement dans leur forme, leur langage, leur diffusion et leur pouvoir d'interprétation – ce qui explique qu'elles paraissent être des parents lointains mais également des concurrentes inégales dans la description et l'interprétation d'événements et de faits. Les anthropologues ressentent les représentations journalistiques comme lacunaires, inadéquates ou discriminantes, et l'analyse des événements leur semble hâtive et pratiquement automatisée, mais ils regrettent aussi l'absence des interprétations anthropologiques dans les médias ou leur instrumentalisation.

La méfiance mutuelle est nourrie par un faisceau d'éléments et ne favorise pas une représentation fidèle des considérations anthropologiques: les contraintes liés aux formats et à la logique de marché des médias, la fragmentation des contenus ou la préférence accordée aux événements plutôt qu'aux descriptions de structures, les tendances actuelles à un journalisme de bas étage comme la «peopolisation», l'info-spectacle, le sensationnalisme et l'utilisation de l'indignation, le tout renforcé par l'arrosage médiatique en direct et en continu avec des commentaires en ligne. Pourtant la question de la couverture convenable des conflits est

connue depuis longtemps au sein du journalisme. Se fondant sur une analyse de longue haleine, un journaliste de télévision a reproché à la couverture audiovisuelle du conflit en Irlande du Nord des années 1970 de simuler l'information par la fabrication de mouvements filmés (Wember 1975). Cette analyse fait certes partie désormais de la formation des journalistes TV germanophones, mais l'alternative qui voudrait qu'une même émission propose une manière plus appropriée de présenter des conflits en utilisant entre autres des graphiques explicatifs s'avère peu généralisée, comme le montre l'information télévisée actuelle sur les conflits.

Depuis la décolonisation au moins, les points de vue, les résultats et les publications anthropologiques ne trouvent que très rarement d'écho dans l'espace public. Comparée avec les connaissances issues des sciences naturelles, de la psychologie ou de la sociobiologie, la présence médiatique de l'anthropologie reste modeste et dépend souvent de la sensibilité personnelle des rédacteurs ou rédactrices. Ceci est également lié au fait que des spéculations sur des formes de vie sur Mars ou sur les effets nocifs des jeux vidéo sont perçues comme plus attrayantes par les médias. Elles se laissent aussi plus facilement réduire à dix lignes dans la rubrique «Science» du journal de dimanche que la plupart des résultats de recherches anthropologiques. Si, exceptionnellement, des conceptions et termes anthropologiques entrent dans le discours médiatique, ils ne reflètent pas forcément l'état actuel des discussions et leur utilisation ne se fait pas toujours dans leur sens originel. Par exemple, depuis le 9/11, les médias germanophones se servent volontiers du concept de *Kulturkreis* issu du diffusionnisme (voir Graebner 1905 pour une première esquisse du concept)² comme matrice explicative des conflits entre des groupes de migrant·e·s supposés arborer des valeurs et des traditions différentes. Dans les médias, un *Kulturkreis* peut aller de la population d'une vallée à la «civilisation judéo-chrétienne» dans son ensemble. Elle se rapproche de l'interprétation médiatique du concept de civilisation de Samuel P. Huntington (1993). Une autre source d'irritation tient à ce que les médias audiovisuels invitent des expert·e·s pour expliquer des situations de crise à partir des caractéristiques de «l'Arabe», «du Chinois» ou «du Noir» en les essentialisant et exotisant sans retenue.

