

Christian Agbogli

Université du Québec à Montréal

Caterine Bourassa-Dansereau

Université du Québec à Montréal

L'interdiction du port du turban au football : regards sur le processus de médiation et la construction identitaire du « Nous » et l' « Autre »

De 2006 à 2008, la société québécoise a été marquée par la crise sociale et médiatique des « accommodements raisonnables ». Celle-ci a occupé l'espace médiatique en devenant le point de convergence de débats dépassant largement ceux associés au cadre juridique initial et en s'articulant plutôt autour de questions liées aux différences culturelles, à l'intégration et à l'identité québécoise. À l'automne 2007, alors que le débat se transforme en véritable crise et atteint son apogée, de nombreux observateurs affirment que la situation est largement alimentée, voire fabriquée par les médias québécois (Potvin, 2011). Lors de son congrès annuel de cette même année, plusieurs membres de la Fédération des journalistes professionnels du Québec feront par ailleurs leur *mea culpa* et reconnaîtront que la couverture médiatique de ces faits divers était exagérée et que les médias ont activement participé à la crise en mettant jour après jour les sujets liés aux accommodements au centre de l'attention médiatique.

Au printemps 2013, près de cinq années après la saga des accommodements raisonnables, une nouvelle « crise » ayant comme toile de fond la question de la différence ethnoculturelle et celle de l'identité québécoise prenait forme dans les médias québécois. Cette fois, ces derniers s'enflammaient autour de la controverse créée par la Fédération du soccer du Québec, suite à l'interdiction annoncée de porter le turban sikh lors des matchs de football. Au cours des deux semaines que durera cette polémique, les médias québécois se feront encore une fois porteurs de discours liés aux différences ethnoculturelles et à la question de l'intégration. À travers la couverture médiatique privilégiée, ils contribueront de plus à la construction d'un sentiment identitaire dichotomique où s'oppose le « Nous » et les « Autres ». Finalement, et en écho aux prises de position des gouvernements québécois et canadien sur la question, le discours médiatique s'ancrera dans des discours politiques plus larges qui traduisent une vision de la société québécoise comme « société distincte ».

Dans le cadre de cette communication, nous explorons le rôle des médias dans les processus identitaires liés aux appartenances des groupes majoritaires et minoritaires au Québec. Nous proposons ainsi d'explorer le discours médiatique des trois principaux journaux montréalais (Le Devoir, La Presse et Le Journal de Montréal) concernant l'interdiction du port du turban sikh au football et d'en faire une analyse sous l'angle spécifique de la construction des identités ethnoculturelle et nationale et des processus d'inclusion et d'exclusion qui y sont associés. Pour ce faire, nous effectuons une analyse de contenu (Bardin, 1977; de Bonneville, 2000 & Leray, 2008) des articles parus durant la période de la controverse, soit de l'interdiction annoncée par la Fédération du soccer du Québec (1^{er} juin 2013), jusqu'à l'annonce de sa levée suite à l'intervention de la Fédération internationale de football association (15 juin 2013). Un corpus composé de 57 articles, éditoriaux et lettres d'opinion parus dans les quotidiens montréalais choisis est analysé selon les catégories générales suivantes : modèles de gestion de la diversité, modèle d'intégration et rapports entre groupes majoritaires et minoritaires. Comme éclairage théorique pour guider notre analyse, nous utilisons les théories médiatiques sur la construction des messages (Lazarsfeld; Hall) de façon originale : nous les intégrons aux questions touchant à la communication interculturelle et aux processus liés à l'identité et à l'altérité dans un contexte politique spécifique tout en ayant le souci de nous demander si les médias ont été acteurs ou instruments de la « crise du turban » au Québec.

Camelia Beciu

Ecole nationale de Sciences Politiques et Administratives/Institut de Sociologie de l'Académie roumaine

Mirela Lazar

Université de Bucarest – SPARTA

Médias et migration dans l'espace public roumain.

L'utilisation stratégique du dispositif médiatique et la configuration de l'identité nationale

En Roumanie, le thème de la migration de main d'œuvre s'impose au fur et à mesure dans le débat public, instituant des positionnements, des agenda, des politiques et tout un imaginaire des « Roumains partis pour travailler à l'étranger ». D'autre part, cette migration devient un *cadre* pour d'autres thèmes intensément débattus dans la société roumaine, notamment des thèmes à visée identitaire. Une particularité de ce discours public porte sur la médiatisation des migrants roumains en relation avec l'image internationale du pays considérée comme un élément clé du « capital symbolique » de la nation (Beciu, 2013). Finalement, le thème de la migration de main d'œuvre est progressivement incorporé dans le débat plus vaste sur le fonctionnement des systèmes politiques-institutionnels du pays, d'une part, et sur la reconfiguration du lien social et des solidarités collectives, de l'autre. Dans ces débats, les journalistes assument un rôle à la fois civique et d'expert par rapport au champ politique, tout en interrogeant le « nous » identitaire. Vu ce contexte, nous proposons une analyse des modes dans lesquels les dispositifs de débat en Roumanie construisent l'identité nationale et les identités collectives en partant du thème de la migration roumaine dans l'Union Européenne.

Nous considérons l'hypothèse selon laquelle ce thème est utilisé de manière stratégique par le biais du dispositif en tant que ressource d'interpellation (pour les politiciens, les médias, les leaders d'opinion, etc.) et de construction identitaire. L'analyse se focalise sur deux dimensions de recherche :

- La *représentation médiatique* des migrants : quels éléments de désignation et catégories d'appartenance sont utilisées ? Comment fonctionne-t-elle au plan discursif *la dialectique proximité-distance* en rapport de l'« autre », en fonction des sujets de débat et des intérêts stratégiques des participants au débat ?
- Les *modes d'engagement* par rapports aux migrants : l'analyse vise les stratégies de problématisation utilisées par les participants aux débats et par les journalistes en leur qualité d'entrepreneurs moraux pour légitimer des « définitions », des « identités » et des problèmes publics. A cet égard, quel type de ressources discursives (savoir public, arguments, principes de généralités, etc.) mobilisent-ils d'une part, les journalistes et d'autre part, les participants aux débats (personnalités, anonymes, experts, etc.) ? De quelle manière les participants utilisent-ils les diverses contraintes du dispositif afin de mettre en lumière leur positionnement par rapport au sujet de la migration ?

Le corpus comprend des *talk-shows* diffusés dans l'intervalle 2012-2013 par la première chaîne de la télévision publique (TVR1) et par deux chaînes de télévision privées (Realitatea TV, Antena3), ainsi qu'une campagne de télévision de 2013.

L'analyse prend appui sur des théories visant les représentations médiatiques (Fairclough, 2003; Van Leuween, 2008; Mateson, 2005 ; Lazar, Boicu, 2012) et notamment la représentation médiatique des *événements à distance* (Boltanski; Chouliaraki, 2008, 2011; Frosh; Orgad, 2012). Selon la prémisse de base de la recherche, le discours médiatique est performatif, il institue des identités et diverses postures éthiques des spectateurs face à l'événement. De ce point de vue, les dispositifs télévisuels construisent la signification des discours politico-médiatiques, à travers une politique de visibilité et des pratiques médiatiques spécifiques tout en réglementant les stratégies d'énonciation, les échanges verbaux et les conditions de l'argumentation. La méthodologie combine l'analyse du dispositif télévisuel (Charaudeau, 2005; Lochard, 2005; Soulages, 2007) avec l'analyse critique du discours (Chouliaraki, 2008; Fairclough, 2003; Leuween, 2008) pour mettre en évidence : a) la

construction de l'appartenance des migrants à une « communauté imaginée » par diverses stratégies d'inclusion et de catégorisation ; b) la négociation de la signification de l'identité nationale et des identités collectives en fonction du positionnement du journaliste et des participants à l'égard des migrants. Cette contribution aboutit à plusieurs hypothèses d'interprétation de la construction médiatique de l'identité nationale et collective. Premièrement, les dispositifs télévisuels confèrent de la visibilité aux migrants en ayant recours à l'*instrumentalisation* du discours identitaire. Les migrants se voient attribuer des « rôles » et une responsabilité morale, à savoir, « représenter » leur pays d'origine. Deuxièmement, le positionnement du journaliste-modérateur est *quasi-décisionnel* en ce sens qu'il s'attribue le statut d'une instance se substituant au politique, étant donné l'incapacité de ce dernier de gérer les problèmes (la finalité du dispositif suppose aussi de trouver des solutions qui soient transmises aux gouvernants). De ce point de vue, les médias agissent en tant qu'*acteurs*, mais aussi *instruments* de la construction des appartenances identitaires (ils imposent et assument un certain cadrage de la migration alors que les journalistes performant un rôle décisionnel ; d'autre part, vu la polarisation de l'espace télévisuel en Roumanie entre des chaînes favorables ou non au pouvoir en place, le discours médiatique est indicateur d'enjeux politiques).

Farrah Bérubé

Université du Québec à Trois-Rivières

Quelle place pour le journaliste immigrant dans la presse québécoise ?

Dans la province francophone du Canada, les identités sont de plus en plus multiples. En effet, selon le Recensement de 2006, 851 560 personnes immigrés ont été dénombrées au Québec, soit 11,5 % de la population totale. Cette proportion est la plus forte jamais constatée dans l'histoire de la province. Parmi les sphères touchées par la diversification des populations, des changements s'opèrent dans l'espace médiatique. Notamment, la recherche observe des impacts sur la représentation des immigrants dans les médias ainsi que sur celui des auditoires et de la réception par les groupes minorisés. Dans le même ordre d'idées, et c'est notre hypothèse, on peut penser que les pratiques des professionnels des médias sont affectées et plus particulièrement celles des professionnels issus de l'immigration. Qui sont ces professionnels? Quel est leur parcours et comment ont-ils investi l'espace médiatique québécois? Ont-ils innové et donné lieu à de nouvelles pratiques? Diffusent-ils des messages et des visions différentes? Sont-ils acteurs ou instruments de la construction des identités immigrantes dans les médias québécois? Un projet de recherche ayant pour terrain les médias québécois et ses acteurs issus de l'immigration se penche actuellement sur ces questions. Cette communication exposera dans un premier temps la recension des écrits sur le sujet de la production médiatique par des immigrants au Québec. Seront ensuite présentés des résultats préliminaires, soit ceux traitant spécifiquement des acteurs médiatiques que sont les journalistes immigrants qui exercent dans les médias d'information du Québec. La méthodologie employée dans le cadre de cette recherche relève de la démarche qualitative. L'analyse de contenu, l'analyse documentaire et de l'entretien ont été utilisés. Concrètement, les contenus des productions journalistiques par des acteurs immigrants ont été analysés. Les contenus des documents portant sur ces acteurs, tels les biographies, ont également été analysés. Enfin, des entretiens ouverts ont été réalisés auprès de journalistes issus de l'immigration.

Eneko Bidegain

Mondragon Unibertsitatea

L'enracinement en Pays basque de l'identité française pendant la Première Guerre mondiale à travers l'hebdomadaire *Eskualduna*

L'objectif de cette communication est de montrer les mécanismes auxquels a eu recours un hebdomadaire basque – *Eskualduna* – pour influencer le sentiment d'identité de son lectorat, lors de la Première Guerre Mondiale. Avec plus de 7.000 ventes hebdomadaires, c'était le journal le plus lu du Pays Basque de France. Il s'agit de montrer un exemple révélateur et significatif du lien entre la presse et l'identité, en saisissant l'opportunité du centenaire de l'événement qui a marqué le sort de l'identité basque de France pour les décennies suivantes.

L'hypothèse de départ est que l'hebdomadaire a été un acteur conscient important dans la construction du sentiment d'identité française parmi les Basques, et nous tâcherons de mettre en exergue les comportements communicatifs de ce journal dans ce processus.

Cette communication se base sur ma thèse de doctorat (*La Première Guerre Mondiale dans l'hebdomadaire Eskualduna*) soutenue en 2012 (Videgain, 2012). Ni la Première Guerre Mondiale vu du Pays Basque ni l'hebdomadaire *Eskualduna* n'ont fait l'objet de recherches approfondies, jusqu'à maintenant. Les principaux travaux sur la guerre elle-même sont ceux de Laharie (1982), Rocafort (1997) et Garat (1983). Sur *Eskualduna*, en particulier, nous pouvons nous baser sur les biographies de Manex Hiriart-Urruti, rédacteur principal (Altzibar, 2004, 2005; Bidegain, 2009, 2010; Borda, 1984; Camino, 1994; Lafitte, 1971).

De plus, le rôle de la presse dans le sentiment identitaire durant la guerre de 14-18 a été peu analysé. Sur le traitement journalistique de la Grande Guerre, nous pouvons signaler les travaux de Falcomatà et Nunnari (2004), Venturelli (1991), Eglezou (2009), Farrar (1998), Wolfs (2001), Brandenberger (1964) et Dalbin (2003), dont nous nous sommes inspirés au niveau méthodologique.

Nous avons procédé à une analyse qualitative de contenu, jumelé à une analyse quantitative. Nous avons lu tous les éditoriaux et les chroniques des soldats et membres de l'équipe de rédaction du journal (au total 3.422 articles), publié entre fin juillet 1914 et janvier 1919. Nous avons classé ces articles en plusieurs catégories et établi des liens entre eux, afin d'organiser les différents aspects du message d'*Eskualduna*.

Voici les principaux résultats de ce travail de recherche :

1. *Eskualduna*, à travers son discours, défend inconditionnellement l'attitude politique, diplomatique et stratégique de la France.
2. *Eskualduna* diabolise les Allemands.
3. *Eskualduna* utilise tout le temps « nous » pour désigner la France et les Français.
4. Les nouvelles des combats sont presque toujours présentées sous des auspices positifs pour la France, en occultant les défaites.
5. Les morts de la guerre sont honorés comme des héros ayant donné leur vie pour la Patrie.
6. L'apparition du mal de pays des soldats se limite aux paysages et au foyer.
7. *Eskualduna* souligne les efforts et les exploits des Basques au front.

Eskualduna a bien joué un rôle, très consciemment, dans l'enracinement du sentiment identitaire français chez les Basques. D'abord, en s'identifiant politiquement à la France et en la soutenant pleinement dans la guerre, deuxièmement, en insistant sur le fait que les Basques étaient d'excellents soldats, très disciplinés, et que donc c'étaient des Français exemplaires, et enfin, en glorifiant la mort des soldats, l'hebdomadaire a rapproché les Basques à la France. Cette attitude est en lien direct avec l'idée de Petite Patrie et Grande Patrie que le plus important journal basque de l'époque a renforcée.

Jean-François Blanchard
Université Rennes 2 – CRBC

Stratégies d'acteurs sur le web et représentation cognitive de l'identité territoriale.
Une recherche tirée de l'observation des pratiques langagières en breton

Il s'agira, dans l'exemple étudié, de décrire les conditions dans lesquelles le *web* vient contribuer à l'élaboration de la représentation cognitive de l'identité régionale en Bretagne. La recherche porte sur la place de la langue bretonne, celle de ses représentations dans ce champ et les enjeux dont elle est l'objet. En effet, le web offre une plénitude de statut à la langue minoritaire par l'ouverture d'un cadre d'expression, plus aisément accessible que les autres supports médiatiques (E. H. G. Jones et E. Uribe-Jongbloed, 2013 ; A. Lenoble-Bart, M. Mathien, *et al.*, 2011). La recherche prend en considération la conjonction de deux évolutions majeures. La première concerne les medias, elle a débuté il y a une quinzaine d'années : la convergence autour du web et sa dimension participative. La seconde porte sur l'évolution des mouvements sociaux (E. Neveu, 1999). Ceux-ci ont perdu depuis une quarantaine d'années leur forme anti hégémonique s'orienter vers les conditions de vie et le respect du droit, avec un contenu de type réflexif concourant à des formes contemporaines d'élaboration identitaire. Les enjeux sociaux de la revitalisation — ou du « renaissantisme linguistique » (J. Costa, 2013, p. 7-14) trouvent dans le *web* des moyens de communication et de mobilisation et suscitent aussi des formes d'émulation et d'apprentissage. Le fait de « prendre-part » apparaît comme un élément de la réalisation identitaire (R. Le Coadic, 1998 ; H. Pentecouteau, 2002) dans la mesure où l'individu s'assimile à son action, à laquelle il donne un sens qui ne trouve pas une traduction dans l'espace politique institutionnalisé. L'agentivité (A. Giddens, 2000) — *agency* — résulte d'un choix des intéressés qui perçoivent l'action comme nécessaire, en attendent une matérialité et une reconnaissance dans le lien social tout en bénéficiant d'un espace d'autonomie. A travers les actions de militants, exposées sur un site internet, apparaît une forme de revendication fondée juridiquement sur la posture décrite par le juriste W. Felstiner (A. Sarat, R. L. Abel, et W. L. F. Felstiner, 1991, p. 41-54) : *naming, blaming, claiming*. Il s'agit en l'occurrence de montrer l'irrégularité (*naming*), de pointer l'origine (*blaming*), demander réparation (*claiming*) en revendiquant l'inscription de la question à l'agenda politique. L'action des membres de cette association et de ses soutiens s'affirme dans un ordre juridique supranational dénonçant le non respect des droits des minorités quant à la pratique de la langue de leur choix.

C'est plus précisément par l'étude des pratiques langagières (H. Boyer, 2003), autrement dit lorsque l'on parle en breton et/ou du breton sur le web, que l'on peut analyser l'espace dialogique où se matérialisent les débats métalinguistiques (discussion sur le code afférent à cette langue non normalisée) et débats épilinguistiques (sur les représentations de la langue). Les pratiques visées sont celles de l'ensemble des acteurs (individus, associations, groupes, collectivités territoriales...) afin de tenter de percevoir leurs stratégies dans un espace où l'identité peut-être instrumentalisée (M. Selim, 2013, p. 334) pour des finalités politiques ou/et économiques (P. Bourdieu, 1980, p. 63-72).

Le terrain exploité est naturellement l'internet où toutes les traces d'expression en langue bretonne dans la période d'étude sont recherchées. Selon les cas, le recueil d'informations a été effectué sur une longue période : cinq ans pour *Wikipedia*, un an pour *Facebook*, ou *Twitter*. Des coupes comparatives ont été effectuées dans le temps afin d'évaluer les réactions à un évènement donné. Deux formes de mobilisation ont été observées : celle du groupe *Ai'ta* (défense du bilinguisme dans l'espace public) et la *Redadeg* (mobilisation dans le contexte de l'enseignement scolaire par immersion). Au total, un corpus d'environ trois cents URL a été réuni. Les acteurs ont été identifiés. Des entretiens ont complété la démarche.

Le chercheur trouve dans le web lieu d'observation pertinent à condition d'éviter la *réification*, en instrumentalisant les aspects techniques, et la *naturalisation* en l'annexant comme un nouveau

domaine de sociabilité. Dans cet espace dialogique où se confrontent et se construisent des représentations — et des mythologies — qui mettent en contact culture et politique, tradition et modernité, nation et ethnicité, technique et sociabilité : l'étude du web offre un lieu d'observation (C. Barats, 2013).

Trois pistes ou propositions seront exposées :

- Sur le plan sociolinguistique, elles concernent la place des médias numériques dans les politiques linguistiques, lesquelles sont généralement pensées dans un cadre d'Etat-nation, dans ces conditions, l'aménagement linguistique au bénéfice de langues minoritaires est à concevoir avec de nouveaux acteurs dans un contexte autre que celui d'une politique nationale ;
- Le web constitue, pour les acteurs individuels, un moyen de déployer différents niveaux d'agentivité, de prendre part, de se mobiliser — à des degrés divers — afin d'étayer une réalisation identitaire et lui faire prendre corps dans le lien social; Cette posture vient questionner le modèle politique de la participation.
- La contribution de l'espace numérique à la représentation individuelle et collective des revendications identitaires territoriales constitue un processus cognitif. Le web permet à tous les acteurs de donner corps à une représentation de la territorialité et de l'identité régionale, et le cas échéant de l'instrumentaliser. La langue, par sa représentation symbolique, est alors placée au cœur d'enjeux économiques et politiques (L. Bazin, R. Gibb, et M. Selim, 2007, 7-35).