COOPÉRATIONS POSSIBLES ET RELATIONS PUBLIQUES DE L'ANTHROPOLOGIE

Sauf exceptions, la pratique journalistique ne recourt que très rarement au savoir et à l'expertise anthropologique – et quand elle le fait, elle instrumentalise volontiers l'anthropologue comme spécialiste de l'exotisme. Reste que le mécontentement suscité par une utilisation biaisée des analyses anthropologiques et leur faible écho en dehors de ses propres sphères ne semble pas ou peu susciter de coopération accrue avec les journalistes, ni une vulgarisation des publications scientifiques pour le grand public. En premier lieu, les anthropologues semblent craindre de perdre leur réputation au sein de la communauté scientifique si les résultats de leurs recherches sont vulgarisés et portés à la connaissance d'un plus large public; s'y ajoute un scepticisme de bon aloi envers des ouvrages de vulgarisation. En second lieu, certaines expériences d'apparitions médiatiques isolées et peu réussies dissuadent les anthropologues – comme d'ailleurs les représentant·e·s d'autres sciences sociales – de s'y engager. Cette méfiance souvent fondée s'oppose à une présence médiatique plus importante, à travers une collaboration plus intensive avec les journalistes par exemple par des interviews. Différent·e·s anthropologues interrogé·e·s par les médias ont constaté après coup que leurs propos avaient été déformés, très approximativement cités ou tronqués³. Dans d'autres cas, leurs analyses sont utilisées hors contexte pour soutenir la thèse simpliste d'un article. Beaucoup d'anthropologues ne sont pas au courant des méthodes de travail des médias et supposent que leurs citations seront utilisées de manière scientifique. Ils et elles omettent fréquemment d'exiger un droit de regard sur l'article. Le manque d'expérience avec les mécanismes des médias n'est toutefois pas exclusif à l'anthropologie.

Nombre d'anthropologues affrontent les médias avec autant d'incompréhension que Lévi-Strauss les récits d'exploration. Il décrit les explorateurs comme exerçant un «métier qui consiste [...] à parcourir un nombre élevé de kilomètres et à rassembler des projections fixes ou animées, de préférence en couleurs» (Lévi-Strauss 1955: 10), ce qui résume la relation actuelle de beaucoup d'anthropologues avec les journalistes. Il faut tempérer cette constatation en

² Ce concept est moins courant dans l'ethnologie francophone. Sa traduction par l'expression «aire culturelle» reste marginale dans le discours médiatique, par contre on y trouve la même conception essentialiste de civilisation.

³ La reproduction erronée de déclarations n'est certainement pas un problème exclusif à l'anthropologie mais plutôt généralisé aux médias et à leurs interlocuteurs et interlocutrices. La différence par exemple avec les sciences naturelles consiste en ce que ces dernières sont souvent surinterprétées de façon favorable, et que des restrictions à la validité d'une thèse, comme par exemple celle de l'existence d'une forme de vie sur Mars, sont gommées et des suppositions sont présentées comme des certitudes pratiques ou des arguments pour la nécessité de mener des recherches supplémentaires.

ajoutant que certains anthropologues occupent aujourd'hui différentes fonctions dans les médias ou sont l'objet du travail journalistique. Plus rares sont ceux qui représentent le domaine dans l'espace public et qui peuvent également être eux-mêmes au centre de l'attention de reportages. Bronislaw Malinowski, Margaret Mead (voir Lutkehaus 2008), Claude Lévi-Strauss (dont le centenaire puis le décès ont suscité plusieurs articles en 2008 et 2009) et, dans un autre registre, Nigel Barley, constituent les grandes exceptions en raison de leurs contacts souvent habiles avec le grand public. Le besoin (ou la contrainte) de renforcer sa visibilité publique et d'affirmer la pertinence de l'anthropologie commence à se manifester dans les régions francophones et germanophones. Aux côtés des services de presse universitaires, chargés de faire le lien entre journalistes et expert·e·s et de conseiller les scientifiques lors de ces contacts⁴, le travail médiatique des instances en anthropologie commence à se professionnaliser en Europe (voir l'article d'Angela Grabenheinrich dans ce dossier). Depuis plusieurs années, la *Deutsche Gesellschaft für Völkerkunde* dispose d'un service de presse et quelques instituts d'anthropologie de régions germanophones et francophones ont désigné des responsables pour la presse. Ces initiatives restent en deçà des normes prévalant en Amérique du Nord ou en Grande-Bretagne. Plusieurs services de presse d'universités entretiennent des «moteurs de recherche d'experts» à l'aide desquels des journalistes intéressé·e·s peuvent directement, c'est-à-dire sans l'intermédiaire d'un service de presse, faire des recherches par thèmes, régions, ethnies et leurs spécialistes correspondant⁵.