Emilie Brebant

Université libre de Bruxelles – CIERL

La presse belge et le « dialogue interculturel » : le religieux comme nouveau visage de l'altérité

Faisant notamment référence à la controverse belge sur le port du foulard islamique, Felice Dassetto affirmait en 2011 que sous l'appellation « vague et passe-partout » d'interculturalité, on entendait en réalité parler de l'Islam. Visant les rapports de la Commission du dialogue interculturel (2005) et des Assises de l'interculturalité (2010), le sociologue déplore « des initiatives sans lendemain » que les gouvernements successifs « lancent à grands fracas médiatiques »(p.87).

L'Observatoire des Religions et de la Laïcité (ORELA) propose notamment, via sa plate-forme Internet, une revue de presse quotidienne relative aux religions, à la place des convictions dans l'espace public et aux relations Eglises/Etats. Il diffuse aussi régulièrement des analyses consacrées à ces thématiques. En 2013, le premier rapport annuel de l'ORELA, en grande partie basé sur des articles de quotidiens et portant sur l'année précédente, a été présenté à la presse. Il établit un bilan de l'actualité des cultes et de la laïcité en Belgique. Au cours des recherches préparatoires à la rédaction de ce rapport, nous avons constaté une certaine récurrence du champ sémantique lié à l'interculturalité. Au point que nous pouvons suggérer, sans pour autant souscrire à la position radicale de Dassetto, que le discours médiatique assimile désormais la pratique religieuse à un exotisme d'un type nouveau, faisant de cet « Autre » qui contribue à définir la société majoritaire – et la communauté d'appartenance du journaliste – un être religieux, avant tout.

Il est vrai que les tentatives politiques de repenser le modèle de gestion de la diversité culturelle ont focalisé l'attention des médias, et que la thématique du « dialogue interculturel » continue de resurgir régulièrement. Par ailleurs, elle demeure omniprésente dans le discours politique comme dans celui d'un certain secteur associatif. S'il semble que dans ces sphères également, la dimension religieuse soit à la base de nombreux questionnements quant à la négociation d'une communauté nationale intégrant les particularités culturelles des groupes qui les revendiquent tout en préservant des valeurs qui ont pesé dans sa construction identitaire, de manière générale, la notion d'interculturalité demeure un concept flou.

Nous proposons donc d'utiliser l'outil d'information et de recherche que représente le site Internet de l'ORELA afin d'éclairer deux questions, avec une approche relevant de la socio-anthropologie des médias :

- En effectuant une recherche systématique des termes tels que « interculturel », « interculturalité » etc., nous tenterons de définir les occurrences de mobilisation de ce champ sémantique en rapport avec la dimension religieuse des faits traités, et d'en établir une typologie.
- Partant du principe que la notion d'interculturalité demeure un concept aux contours mouvants, nous analyserons le rôle pris par les journalistes lorsqu'ils mobilisent cette notion : se contentent-ils de relayer les discours des milieux politiques et associatifs, ou contribuent-ils à donner un contenu particulier à ce concept?

Guillaume Carbou

Université Toulouse II Le Mirail – CPST/LERASS

Sites d'information en ligne et communautés cognitives

Dans le cadre de cette communication nous souhaiterions interroger de manière quelque peu dissidente la notion de communauté en en proposant une définition reposant avant tout sur le partage d'éléments cognitifs. Nous entendons par éléments cognitifs les formes de raisonnements, les présupposés axiologiques sur le monde, les cadrages préférentiels sur les événements qui vont transparaître à travers les discours et les prises de position des acteurs sociaux. Nous étudierons en particulier ces discours tels qu'ils sont suscités par les dispositifs interactifs des médias en ligne.

Nous chercherons ainsi à montrer comment l'analyse argumentative (Amossy, 2008, Grize, 1996) des discours produits autour d'un événement déclencheur sur deux sites d'information en ligne différents peut permettre de faire émerger deux « communautés cognitives » distinctes. Cette ambition générale se place dans une conception théorique de l'activité de parler comme « négociation de la distance entre les individus » (Meyer, 2008). Autrement dit, nous considérons à la suite de Marc Angenot (2008) que les individus argumentent et plus généralement s'expriment avant tout pour se justifier, c'est à dire pour évaluer la réception de leurs positions dans l'économie discursive globale. Notre approche s'inscrit par ailleurs dans une perspective « énaïvistique » (Varela, Thompson & Rosch, 1993) où la cognition est un processus situé, qui émerge entre autres à travers l'activité langagière et symbolique. Les agora imaginaires que fournissent les espaces de discussion en ligne deviennent ainsi des lieux où les individus peuvent tester, confronter, renforcer, et co-construire leurs représentations du monde pour assurer à leur communauté cognitive une existence symbolique et sociale dans l'espace public (Amossy, 2011).

Pour illustrer ce phénomène, notre corpus se compose des commentaires d'internautes postés en réaction au premier article annonçant l'inculpation pour agression sexuelle de l'ex-directeur du FMI Dominique Strauss-Kahn à New York sur deux sites d'information en ligne : Atlantico.fr et l'Humanité.fr. Il permet d'explorer, sans hypothèse préalable sur la politisation des sources, comment les médias en ligne, en offrant des espaces libres de discussion, contribuent à former et/ou à consolider des communautés d'internautes qui se retrouvent sous la bannière d'un site et dans l'expression d'une vision du monde commune. En effet, malgré la forte hétérogénéité des interventions des « commentateurs à chaud de l'actualité », tant en termes de dialogisme que de contenu ou de visées affichées (Dupret, 2010), nos deux sous-corpus ne présentent que très peu d'interactions conflictuelles, contrairement à d'autres corpus du même type. Nous sommes ainsi plutôt face à une forme d'entre-soi, où chaque intervenant trouve plus ou moins tacitement un écho favorable à ses propos. Face à la crise de l'identité, perpétuellement vacillante, et si l'Autre, alter, n'est jamais bien loin (Charaudeau, 2009), chaque internaute éprouve ici la confirmation de lui-même dans le partage des axiologies avec le Même, contribuant de fait à co-construire une unité idéologique.

La circonscription et la description de deux communautés cognitivo-discursives différentes nous permettra ainsi de voir comment les médias en ligne peuvent être moins des acteurs que des instruments de la constitution des identités communautaires. Sur la base, certes, d'une ligne éditoriale et d'une réputation obtenue ou construite, ils sont avant tout des lieux de réunion et de parole qui semblent être exploités par des internautes en quête de sécurité idéologique.

Régis Dandoy
FLACSO /ULB/UCL

Media Coverage of Political Actors in a Divided Society : the Belgian Example

The media play an important role in the Belgian public sphere and, more largely, in the Belgian political system. Almost similarly to the split of the party system, the media landscape has been divided into two linguistic systems: Flemish and French-speaking. If political parties from both linguistic communities do no longer compete for votes (mainly due to the electoral system), the same applies to the divided media that do not compete for market shares and audience. Even if the media consumption is broadly the same in both linguistic groups, there is a so-called 'non-permeability' of a group of the Belgian population to the media from the other group: French-speaking citizens do not read Flemish newspapers or watch Flemish TVs, and vice-versa. This paper intends to analyse the media coverage of political actors (politicians and parties) and institutions in each linguistic community and to measure the share of attention allocated to actors and institutions from the other linguistic community. In other words, I observe the saliency of French-speaking politics in the Flemish media and the saliency of Flemish politics in the French-speaking media, as well as the tone of such references (negative, positive, neutral). I will use data concerning the content of all articles published in four newspapers (two Flemish and two French-speaking) during the three months of the campaign for the regional and European elections of June 2009.

This paper confirms that newspapers from a linguistic community cover more intensively politicians and parties from their community than politicians and parties originating from the other linguistic community. The share of political articles dedicated to political actors from the other community barely reaches 25%. In addition, there is very little variation across linguistic community (Flemish vs. French-speaking) or across types of parties that are covered (in terms of party families, size of parties and governing parties). The only differences are to be found across types of newspapers (quality vs. tabloid): quality newspapers discuss more often politics from the other community while tabloids are mainly focused on political actors from their community. The impact of such findings are not without consequence for the identities in Belgium. Inhabitants from one linguistic community do not have access to information in their own media about politicians and parties from the other community. In this regard, the responsibility of the media in the polarisation of the identities and of the political arena appears to be important.

Julien Danero Iglesias

CEVIPOL – ULB

Eurovision, presse et identité en République de Moldavie

Région ayant toujours été historiquement à la marge d'ensembles étatiques plus grands, la Moldavie est située « à la croisée des chemins » (Parmentier, 2003), à un « carrefour » (Buduru & Popa, 2006), où le caractère mélangé de la population actuelle est le reflet de cette situation géographique et historique. Face à une population composée, selon le recensement de 2004, d'environ 75% de Moldaves, 8% d'Ukrainiens, 6% de Russes 4% de Gagaouzes et 2 % de Bulgares, les autorités successives de la République ont tenté depuis l'indépendance en 1991 de créer une « nation », de créer un « nous » moldave, dans une opposition permanente entre Moldovénistes, mettant en avant la spécificité et l'unicité du peuple moldave, et Roumanistes, insistant sur les liens des Moldaves avec leurs voisins roumains (King, 2000). La définition de la « nation », d'un « nous » moldave est alors passée par une lutte pour la dénomination de la langue parlée par la majorité des habitants du pays, par un conflit sur l'interprétation et l'enseignement de l'histoire, par de longues discussions quant à l'érection de monuments et l'établissement de jours fériés (Ciscel, 2006 ; Ihrig, 2007 ; March, 2007). Dans ce contexte particulier d'un conflit permanent pour la définition d'une identité nationale, le Concours Eurovision de la Chanson représente bien plus que ce concours qualifié de « ringard » dans certains pays d'Europe occidentale. Les hommes politiques moldaves s'impliquent personnellement dans un processus de nation-branding, afin de bénéficier d'une image positive sur la scène internationale et d'attirer des investissements tout en facilitant le nation-building en inspirant confiance, fierté et conciliation nationale parmi les citoyens (Anholt, 2005). Le Concours participe à la création d'un « nous » moldave, un « nous » qui est créé discursivement non seulement dans les discours politiques, mais aussi dans la presse.

Reprenant une méthodologie empruntée à l'École de Vienne de l'Analyse critique de Discours (Wodak *et al.*, 2009, pp.7-8), cette communication étudie le « nous » moldave tel qu'il apparaît dans trois journaux moldaves de langue roumaine de différentes tendances politiques : *Moldova Suverană* (La Moldavie souveraine), *Timpul* (Le Temps) et *Jurnal de Chișinău* (Journal de Chisinau). L'ensemble des articles qui traitent de l'Eurovision, sur une période courant de 2005, année de la première participation du pays au concours, à 2013 ont été repris de manière systématique.

De cette manière, cette recherche se penche sur la construction discursive de la nation moldave dans une perspective comparée et montre comment un concours qui peut sembler anodin permet la construction d'un « nous » et d'un « autre », et donc d'une « nation ». L'article montre aussi de quelle manière ces journaux parlent très peu du concours en tant que tel, car en plus de la construction discursive d'un « nous » et d'un « autre », ils permettent de mettre en avant des rapports de pouvoir, de critiquer ou d'encenser le politique et de caractériser la société moldave actuelle.

Ricarda Drüeke
University of Salzburg

Inclusion and Exclusion Online: Aspects of Citizenship and Belonging in Austrian Debates on Migration

The talk will present some of findings from a study focusing on Internet debates of the current Austrian migration policies. In these debates aspects of inclusion, participation and belonging play a central role. Media and communication are fundamental to the processes of belonging and identity politics. Cultural aspects are to a large extent media-induced and mediated. In this way, mass media is both an engine and an actor in the processes of self-making and being-made, in which people become residents or citizens or are denied these rights. An important space of identity for its members, the citizens, is the nation, but the notion of citizenship itself has come into debate. On the one hand the research has shown that the individual, political and social rights attached to citizenship are applied differently to different social groups, so that an intersectional approach is needed in order to ponder the issue. Citizenship can be exclusionary by gender, ethnicity, race, religion and class (Yuval-Davis 1997). On the other hand, it has been suggested more recently that mediatisation and globalization are connected to a new form of citizenship called Cultural Citizenship (see Delanty 2000; Bauböck 2005; Klaus/Lünenborg 2012). Belonging to a nation is more and more linked to cultural aspects. Cultural attributes here serve to mask or at least to blur the importance of structural dimensions as determinants of social hierarchies. Gender, ethnicity and class are linked in a complex way to determine the places of identity. Along these lines different residents of a country are positioned as belonging to the nation or not, and migrants are divided into two groups of good and bad foreigners.

I am interested in the following questions:

- Which spaces of identity do the online debates construct for migrants and locals, for non-citizens and citizens?
- How are aspects of exclusion and inclusion negotiated in the Internet?
- Which markers of citizenship and a genuine Austrian identity are used in the online debates on migration?
- Who are considered worthy of becoming a citizen and what are the reasons given for a denial of citizenship rights?

The debates on citizenship and belonging are often as an on-going discursive process revealed clearly with regards to specific persons and cases. For this reason one case study was chosen, that attracted a huge range of public, political as well as medial attention. *Arigona Zogaj*, then eight years old, and her family settled in an upper Austrian town after fleeing from civil war in the Kosovo in September 2002. Several campaigns on their behalf were launched by residents and civil rights activists. Nevertheless, in 2009 the government ordered the family's removal after their application for permanent asylum was rejected for good. Thus, in July 2010 the 18-year-old Arigona Zogaj and her family had to return to the Kosovo. A sometimes fierce and shifting public and medial (as well as webbased) debate on her rights to residency but also of migrants in general broke out. As a result, Arigona Zogaj became the most visible of the many well-integrated foreigners living in Austria, who have to wait many years for the final decision on their application for permanent asylum, ever more often resulting in their eviction from the country.

The period assessed in this study covers the years 2009 to 2011. The corpus was created with the help of a multi-dimensional design of the study in which a search with search engines and direct access of websites were combined. The unit of analysis was build with the method of theoretical sampling in order to have a huge range of actors, themes and communicative forms (cf. Glaser/Strauss 1998). The empirical interpretation is based on a combination of a content analysis of key factors with a qualitative analysis of the staging strategies on migration and belonging. The findings reveal different strategies of inclusion and exclusion and show how citizenship and identity are negotiated online.

Valentina Dymytrova
IEP de Lyon – Triangle

La « guerre des langues » en Ukraine : l'approche sémio-discursive des identités politiques au prisme des médias

Depuis son indépendance proclamée en 1991, l'Ukraine a entamé un processus de construction étatique et nationale qui s'accompagne de l'élaboration de nouvelles identités politiques. Celles-ci se structurent aussi bien en termes de division politique entre la gauche, la droite et le centre qu'autour d'une définition de l'identité nationale, notamment en rapport avec la question de langue.

Dépourvus d'État souverain et partagés entre différentes entités territoriales, les Ukrainiens se définissaient dans l'histoire à travers l'usage de la langue. Le statut de langue d'État dont bénéficie l'ukrainien depuis 1989 n'en fait pas la langue principale des médias et de la communication du pays (Besters-Dilger, 2005). La répartition inégale des langues russe et ukrainienne, héritée de la russification linguistique et ethnique de longue durée, continue à faire l'objet de nombreux débats, à l'instar de ceux provoqués par le dispositif législatif concernant les fondements de la politique linguistique, adopté en juillet 2012, à l'initiative du Parti des régions. Cette loi a considérablement élargi l'usage des langues régionales et, en particulier, de la langue russe, ce qui revient pour plusieurs acteurs politiques à faire du russe la deuxième langue officielle en Ukraine.

Partant de l'hypothèse que les médias sont les lieux principaux de la diffusion et de la circulation des discours et des images dans nos sociétés, nous considérons que les analyses des discours médiatiques autour de l'examen législatif de la politique linguistique permettent de saisir la juxtaposition et la polysémie des significations qui caractérisent les identités politiques ukrainiennes. Dans une approche sémio-discursive des identités, cette communication vise à saisir comment les médias nationaux rendent compte des communautés linguistiques concernées par la loi et comment ils mettent en scène leurs identités politiques. Les identités sont envisagées ici comme des constructions sémiotiques, élaborées par des signes et diffusées dans l'espace de la communication par les discours et les images, auxquels les sujets et les groupes donnent sens et valeurs (Ollivier, 2007). Par ailleurs, les identités renvoient à des figures imaginaires « *nécessairement fragmentaires et polysémiques* » (Bayart, 1996). De fait, les médias se présentent comme un véritable territoire symbolique (Anderson, 1983), où les identités se structurent selon des logiques, des formes et des modes spécifiques, à la fois sur le plan symbolique, sur le plan politique et sur le plan esthétique (Lamizet, 2002).

Le corpus analytique est constitué des discours politiques et journalistiques issus de la presse écrite nationale ukrainienne, dans la période du 14 mai 2012, début de l'examen du projet de loi, au 10 août 2012, date de son entrée en vigueur. Sur le plan méthodologique, les analyses s'inscrivent dans l'analyse de discours (Fairclough, 2003 ; Krieg-Planque, 2012) et l'analyse de l'image (Joly, 2003).

En appréhendant la circulation des discours au prisme des médias, cette communication permettra de penser la complexité des appartenances ethniques et nationales en Ukraine contemporaine.

Isabelle Hare

Université de Lyon – ELICO

Broadcasting Ban, médias, identités et démocratie : l'Irlande du Nord sans voix

Cette communication s'intéresse à un moment particulier de l'histoire médiatique et politique de la Grande-Bretagne : celle du conflit nord-irlandais et de la censure médiatique décidée par le gouvernement de Margareth Thatcher dans les années 80-90.

Notre regard croise deux des axes proposés par le colloque, puisque nous questionnons non seulement les médias à travers leur « contribution à l'inclusion ou l'exclusion des membres de la communauté », mais également les « liens entre médias et stratégies politiques ».

Margareth Thatcher est premier ministre de la Grande-Bretagne lorsque, le 19 Octobre 1988, elle impose le bannissement médiatique (Broadcasting Ban) à onze organisations politiques ou paramilitaires loyalistes et républicaines nord-irlandaises à la BBC. La raison principale de cette censure ouverte est littéralement de « couper la parole politique » mais aussi de priver les terroristes de toute forme de publicité, de cet « oxygène » que constituent les médias.

Cette censure ouverte pose la question de l'autonomie médiatique face à la représentation de l'acteur terroriste/politique dans les situations de conflits armés. Nous examinons ici le cas de l'Irlande du Nord. Elle interroge également l'importance du rôle attribué aux médias dans les situations violentes (terrorisme, émeutes, etc.) ainsi que l'autonomie des médias par rapport au pouvoir politique.

Nous tentons de comprendre comment un pays démocratique comme la Grande-Bretagne est parvenu à cette extrémité (Keane, 1991 ; Schlesinger, 1991) : le principe d'une censure ouverte ayant été accepté tant sur le plan politique que médiatique (Miller, 1994). Le Broadcasting Ban a duré 8 ans (1988-1994) ; durant ce laps de temps, les médias anglais et nord-irlandais ont respecté la censure. Pourquoi ? Nous faisons ici deux hypothèses : d'une part, le contexte politique et économique aurait préparé l'acceptation de cette censure médiatique ; d'autre part, les médias auraient produit une attitude d'autocensure non par patriotisme mais par fatalisme (Wolton, Wieviorka, 1987 ; Garcin-Marrou, 2001 et 2007).

Afin de mieux saisir les tenants et les aboutissants de ce phénomène, nous développons notre propos en trois moments distincts : le rappel de la situation politique et médiatique dans les années 80 ne peut se faire sans revenir rapidement sur la couverture médiatique de l'Irlande du nord. Puis nous examinons ce que fut le Broadcasting Ban et ses conséquences sur la réalisation et la diffusion des reportages ciblant le conflit nord-irlandais, au sein de l'audiovisuel britannique. Enfin, nous arrêtons notre réflexion aux réactions des acteurs médiatiques et politiques britanniques, irlandais et européens.