Parallèlement à la professionnalisation des relations publiques, des cours en anthropologie des médias sont proposés par les instituts d'anthropologie. Ils sont tant théoriques et prospectifs qu'appliqués (Dracklé 1999). Très brièvement formulé, les objets de l'anthropologie des médias sont la fonction sociale des médias et leur signification culturelle, ce qui comprend la construction médiatique de «l'autre» ou du «soi» dans l'espace public occidental, ainsi que les contenus, la réception et l'utilisation des (nouveaux) médias dans les sociétés postcoloniales. La partie pratique se propose de transmettre aux étudiant·e·s les connaissances et les outils nécessaires à un travail anthropologique et médiatique. Contrairement aux *cultural studies* qui se sont consacrées dès leurs débuts et de manière constitutive aux médias (voir en particulier Williams 1962, 1974; Hall et al. 1980; Fiske 1987),

l'anthropologie des médias, à l'exception de l'anthropologie visuelle qui est bien ancrée, reste, du moins en Europe continentale, une entreprise encore récente et peu définie. Si des monographies et des collections en anthropologie des médias se sont généralisées en dehors des espaces linguistiques anglais ou scandinaves, la plupart des titres témoignent des efforts en cours pour établir, définir et façonner ce domaine (voir par exemple Coman 2003).

CONVERGENCES ET QUESTIONS ACTUELLES

La composition du présent dossier donne un aperçu des points communs et des questions actuelles sur les relations entre anthropologie et journalisme. L'article d'Angela Dressler se centre sur la récolte de données. Au cœur de sa contribution se trouvent les correspondant·e·s à l'étranger, dont la façon de travailler se rapproche de la forme classique du terrain anthropologique. Ils et elles se démarquent des journalistes parachuté·e·s pour une courte durée et peu familiers avec l'endroit en se basant sur un réseau d'informateurs constitué au fil de leur expérience et de leur pratique et sur des collaborateurs et collaboratrices mandaté·e·s dans leur région de travail qui comprend souvent plusieurs pays. Derrière celui ou celle que les entreprises de médias appellent volontiers «notre correspondant·e sur place» se dresse tout un «secteur informel» du journalisme. Ces indispensables collaborateurs et collaboratrices rarement mentionné·e·s nominément (appelés *stringer*, informateurs et *fixer*) sont des autochtones disposant de leurs propres réseaux d'information. A l'instar du terrain anthropologique, qui puise son autorité de l'observation et d'une présence physique sur place, la participation des informateurs disparaît de l'article, comme du rapport de recherche. Occulter la paternité multiple d'un article permet souvent d'ignorer que ces collaborateurs locaux ont également des intérêts qui leur sont propres et qu'ils représentent un spectre d'opinions varié, géré parmi les membres du réseau. Ces collaborations peuvent aussi constituer un correctif à la «vision occidentale standardisée» sur la région en question. L'auteure plaide pour mentionner ces collaborateurs dans les articles, non seulement en guise de reconnaissance de leur contribution, risquée selon les lieux, mais surtout pour des raisons de transparence, de sorte à assurer un éclairage sur la production de nouvelles.

⁴ Voir par exemple sur le site de l'Université de Zurich (rubrique *Communication*): «Tipps für den Umgang mit Anfragen von Journalistinnen und Journalisten», <http://www.kommunikation.uzh.ch/services/medien/anfragen.html> (page consultée le 22 mars 2010).

⁵ Voir par exemple sur le site de l'Université Laval (rubrique *Direction des communications*): «Répertoire d'experts auprès des médias», https://oraweb.ulaval.ca/pls/vrr/gexp_prof.html (page consultée le 19 mars 2010).