Ainsi, l'analyse de certains discours politiques binationaux (GB et Irlande du Sud) ou internationaux (UE et USA) à des moments-clé de la période du bannissement médiatique, la réaction tardive (1991) de la Commission européenne des droits de l'homme montrent l'ambivalence et l'inertie des réactions politiques à l'égard de la censure. De même, d'un point de vue sociologique, l'observation de la réaction des acteurs médiatiques (journalistes et grands patrons) face au Broadcasting Ban témoigne d'une posture ambiguë : à mi-chemin entre autocensure, laisser-faire et manque de coordination au sein de la profession. In fine, appréhender l'attitude des médias britanniques face à cette injonction politique de la censure, nous permet d'éclairer – sous le chapeau de l'histoire conflictuelle britannique – la question du rôle des médias, acteur et/ou instrument, dans la construction des identités et appartenances communautaires et nationales.

Robert Heinze
University of Bern

Negotiating National Unity : UNIP, Broadcasters and Listeners in Post-Colonial Zambia

After Zambia became independent in 1964, the nationalist ruling party, UNIP, saw the construction of a national identity as the most pressing issue to ensure political, economic and social stability in the country. As with other African nations, the obvious artificiality of the borders, and the multiplicity of languages, ethnic identities, and cultural traditions was seen as a threat to the unity of the Zambian nation. Radio, more than other media, was seen as the most important instrument of "building the nation", of constructing a truly Zambian identity. The Zambia Broadcasting Services (ZBS) was constructed to accommodate these problems, and discussed and introduced formats to influence listeners accordingly. However, the UNIP leadership saw the party as the guarantor of national unity, thus equating the party's rule with national stability. This idea led them to approach radio as a propaganda instrument, which brought them into conflict with ZBS broadcasters. While Zambian broadcasters had long been committed to the anti-colonial cause, they saw their role in the independent nation as more than just spokespeople of the ruling party, and they weren't ready to submit to censorship. At the same time, listeners didn't accept simple nationalistic propaganda, but, in discussions about which languages should be represented in radio programmes, asked what was their place in the new nation. The paper analyses broadcasting content, the use of national symbols on radio, and discussions among broadcasters, politicians and listeners to question the idea of radio as a one-way medium, and to look at radio programmes about the nation as products of negotiations among the concerned, rather than top-down propaganda. It takes into account varied sources, ranging from ZBS documents and reports to discussions in the readers sections in newspapers, timetables, recorded programmes and interviews with former broadcasters. Thus, it seeks questions whether media should be seen as either actors or instruments in the construction of identities, emphasizing practices and the negotiated nature of these through even monopolist mass media.

Lise Jacquez

Université de Lyon 2 – ELICO

Les polémiques médiatisées autour des expulsions de sans-papiers en France : des occasions de questionnement des frontières et des valeurs de la communauté nationale

Entre 2003 et 2010, la politique française de lutte contre l'immigration irrégulière s'est caractérisée par un durcissement continu et affiché par les gouvernements de l'époque, qui s'est notamment traduit, en 2003, par la mise en place d'objectifs chiffrés en matière de reconduites à la frontière. Ces mesures répressives ont suscité de nombreuses réactions au sein de la société civile prenant la forme de mobilisations et de dénonciations publiques de la politique gouvernementale, largement relayées par les journaux français. La lecture des articles produits par la presse quotidienne française durant cette période montre que le sujet des expulsions surgit principalement dans l'espace médiatique sous la forme de polémiques entre le gouvernement et les collectifs et associations de défense des sans-papiers, à la faveur d'événements médiatisés (tels que la mobilisation du Réseau Éducation sans frontières (RESF) contre les expulsions des familles sans-papiers en 2006, les mouvements de révolte dans les centres de rétention en 2008, ou encore les expulsions de Roms à l'été 2010). Ruth Amossy et Marcel Burger définissent la polémique comme « *une confrontation de positions radicalement opposées* », qui, lorsqu'elle est médiatisée, constitue une forme spectaculaire de communication (Amossy, Burger, 2011). Les auteurs ajoutent que « *la polémique en tant qu'orchestrée par les médias contribue à la construction identitaire du corps social par la définition, la contestation et la négociation des critères qui fondent une identité citoyenne* ». Dans le cas des polémiques autour des expulsions de sans-papiers, la dimension identitaire est d'autant plus présente que l'immigration est un sujet à travers lequel s'affrontent et s'élaborent traditionnellement deux définitions de la communauté nationale : l'une basée sur la clôture du territoire et sa sécurisation, l'autre sur l'exercice d'une citoyenneté active et basée sur les valeurs républicaines (Weil, 1991). Dans notre communication, nous proposons d'analyser la participation des médias à ces polémiques en insistant sur les processus de constructions identitaires qui s'opèrent dans les récits médiatiques. Tout en prenant soin de faire référence aux résultats généraux de l'étude menée sur l'ensemble des polémiques, nous présenterons le cas particulier de la mobilisation du Réseau éducation sans frontières (RESF) contre les expulsions de familles sans-papiers. En analysant un certain nombre d'articles produits par cinq titres de la presse quotidienne nationale (*Le Monde, Le Figaro, Libération, L'Humanité, Le Parisien-Aujourd'hui en France*) au plus fort de la mobilisation (aux mois de mai et de juin 2006), il s'agit plus précisément de caractériser et d'analyser les figures des sans-papiers et les définitions de la communauté nationale que ces journaux proposent à leurs publics. Notre analyse des discours est principalement structurale et se base sur une typologie des composantes d'un discours de dénonciation (figures du récit, diagnostic du problème, imputation des responsabilités, solutions, registres normatifs de justification). Notre proposition s'inscrit donc dans le 1^{er} axe proposé, « l'étude du discours des médias ». Dans cette perspective, une attention particulière sera donnée aux résonances et aux décalages existant entre les discours militants, le discours de l'État et les discours médiatiques. L'analyse des discours de presse ne peut en effet être découplée d'une analyse plus large des stratégies discursives des acteurs de la polémique. Il faut ainsi noter simultanément l'importance du travail militant d'élaboration d'une nouvelle catégorie de sans-papiers à défendre (les parents d'enfants scolarisés), et l'existence d'une stratégie communicationnelle de la part du gouvernement visant à limiter la portée des accusations (rhétorique d'une politique « *ferme mais humaine* »). L'analyse des discours de presse permettra tout d'abord de montrer que la plupart des journaux soutiennent à des degrés différents la mobilisation, reprenant tout ou partie de l'argumentaire du RESF. Mais il faut également insister sur l'autonomie des discours médiatiques : les journaux construisent en effet leur propre récit de la mobilisation en choisissant de mettre l'accent sur la figure des citoyens mobilisés. Les citoyens mobilisés apparaissent ainsi comme les véritables héros des récits journalistiques. Nous verrons

comment, à travers le récit de leurs actions, les journaux valorisent la société française, et plus particulièrement les territoires locaux, pour leur capacité à remplir leur « mission » d'intégration et à construire du lien social. Finalement, à travers leurs reportages sur le terrain, les journaux apparaissent comme de véritables acteurs de la construction discursive d'une communauté nationale unie et solidaire.

Heidi Knörzer

Ecole polytechnique/CEREG Paris

Le discours identitaire du publiciste judéo-allemand Ludwig Philippson dans l'Allgemeine Zeitung des Judenthums entre intégration et auto-affirmation (1837-1889)

L'émancipation politique des minorités juives d'Europe au cours des XVIIIe et XIXe siècle a non seulement considérablement déstabilisé la culture juive traditionnelle, mais aussi bouleversé le sentiment identitaire des juifs. Devenus acteurs de la société au même titre que les non-juifs, ils ont dû se construire une nouvelle identité qui tienne compte de leur nouveau statut de citoyens. La restructuration de l'identité juive après la rupture que marque l'émancipation constitue un enjeu de taille. Car il s'agissait d'une part, pour les minorités juives, de formuler leur identité en de nouveaux termes sans provoquer un affaiblissement de la culture et des traditions juives. Et, d'autre part, de se faire reconnaître comme citoyens à part entière par la nation au sein de laquelle ils vivaient, intégration politique compliquée par une hostilité anti-juive persistante et parfois croissante.

En diffusant des conceptions de l'identité juive, la presse juive du XIXe siècle contribue de façon non négligeable à ces processus de restructuration identitaire. Pour l'Allemagne, un rôle majeur revient à l'Allgemeine Zeitung des Judenthums, fondée en 1837 par le rabbin Ludwig Philippson (1811-1889) et restée pendant très longtemps le journal juif le plus influent. Dès la première année d'existence de cette revue, qui paraît d'abord trois fois par semaine avant de devenir, à partir de 1839, un journal hebdomadaire, Philippson donne le ton. Outre « l'émancipation intérieure », c'est-à-dire la mise en place de réformes dans le domaine religieux et culturel afin d'adapter le judaïsme à la modernité, il souhaite faire avancer « l'émancipation extérieure » et « faire éclater le joug de la restriction, du préjugé et de la haine ».

A l'aide d'une analyse de contenu, cette contribution se propose de mettre en évidence le discours identitaire tel qu'il se donne à voir dans la revue judéo-allemande. Nous verrons qu'il s'agit d'un discours complexe qui, tout en favorisant l'intégration des juifs à la nation, tente de contribuer à l'auto-affirmation juive, au risque de renforcer ainsi l'exclusion. D'une part, Philippson reprend en effet à son compte les revendications d'acculturation formulées par les intellectuels et hommes politiques non-juifs de l'époque, en cherchant à démontrer la pleine appartenance des juifs à la nation. D'autre part, il développe un véritable contre-discours qui s'oppose aux discours nationalistes, racistes et antisémites en vogue, et cherche à valoriser la tradition juive et son approche au monde.

Jonathan Larcher
EHESS Paris – IIAC

Tsiganes, telenovelas et émissions de divertissement.
L'émergence d'un humour ethnique dans les médias roumains

La période postsocialiste fut en Roumanie le théâtre de la production d'une "minorité rom" par les discours des médias de masse et des organisations roms. Diffusés principalement par la presse écrite, ces discours ont progressivement tracé, de par leur source d'informations et leur traitement thématique, les contours d'une communauté réductible à la figure du *țigan* criminel, pauvre et étranger. Progressivement, ces représentations se sont détachées de l'expérience historique des communautés roms.

La présente analyse se situe *en deçà* de l'étude de ces mobilisations communautaires et nationales qui emploient cette "catégorie" rom. Elle porte sur la promotion d'images, *a priori* apolitiques et anodines, diffusées par les médias audiovisuels en Roumanie. Entre 2007 et 2012, quatre des principaux groupes de médias privés en Roumanie, CME, Intact Group, ProSieben et Kanal D ont produit une dizaine de telenovelas et émissions de divertissement dont les ressorts comiques et les figures principales sont construits autour de personnages de *țigani*. Nous interrogerons donc les conditions de l'émergence de cet « humour ethnique » qui contribue à la formation d'une communauté tzigane imaginaire.

Dans le cadre d'une démarche qui emprunte à la sociologie des médias, aux *Cultural Studies* et à l'histoire des représentations visuelles, nous présenterons les différentes filiations dans lesquelles s'inscrit l'émergence de cet humour ethnique. En effet, les figures médiatiques actuelles poursuivent les formes de mascarade associées aux personnages du *țigan* et de la *țigancă*, telles que nous les avons identifiées dans le cinéma populaire roumain sous l'ère communiste.

L'étude des ressorts de cet humour ethnique portera plus précisément sur la reconfiguration des antagonismes caractéristiques des mobilisations communautaires et nationales autour de la dite communauté rom. Nous verrons comment la reprise de ces occurrences sous une forme consensuelle dissimule des discours essentialistes sur cette communauté tzigane imaginaire. Le contenu figuratif de ces émissions comme leur programmation indiquent le glissement d'une fabrication d'une communauté « allochronique », telle qu'elle était conçue dans le cinéma populaire du XX^{ème} siècle, vers celle d'une communauté extranationale. Quasi exclusivement constituées d'équipes techniques et d'acteurs non-tsiganes, ces émissions mobilisent par moment des musiciens ou des figurants Roms. Leur forme de participation ou de réappropriation de cet humour ethnique fera l'objet d'une attention particulière. Il importera de savoir dans ce cas quels sont les sujets représentés et les sujets instrumentalisés.

Nathalie Négre

Université Toulouse II Le Mirail

D'une communauté linguistique à une communauté nationale

TV5 Monde, France 24 : discours télévisuels sur les migrations subsahariennes

Dans le cadre de notre thèse en Sciences de l'Information et de la Communication, nous avons fait le choix de nous intéresser à la configuration spécifique des chaînes internationales de télévision, à travers deux cas précis, ceux de TV5 Monde et France 24. L'objectif de cette communication est de comparer les processus de production à l'œuvre au sein de ces deux chaînes et leurs effets dans la production identitaire. La manière dont ces deux chaînes se présentent laisse en effet présager d'une ligne éditoriale nationale pour France 24 et culturelle-linguistique (francophone) pour TV5 Monde. Toutefois, l'analyse du fonctionnement des deux rédactions amène à relativiser cette différence.

Pour notre cadre théorique, le choix du paradigme des médiacultures (Maigret et Macé, 2005) nous permet de concilier une approche de l'internationalisation des médias (Mattelart, 2006) qui allie les atouts des analyses des Cultural Studies et de l'économie politique critique. Notre approche se situe résolument du côté des acteurs de l'internationalisation, en nous focalisant sur les logiques de production (Marchetti et Baisnée, 2000).

Nous combinons pour cela l'analyse de différents types de discours dans une perspective sémiopragmatique :

- les discours institutionnels présidant à la gouvernance des chaînes : nous menons ici une analyse de discours sur des documents de statuts différents avec d'un côté, les textes institutionnels tels que les rapports parlementaires, les rapports de la cour des comptes, et d'un autre, les chartes des chaînes, le cahier des charges de l'Audiovisuel Extérieur de la France (AEF)¹, ou les différents dossiers de presse distribués par les chaînes ;
- la programmation de TV5 Monde et France 24 avec les émissions diffusées ces cinq dernières années et qui portent sur les migrations subsahariennes. Distinguées à partir d'une recherche documentaire sur les notices de l'INA (Institut National de l'Audiovisuel), nous les avons ensuite étudiées une par une à partir d'une grille sémiopragmatique, pointant en particulier les spécificités énonciatives des deux chaînes. D'autre part, nous tentons également de faire émerger les caractéristiques de ces discours télévisuels contemporains, à travers une comparaison synchronique – discours non médiatiques – et diachronique – histoire des discours à partir du 16^{ème} siècle : figures de l'esclave, de l'indigène (Blanchard et Bancel, 1998). Ce double regard nous permet ainsi de replacer nos analyses situées dans un large contexte, celui des médiacultures contemporaines, mais aussi celui d'une généalogie des discours sur l'Autre ;
- les discours d'expérience (Dubet, 1994) des journalistes et réalisateurs, que nous avons recueillis lors d'entretiens compréhensifs et qui nous permettent de saisir les différentes médiations qui interviennent au sein des chaînes (médiations techniques, personnelles, hiérarchiques, politiques, économiques...) (Broustau et al., 2012).

Nous proposons pour cette communication de mener notre réflexion autour de trois parties :

Dans un premier temps, nous reviendrons succinctement sur le contexte théorique et méthodologique de notre travail. La présentation des deux chaînes de télévision sur lesquelles nous travaillons nous permettra de montrer comment le projet de ces deux chaînes s'articule au départ autour de deux communautés différentes : nationale pour France 24 et linguistique - la communauté francophone - pour TV5 Monde.

L'analyse des conditions de production des contenus – en particulier à travers les entretiens compréhensifs – nous amènent toutefois à nuancer cette affirmation. En effet, l'étude du contexte politique français, présidant à la création de l'AEF, puis de France Monde, ainsi que l'analyse de

¹ Holding aujourd'hui renommée *France Médias Monde* depuis la réforme menée sous la présidence de François Hollande.

l'organisation concrète des deux rédactions nous permettent de montrer à quel point la construction des programmations pose la question de la cohérence de la ligne éditoriale de ces chaînes, largement tributaire d'émissions produites à l'extérieur. En outre, les journalistes s'inscrivent parfois en faux face aux injonctions hiérarchiques et politiques, ce qui ne participe pas à unifier les programmations concernées.

Enfin, nous illustrerons pour terminer notre réflexion à travers les programmes concernant les migrants subsahariens. Le thème des migrations, dont la médiatisation se focalise sur la question des frontières et des sans-papiers, permet en effet de penser les effets d'inclusion et d'exclusion de la communauté.

Luidor Nono

Des voix africaines en Ile-de-France : des radios des migrants aux radios de la diversité

Dès les années 1990, ont émergé des projets radiophoniques divers à la suite de la modification de la législation audiovisuelle française de 1989 qui veut que lors de l'attribution des fréquences, il faille respecter la diversité et le pluralisme culturel. « Un grand nombre de radios a été créé pour les 10% de la population française selon des chiffres communément admis, originaires du Maghreb ou de l'Afrique noire » (Cavelier et Maroger, 2005 : 86). Mais la réalité a montré que ces radios initialement destinées à une « communauté » spécifique ont éprouvé le besoin d'élargir leur audience, au nom des ponts construits pour toucher un auditoire plus large et diversifié.

Cette étude a été conduite en Île-de-France, lieu d'implantation des radios observées. Elle a permis d'identifier les radios « africaines » afin de restituer leur histoire, de mieux observer leur spécificité et ce qu'elles réalisent, les rôles et les fonctions qu'elles remplissent à travers certaines de leurs productions. *Africa n°1-Paris*², *Fréquence Paris Plurielle*, *Mangambo FM* affichent de la sorte deux grands objectifs : être au service de « la communauté » et donner accès à la parole aux migrants. Elles revendiquent en plus, un statut de médias de la diversité. Dans ce contexte quelle est leur identité et comment la construisent-elles ?

Les projets de ces stations intègrent les mutations sociales et économiques liées à toutes entreprises. Entre succès et échecs jonchés de difficultés, la diversification des programmes (musique, information, divertissement, débats...) met en avant une offre qui déborde aujourd'hui l'information strictement locale. L'un des objectifs des médias étant d'aider les individus à s'adapter aux progrès, aux changements et en même temps d'intervenir dans la formation de l'identité chez les groupes minoritaires (Zamoun Khaled, 1998). C'est le propre de l'évolution des médias depuis l'avènement de la révolution technologique de contribuer largement à l'adaptation des individus. Ils apparaissent à la fois comme des lieux d'expression de l'opinion publique, et donc des lieux d'identification collective, tout en influençant et orientant les opinions individuelles, et donc la construction identitaire des individus.

L'expérience participative combinée avec des entretiens individuels, auprès de quelques acteurs et professionnels, présenteront un visage de ces chaînes françaises ayant choisi de s'adresser à un public particulier. L'analyse des grilles de programmes et l'écoute de quelques émissions « phares » détermineront le rôle de celles-ci dans le développement du sentiment d'appartenance à la « communauté ». Car dans cet espace d'expression radiophonique sont évoqués, la richesse d'être porteuse d'identité des multiples, et la difficulté de la partager dans une société convaincue de son identité unique.

² *Africa N°1-Paris* qui est fait partie de notre corpus est une radio française que le CSA classe dans la catégorie C et lui donne la définition de « Radio communautaire africaine », car elle est détenue par la société française Africa Média SA. Elle est destinée, toujours selon le CSA, à l'actualité de l'Afrique à Paris, de ses communautés et de leur vie associative : des éléments qui seront développés dans notre communication (si elle est finalement retenue)

Silke Oldenburg
Université de Bayreuth

The « Off the Record »-Culture in Rwanda

Media, production of knowledge and figurations of power are highly interrelated. The role of the radio in the process of the Rwandan civil war (1990-1990), and particularly during the genocide (1994), is at the centre of numerous studies. Today, Rwanda's media landscape seems to be plural and a lot of achievements have been made. Nevertheless, the question to answer 'off-the-record' became a mantra of my anthropological fieldwork in Kigali (March to June 2013).