L'article suivant, de Mathilde Bourrier traite des problèmes propres à la récolte des données dans la recherche en sciences sociales. En se basant sur *l'embedded journalism* pendant la guerre en Iraq, l'auteure anticipe des développements probables en sociologie – et probablement en anthropologie – à l'exemple de la recherche sur les technologies à risque. À l'instar des restrictions qu'ont dû accepter les reporters de guerre pour couvrir le théâtre de conflits, l'auteure constate une tendance à contrôler l'information produite au sujet d'univers à risque tels que les centrales nucléaires, limitant de manière croissante la liberté de recherche. L'armée et l'industrie manifesterait une suspicion généralisée face à l'espace public et se retrouveraient dans l'intention de contrôler toute information et communication les concernant. Alors que la sphère militaire semble avoir tiré des leçons de la guerre du Vietnam, l'industrie craint des pertes de réputation et des scandales. Si les restrictions liées au journalisme *embedded* trouvent leurs limites dans des garanties constitutionnelles et s'appliquent surtout à la publication finale, l'industrie ne connaît pas de tels garde-fous. Des recherches dans les univers à risque soutenues et encouragées par des agents spécialisés se voient intégrées, contrôlées et définies le plus possible, ce qui permet d'écartier de la recherche des questionnements indésirables. L'apparition d'une *embedded sociology* force les chercheurs à affiner leurs stratégies pour entrer et à définir les limites de contraintes qui affectent leurs recherches. Une réponse possible aux restrictions d'accès des univers à risque est d'éviter des recherches à l'intérieur de telles industries en analysant le discours public sur les risques.

Le troisième article met lui aussi l'accent sur la question de la récolte de données. La constellation particulière de son terrain dans la partie française de l'île antillaise Saint-Martin donne l'occasion à Céline Peloso de réfléchir sur les différences et similarités des recherches journalistiques et anthropologiques. Pour nouer les contacts nécessaires à son terrain, l'auteure a choisi de travailler comme journaliste dans un journal local qui l'a engagée à la condition qu'elle produise des faits et non des analyses. Lors de son travail, l'auteure essayait d'accomplir ses tâches journalistiques tout en générant des données anthropologiques. Ce double travail l'a menée à une confusion des rôles et à se demander comment faire du terrain, en étant actrice à part entière – et pas seulement une observatrice participante – de l'objet de recherche. Elle montre les avantages du travail journalistique qui permet d'être intégré de manière quasi automatique alors que les ethnologues venant de France se retrouvaient sous le feu des projecteurs et confronté·e·s à une constante pression pour leur légitimité dans cet univers insulaire restreint. Ces avantages se voient contreba-

lancés par les limites posées par le rôle économique et politique des journalistes dans l'espace public et l'obligation de veiller aux intérêts en jeu. Par contre, une potentielle erreur journalistique peut devenir un événement explicatif de certaines situations sociales. Peloso montre également que les stratégies de récolte de données ne sont pas sans risques pour la recherche. Finalement l'ethnologue journaliste devient son propre objet d'étude, ce qui lui permet également de mettre en évidence les possibilités, conditions et limites d'une coopération entre les deux professions.

Dans son article, Brian McKenna s'affirme clairement pour une anthropologie engagée, qui défende activement ses préoccupations et ses points de vue dans l'espace public. Partant du constat qu'anthropologie et journalisme (d'investigation) sont en déficit d'impact public, l'auteur plaide énergiquement pour une présence publique visible et audible de ces professionnel·le·s. Il constate qu'à l'instar de leurs confrères et consœurs européen·ne·s, les anthropologues états-unien·ne·s n'auraient pas de relation complètement détendue avec les journalistes et que les scientifiques se montreraient sceptiques envers des journalistes et envers leurs propres productions journalistiques. Les anthropologues appliqué·e·s sont peut-être une exception, en faisant fi d'une certaine retenue pour rédiger sporadiquement des articles journalistiques. Pour contrer la tendance à se barricader dans des tours d'ivoire, McKenna recommande aux anthropologues d'afficher assurance et fermeté pour contrer le contrôle croissant sur les médias et sur les sciences. La stratégie conjointe qu'il propose est de produire des résultats de recherche sous une forme scientifique tout en la vulgarisant dans des formats médiatiques. Les sciences sociales n'auraient pas seulement la possibilité mais également le devoir d'exploiter le potentiel subversif démocratique de l'anthropologie dans le sens d'une pédagogie publique.