After the genocide, Rwanda faced challenges in all societal realms. The reconstruction of the state, the reestablishment of sovereignty, the provision of security and justice, unity and reconciliation present only some of the most important domains, which the political sector engaged in with a vision and also a hard hand. With its vision of future, Rwanda advanced quickly to be the 'donor darling' on the one hand while on the other hand investing foreign aid

efficiently according to its top-down-nature (Buckley-Zistel 2009). This boosted the economy unprecedentedly and implemented a technocratically 'good governance'.

In this scenario the media hold a significant position. The specific Rwandan context as well as the potential for criticism made the government extremely cautious. One of the biggest challenges is how to deal with the question of how to engage in media freedom while preventing hate speech. The recent shift from strict regulation of the Media to the now adopted self-regulatory organ, from censorship to journalistic self-censorship as articulation of social responsibility is only one example of a seemingly opening of Rwanda's media realm. Yet, despite a massive change in regulations, only very few critical voices can be heard which is reflected in the fact that a lot of journalists avoid covering the political realm, regarding it too risky to pronounce oneself.

What does this mean for processes of identity formation in Rwanda, a country that nearly 20 years after the genocide is still watching out for practices and imaginaries of unity? How does communication via the mass media influence perceptions of the self and the other, in general to what extent do they shape and reshape questions of belonging?

In my presentation, I want to focus on the interplay of media, knowledge management and forms of power and elaborate on their relation with the local population, resp. the media's audience. The paper is based on the idea that the analysis of how people talk or remain silent about politics, and how different actors, particularly the State, shape these voices, provides information about historical dynamics and the transformation of the state within the last 20 years. The question of transformation but also of the future of the Rwandan route to unity and reconciliation can be described and interpreted with the help of the media scenery.

This presentation is based on 3 months of qualitative research in Rwanda, including participant observation, qualitative interviews with stake holders, media practitioners and audience as well as a content-analysis of media policies and media products.

Lionel Picard

Université de Bourgogne – Centre Interlangues

Du rassemblement aux revendications territoriales : le rôle déterminant de la presse dans la vie des expulsés allemands

Lors de leur arrivée dans les zones d'occupation des Alliés à la fin de la Seconde Guerre mondiale, les Allemands expulsés des territoires de l'est n'ont pas le droit de se rassembler dans des associations. C'est seulement avec la création de la RFA en 1949 que l'existence de cette communauté riche de plusieurs millions de membres peut s'organiser. Sous l'impulsion des prêtres notamment, les bulletins paroissiaux sont les premiers médias utilisés pour contourner l'interdit entre 1945 et 1949. Par la suite, c'est une presse extrêmement riche et diverse qui se développe, s'adressant soit à tous les expulsés vivant dans une région donnée de RFA, soit à tous les lecteurs de RFA originaires d'une région très précise des territoires situés au-delà de la ligne Oder-Neisse. Les journaux reflètent la constitution d'une double identité des expulsés, partagés entre deux communautés : celle liée au passé et à leur ancienne région et celle rattachée au présent et à la région dans laquelle ils vivent. Alors que les expulsés sont répartis sur tout le territoire ouest-allemand (pour empêcher la création de ghettos et accélérer l'intégration dans le nouvel environnement), les journaux vont jouer un rôle décisif. Si chaque journal ne tire qu'à quelques milliers d'exemplaires, la somme de ces publications les apparente à un média de masse. Les journaux entretiennent les liens familiaux et sociaux datant d'avant 1945 et maintiennent ainsi vivant le sentiment d'appartenance à une communauté de destin. Par leurs différentes fonctions (informative : articles sur les prestations sociales pour les expulsés ; économique : publicités ciblées d'entreprises de l'est réinstallées à l'ouest ; sociale : annonces matrimoniales réservées aux expulsés d'une région) et surtout en tant que porte-voix des revendications politiques des expulsés, les journaux ont joué un rôle déterminant dans la vie des associations à une époque où les contacts interpersonnels étaient difficiles. Ils ont facilité l'intégration des expulsés dans leur nouvel environnement tout en entretenant la mémoire des territoires perdus.

Prenant comme principal objet d'étude un journal mensuel qui paraît depuis 1950 (*Grafschafter Bote*), cette communication se propose de rechercher comment les journaux des expulsés allemands ont permis l'émergence de l'identité particulière de cette communauté. L'analyse tant des articles de la rédaction que des nombreuses contributions des lecteurs montrera le développement de la conscience de l'appartenance à une communauté grâce à un journal. L'élargissement de la réflexion à d'autres publications montrera comment, à force de soutenir la revendication politique d'un retour dans les territoires, le segment particulier de la presse des expulsés s'est coupé petit à petit des grands médias accusés de renoncer trop facilement aux prétentions territoriales. Cultivant le sentiment d'appartenance à une communauté de destin que le reste de la population allemande ne pourrait pas comprendre, les journaux ont poussé leurs lecteurs vers l'isolement politique en refusant l'évolution géopolitique entraînée par l'Ostpolitik à partir de la fin des années 1960.

Katrien Pype

Universiy of Leuven - Institute for Anthropological Research in Africa

Dancing on the Rhythm of Leopoldville

Nostalgia, Urban Critique and Generational Difference in Kinshasa's TV Music Shows

Since the mid-2000s, television music shows such as *Bana Leo*, *Sentiment Lipopo*, and the like have become extremely popular in Kinshasa. Recorded in local nightclubs, the shows depict old people performing cha cha, merengue, bolero, rumba and other international dance styles on Congolese rumba music dating from the late colonial and early postcolonial period. Broadcast in prime time on Thursday and Friday evenings, and re-diffused during the weekends, these programs attract large audiences, among young and old.

Although explicitly oriented towards the past, these shows provoke comparisons between the “old” and current local music scenes. The host and the performers identify continuity and rupture, in particular regarding rhythm, dance forms and lyrics. They denounce the influence of foreign music styles (hip hop, zouk, coupé décalé) on present-day rumba production, and thus attempt to bring into being a space in which “good” and “real Kinois” music can be enjoyed, and where pride and decency can be expressed and performed.

Nostalgia is a recurrent theme both in the broadcasts as in the discourse about these shows as well. This nostalgia manifests a stringent critique on Kinshasa’s contemporary dominant popular culture (White 2008), orchestrated by youth and rebuked because of its obscenity (perceived by elders as such) and lack of creativity. In this paper, I will situate these TV shows within intergenerational tensions as these are played out in contemporary urban Africa (Alber et al. 2008, Gomez-Perez et LeBlanc 2012).

The material is based on 12 months of participant-observation with Kinshasa’s elderly inhabitants and the integration of Information and Communication Technologies in their lifeworlds. Main methods were conducting formal and informal interviews, observing the elderly, and, among others, dancing along with them.

Eugénie Saitta

Université Rennes 1 – CRAPE

Logiques de production et de représentation d'une identité de groupe
Le cas des médias produits par ou avec des minorités ethniques en Italie

Nous proposons d'analyser la question du rôle des médias dans la construction des identités politiques, notamment ethniques, au regard de la participation des minorités ethniques à l'espace journalistique. Nous souhaitons en effet examiner la « situation of ethnic minorities as active agents in media production » sur la base du constat que les « ethnic minorities are marginalized not only through media images but through their exclusion from full and equitable participation in media industries » (Husband, 1994, p. 14). Cette perspective nous place donc du côté de la sociologie de la production de l'information (Esser, 1998 ; Schudson, 1989 ; Tunstall, 1971) et permet de nous intéresser aux processus qui, en amont, aboutissent à l'élaboration des contenus médiatiques. Si la question de la participation se décline en deux dimensions — celle de l'accès aux médias dominants et celle de la création de médias par ou avec des minorités ethniques —, notre attention se centrera ici exclusivement sur ce second aspect.

Plus précisément, il apparaît crucial d'identifier les contours du groupe que constituent les producteurs de l'information afin de comprendre qui parle « au nom de ». En effet, ceux qui se font les porte-parole d'un groupe social sont rarement représentatifs de l'ensemble des composantes de ce groupe. Poser la question de la représentativité permet ainsi d'éviter un écueil, celui d'offrir une vision unifiante du groupe social et de négliger les enjeux et luttes de représentation qui sont à l'œuvre en son sein. Un premier axe d'analyse sera donc constitué par la mise au jour des processus de recrutement ou de sélection des producteurs de l'information dans les médias produits par ou avec des minorités ethniques.

Toutefois, élaborer une sociographie des producteurs de l'information ne suffit pas à comprendre l'ensemble des mécanismes qui conduisent à l'élaboration des représentations médiatiques. Dans le cas plus particulièrement des médias produits par ou avec des minorités ethniques, il serait naïf de penser que celles-ci seraient « intrinsically subversive of power structures » (Ong, Nonini, 1997, p. 326). Cette idée repose en effet sur deux présupposés fortement contestables. L'un consiste à croire que l'ethnicité serait leur première forme d'identification, comme si les appartenances étaient homogènes, stables et non problématiques. Divers auteurs (Husband, 1994, 2000, 2005 ; Cottle, 1998, 2000) ont notamment montré comment la revendication de professionnalisme pouvait se heurter à la logique de promotion d'un groupe ethnique. L'autre présupposé consiste à croire que les producteurs de l'information auraient assez d'autonomie pour élaborer de façon individuelle les contenus médiatiques, alors que le contexte dans lequel ils opèrent exerce de fortes contraintes sur leurs pratiques. Un deuxième axe sera donc constitué par l'analyse du rapport de force qui se joue entre différentes logiques (ethnique, professionnelle...) au sein de la rédaction des médias produits par ou avec des minorités ethniques et la façon dont ce rapport de force est façonné par le cadre de production (notamment par le cheminement décisionnel et la division du travail).

Notre hypothèse est que les minorités ethniques acquièrent un statut de « définisseur primaire » (Hall et al., 1978) au sein de ces « espaces publics partiels » (Dahlgren, 1995) que constituent les médias étudiés ici. Elles bénéficieraient ainsi, en tant que producteurs et/ou sources de l'information, d'un accès routinisé et préférentiel à ces espaces. De sorte qu'on assisterait à un renversement des inégalités structurelles qui existent entre les sources, le plus souvent au profit des sources institutionnelles (police, ministère de l'intérieur, personnel politique...) qui possèdent un ensemble de ressources leur permettant d'imposer leur vision d'un problème aux journalistes (tout en excluant d'autres interprétations) (Hall et al., 1978).

Cette communication s'appuie sur trois études de cas de médias « mixtes », dont les rédactions sont composées à la fois de minorités ethniques et de représentants de la population majoritaire. La première concerne Metropoli, supplément mensuel du quotidien national italien La Repubblica, créé en 2006 (il existait dès 2004 sous la forme d'un site Internet), consacré à l'immigration. La seconde

étude de cas concerne Yalla Italia, supplément mensuel de l'hebdomadaire d'obédience catholique Vita (diffusé par abonnement aux organisations du « Tiers Secteur »), créé en 2007 et transformé en site Internet en 2011, consacré aux jeunes d'origine arabe et/ou musulmans résidant en Italie. La troisième étude de cas concerne le groupe éditorial Stranieri in Italia, émanation de la filiale italienne du leader mondial dans le transfert d'argent, Western Union, créé en 2001 et publiant, entre autres, douze périodiques en langues étrangères (albanais, anglais, arabe, espagnol, français, polonais, portugais, punjabi, roumain, tagalog, ukrainien, urdu) consacrés à l'immigration. Nous présenterons les résultats d'une enquête de terrain s'appuyant sur une série d'entretiens semi-directifs réalisés avec des fondateurs, responsables éditoriaux, rédacteurs et collaborateurs réguliers de Metropoli (12)³, de Yalla Italia (7)⁴ et de Stranieri in Italia (5), visant à interroger ceux-ci sur leur trajectoire, leurs pratiques et leur cadre de travail.

³ Les entretiens menés à *Metropoli* sont complétés par l'analyse quantitative de deux mois de publications, soit 8 numéros.

⁴ Les entretiens menés à *Yalla Italia* sont complétés par une analyse statistique des notices biographiques de l'ensemble des collaborateurs réguliers et irréguliers du mensuel (45).

Les acteurs de l'espace communicationnel bruxellois : entre l'europpéen et le national

Le journalisme a été historiquement fortement ancré dans le national. Il a participé à l'émergence de communautés imaginaires nationalement définies (Anderson 1983). L'Union européenne ne suit pas les mêmes logiques que celles qui ont présidé à la création des Etats-nations. Elle est cependant amenée à entretenir des relations avec les médias dans un but de transparence et d'*advocacy* (Valentini, Nesti 2010). Facilitant l'ouverture à l'autre, l'UE pourrait devenir le cadre de recomposition des identités (Fligstein 2008, Deutsch 1953, Medrano 2010, Risse 2010). Les journalistes, à travers le contenu qu'ils produisent, peuvent contribuer à l'émergence d'une communauté transnationale européenne, caractérisée par un sentiment d'identification au projet intégrateur européen (Bruter 2003).

Ma contribution s'intéresse à l'interaction entre le niveau national et européen dans la production de l'information européenne. Ces deux niveaux de pouvoir se rencontrent, se mélangent ou entrent en conflit à Bruxelles. Ceci est dû à la nature hybride de l'Union qui oscille entre l'ordre supranational et intergouvernemental (Hooghe 2001). Il en découle une forte interdépendance entre les acteurs européens et nationaux habitant l'espace communicationnel bruxellois (Dacheux 2004).

Départager l'influence relative de différentes catégories d'acteurs intervenant dans la formulation d'une information européenne permet de mieux comprendre l'éventuelle transformation identitaire des publics. Si les acteurs nationaux monopolisent la parole sur les thématiques d'ordre européen, le contenu restera plural et fragmenté à travers l'Europe. Au contraire, si les journalistes prêtent leurs oreilles aux acteurs européens, on pourrait s'attendre à une convergence du discours médiatique, facilitant l'émergence d'une identité commune et l'identification croissante avec le projet européen.

Notre questionnement est divisé en deux parties correspondant à la problématique générale du colloque. Une étroite interdépendance se noue entre les journalistes et le milieu qui les entoure. Les journalistes subissent des pressions de certains communicateurs qui les instrumentalisent pour construire un discours sur l'Europe qui leur convient, mais ils sont aussi actifs, privilégiant certaines sources plutôt que d'autres. Être correspondant à Bruxelles signifie un arbitrage constant entre ces deux logiques. On s'interrogera donc d'une part sur les stratégies de communication des différents acteurs bruxellois (ce que P. Statham nomme les « source strategists », Statham 2006). Or, loin d'être passifs, les journalistes hiérarchisent, trient et sélectionnent l'information qui leur est présentée. On se penchera donc aussi sur la nature des acteurs qui sont pris en compte par les journalistes.

Notre but est donc d'identifier les acteurs les plus actifs à Bruxelles en matière de communication et les sources les plus prisées des journalistes et s'interroger sur les implications que ces choix puissent avoir sur l'émergence d'une identité européenne. Le papier se base sur une série d'entretiens semi-directifs avec les correspondants permanents des nouveaux États membres basés à Bruxelles. Ceux-ci ont été conduits dans le cadre d'une recherche doctorale portant sur la socialisation de ces journalistes au milieu bruxellois et leur éventuelle contribution à son renouvellement.

Ludivine Thouverez

Université de Poitiers

Cristina Perales Garcia

Université de Vic

La dispute identitaire espagnole et catalane à propos de l'interdiction des corridas

L'interdiction de la corrida, votée par le parlement autonome de Catalogne en juillet 2010, fut à l'origine d'une grande controverse en Espagne. Le débat, initialement centré sur la question de la défense des animaux, se transforma rapidement en conflit politique et identitaire dans lequel les pouvoirs centraux et périphériques (GUIBERNAU : 1996 ; CHUST : 2004) ; tout comme les médias, jouèrent un rôle fondamental.

Cet article analyse le discours argumentatif de quatre journaux de référence espagnols –*El País* et *El Mundo* pour le centre ; *La Vanguardia* et *El Punt/Avui* pour la périphérie- à propos de l'interdiction de la corrida, ainsi que la réaction de huit grands quotidiens européens –*Le Monde*, *Libération*, *Le Soir*, *La libre Belgique*, *The Guardian*, *The Daily Telegraph*, *The Economist* et *The Irish Times*- à la nouvelle.

Partant du postulat que les médias sont des acteurs politiques (HJARVARD: 2008) et que leurs actions déterminent l'évolution des conflits (BORRAT : 1989), nous démontrerons, grâce à la perspective de l'analyse critique du discours et la théorie de la médiatisation (CASTELLÓ : 2012 ; STRÖMBACK : 2011), que les journalistes de la presse écrite, loin de « refléter la réalité », contribuèrent à exacerber les tensions, en présentant cette interdiction tantôt comme un défi séparatiste à la nation espagnole, tantôt comme un moyen de renforcer la singularité identitaire catalane.

Pour révéler l'importance des médias dans les processus de construction des appartenances nationales ou communautaires, cet article analysera 143 pièces informatives publiées entre le 25 et le 31 juillet 2010, soit durant la période correspondant au débat, puis au vote parlementaire catalan. Cette communication s'inscrit dans le cadre du projet de recherche européen « La construction médiatique des conflits politiques et identitaires : études des discours et des narrations », dirigé par Enric Castelló de l'université Rovira i Virgili de Tarragone et financé par le ministère espagnol des Sciences et de l'innovation (ref. CSO2010-20047).

Gertjan Willems

Ghent University – CCMS

The production and reception of the film and television serial *The Lion of Flanders* (*De Leeuw van Vlaanderen*, 1984)

This paper focuses on the production and reception context of the 1984 film and television serial *The Lion of Flanders* (*De Leeuw van Vlaanderen*). This Flemish-Dutch coproduction is an audiovisual adaptation of Hendrik Conscience's romantic historical 1838 novel by the same name, arguably the most important literary work for the Flemish Movement and its symbolic and mythological repertory throughout the 19th and 20th century. Conceived as a memorial celebration of the one hundredth anniversary of the death of Conscience, the audiovisual adaptation was set up by the production company Kunst en Kino and its producer Jean or Jan Van Raemdonck, in collaboration with the Flemish public television BRT, whose general manager, Paul Vandebussche, was one of the project's biggest supporters. The BRT and Van Raemdonck subsequently convinced the Dutch public television broadcaster KRO to participate in the most expensive (more or less 80 million Belgian francs) spectacle production in the audiovisual history of the Low Countries at the time. Also the Flemish Community participated in this prestige project, in spite of a negative recommendation from the Flemish selection commission, who feared a romantic and Flemish-nationalist production. In their desire for fidelity towards Conscience's novel, the producers indeed seemed to drive at such an outcome. Consequently, the disputed appointment of the controversial and critical literary figure Hugo Claus as a director was accompanied by the creation of special control bodies through which the producers maintained the power over the production. Although Claus succeeded to introduce a few critical and ironic elements, the producers' grip led to a dominantly romantic and 'faithful' adaptation of *The Lion of Flanders*. The second part of this paper comprises of a qualitative reception analysis of the audiovisual adaptation in the Flemish, francophone Belgian and Dutch press at the time of the release of the film and television serial. Thereby, special attention is being paid to the sensitivity of the Flemish-nationalist connotations of the production. Whereas the francophone Belgian press heavily criticized the film for its perceived Flemish-nationalist propagandistic character, the Flemish press largely ignored this issue and preferred to criticize the film for its poor technical and artistic qualities. Only a small Flemish-nationalist strand within the Flemish press tackled this question and saw, contrary to the francophone press, *The Lion of Flanders* as insulting for its ideological beliefs.