En s'appuyant sur son expérience professionnelle et sa formation d'ethnologue, Angela Grabenheinrich plaide pour une présence accrue de l'anthropologie dans l'espace public et pour la diffusion vulgarisée des résultats de ses recherches. Ceci servirait aussi la réputation des instituts anthropologiques au sein des universités. Sans prôner des apparitions publiques à tout prix, l'auteure revendique une présence raisonnable, qui implique un travail continu avec la presse, la nomination de responsables de presse et l'accroissement des compétences rédactionnelles médiatiques. À cet égard, le savoir-faire médiatique des instituts anthropologiques serait plutôt rudimentaire. À partir d'exemples tirés de son quotidien de journaliste de télévision, l'auteure met en exergue les contraintes et les mécanismes médiatiques qui limitent la présence de thèmes relevant

de l'anthropologie dans les médias audiovisuels. Elle clôt son article – et par là le dossier – avec un schéma présentant des propositions concrètes que rédactions et instituts d'anthropologie pourraient retenir dans l'intérêt commun.

Nous espérons que ce dossier contribue à nourrir et à initier des discussions que l'anthropologie suisse s'est contentée de mener jusqu'à présent d'une façon plutôt ponctuelle et latente.

BIBLIOGRAPHIE

COMAN Mihai

2003. *Pour une anthropologie des médias*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.

DRACKLÉ Dorle

1999. «Medienethnologie», in: Pressereferat der Deutschen Gesellschaft für Völkerkunde, in Zusammenarbeit mit der AG Ethnologie, Medien, Öffentlichkeit des Institutes für Ethnologie der Universität Heidelberg (Hg.), *Die Media-morphose der Ethnologie*, S. 58-63. Heidelberg: DGV.

FISKE John

1987. *Television Culture*. New York / London: Routledge.

GRINDAL Bruce T., RHODES Robin

1987. «Journalism and anthropology share several similarities». *Journalism Educator* 41(4): 4, 11-13, 33.

GRAEBNER Fritz

1905. «Kulturkreise und Kulturschichten in Ozeanien». *Zeitschrift für Ethnologie* 37: 28-53.

GUSTERSON Hugh

2010. «Journalism and professional ethics». *Global Studies Review* 6(1), <http://www.globality-gmu.net/archives/2026> (19.3.2010).

HALL Stuart et al. (Eds)

1980. *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.

HUNTINGTON Samuel P.

1993. «The Clash of Civilisations?». *Foreign Affairs* 73 (3): 22-49.

KISCH Egon Erwin

1998 [1925]. *Der rasende Reporter*. Berlin: Aufbau.

2003. *Le reporter enragé*. Grenoble: Cent Pages.

KNOBLAUCH Hubert

2008. «Fokussierte Ethnographie: Soziologie, Ethnologie und die neue Welle der Ethnographie». *Sozialer Sinn* 1: 123-141.

LEVI-STRAUSS Claude

1955. *Tristes tropiques*. Paris: Plon.

1978 [1955]. *Traurige Tropen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

LUTKEHAUS Nancy C.

2008. *Margaret Mead: The Making of an American Icon*. Princeton: Princeton University Press.

WALLRAFF Günther

1985. *Ganz unten*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

1986. *Tête de turc*. Paris: La Découverte.

WEMBER Bernward

1975. *Wie informiert das Fernsehen? Ein Indizienbeweis*. Mainz: Zweites Deutsches Fernsehen.

WILLIAMS Raymond

1962. *Communications*. London: Penguin.

1974. *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana.