

Conclusions

Marie-Soleil Frère¹

Marc Lits²

Depuis l'émergence des médias de masse, il est apparu évident que les représentations qu'ils véhiculent contribuent à la construction des sentiments d'identité individuels ou collectifs des publics qui les consomment. A côté des autres espaces et instances de socialisation que sont, entre autres, la famille, l'école, les lieux de culte, le milieu professionnel, les diffuseurs d'information et de divertissement font circuler des discours, des images et des pratiques qui ont un impact sur les sentiments d'appartenance des récepteurs.

L'apparition des médias modernes ayant été concomitante de celle de l'Etat-nation et du nationalisme, c'est souvent sous le prisme de l'importance des médias dans la constitution du sentiment national que cette relation entre médias et identités a été analysée (Anderson, 1983). Et, depuis la Seconde Guerre mondiale, ce lien a surtout été souligné dans des contextes de conflit, l'histoire ayant fourni plusieurs occasions de constater comment, en Allemagne, en Serbie ou au Rwanda, des médias pouvaient servir des stratégies identitaires conduisant à engendrer des crimes contre l'humanité (Sémelin, 2005).

Les différents articles qui composent ce dossier mettent clairement en avant l'hypothèse d'un rôle déterminant des médias dans la défense d'identités locales ou régionales, particulièrement pour des minorités ethniques amenées, dans des contextes souvent conflictuels, à se retrouver autour de valeurs communes que leurs médias de référence vont contribuer à entretenir. Cette fonction de défense des valeurs et convictions d'un groupe d'individus dont le média serait en quelque sorte le catalyseur est intéressante à relever, au moment où la crise de la presse écrite semble annoncer la fin des médias régionaux (parce que la taille de leur lectorat ne les rend plus viables économiquement et les entraîne à intégrer des groupes plus larges dont ils deviennent une filiale avec une autonomie rédactionnelle restreinte) et le succès de médias plus prudents en matière d'engagement politique ou idéologique, dans la mesure où ils doivent toucher des publics plus hétérogènes. Car il ne suffit pas de garder des éditoriaux distincts ni même un traitement spécifique des enjeux socio-politiques pour prétendre à la sauvegarde d'une identité locale. Lorsque sont traités en commun des domaines populaires comme les faits divers, les pages TV ou l'information spor-

1 ReSic – Université libre de Bruxelles.

2 ORM – Université catholique de Louvain.

tive, n'est-ce pas d'érosion culturelle dont il faut parler et donc d'un secret rabotage de la pluralité démocratique ? Il ne semble pourtant pas subsister d'alternative pour les éditeurs de plus en plus contraints à tenter d'élargir leur marché, à développer des synergies tout en proposant de nouveaux produits et en réduisant les coûts. Et cela à un moment aussi où la presse papier semble abandonner son rôle de marqueur identitaire au profit de quelques sites internet où des niches existent pour des minorités qui peuvent s'y retrouver à moindre coût, et en sortant d'un regroupement par aire géographique au profit de logiques diasporiques sans lien avec un territoire marqué.

Aujourd'hui, les médias privés ne se sentent guère responsables de la défense d'une identité nationale ou régionale, et la presse écrite comme audiovisuelle est de moins en moins un lieu où se construit un véritable débat public, on peut dès lors s'interroger sur le rôle encore joué par les médias dans la construction identitaire d'une région ou d'une communauté en quête de repères et de reconnaissance. Mais des exceptions subsistent comme le *Grenz Echo* belge qui vend quotidiennement 10.000 exemplaires en allemand auprès de la communauté germanophone du pays, alors que celle-ci ne compte que 80.000 habitants.

Si l'on regarde le cas de la Belgique, à côté des quotidiens dits « nationaux », les quotidiens régionaux continuent à se défendre, mais moins en développant une politique liée à la région dans son ensemble qu'en mettant en avant les sous-régions où ils sont bien implantés, via leurs éditions locales nombreuses. Ils privilégient une information de proximité, et les lecteurs y cherchent un reflet des petits faits de leur environnement immédiat plutôt qu'une mise en perspective d'un projet plus attaché à la région dans son ensemble. Les quotidiens ne se sentent pas tenus de jouer les porte-parole d'une identité francophone partagée par une part majeure de la population. Ni la radio, ni la télévision, ni la presse écrite ne semblent donc porter, de manière forte et engagée, un projet pour la communauté francophone, en phase avec l'opinion publique et avec les responsables politiques.

Mais il est vrai que beaucoup des articles présentés dans ce dossier portent sur des événements anciens qui couvrent l'ensemble du XXe siècle, et témoignent surtout d'un modèle qui tend à perdre de sa force. Et c'est donc comme un moment particulier, et peut-être en voie de disparition, de l'histoire des médias qu'il faut lire ces analyses.

Par ailleurs, le regard porté sur les identités s'est aussi beaucoup diversifié et nuancé ces dernières décennies, de nombreux auteurs se démarquant d'une perspective déterministe où les identités individuelles sont considérées comme formatées par les structures sociales, pour insister sur la malléabilité, la fluidité et les multiples facettes des identités contemporaines (Lahire, 1998 ; Maalouf 1998), alors que l'impact des médias sur les comportements et attitudes des publics est également relativisé. La réflexion sur les identités a pénétré largement le champ de la psychologie sociale, de la philosophie ou des sciences politiques, mais le lien avec les médias n'a été réfléchi que de manière ponctuelle, généralement à travers des études de cas centrées sur des con-

textes et des contenus particuliers. Si le lien complexe entre, d'une part, les médias, les discours et images qu'ils propagent, et, d'autre part, les identités nationales, communautaires, ethniques, religieuses ou de genre a déjà donné lieu à de multiples réflexions, ces dernières étaient généralement menées au sein d'un même champ disciplinaire, entre politistes, entre historiens, entre chercheurs en sciences de l'information et de la communication, voire entre psychologues sociaux. Pourtant, la compréhension de tels phénomènes nécessite une approche fondamentalement interdisciplinaire, ne se limitant ni à de l'analyse de discours, ni à un décryptage des rapports de forces politiques, militaires ou économiques qui président à leur émergence.

Les contributions de ce numéro montrent comment, dans divers espaces, à différentes époques et pour des groupes sociaux distincts, les médias de masse (essentiellement presse écrite et télévision) ont véhiculé des discours et des images qui peuvent être au centre des constructions identitaires. Mais elles montrent également comment différentes disciplines, de l'histoire aux sciences politiques en passant par la psychologie sociale et l'analyse critique de discours, peuvent s'emparer de cette question. La lecture de cet ensemble de textes conduit à dégager une série de constats qui ne sont sans doute pas neufs, mais que leur juxtaposition rend particulièrement stimulants pour la réflexion.

D'abord, certaines contributions rappellent que le discours médiatique reflète le caractère pluriel des identités. Ainsi, les médias véhiculent des repères importants pour des communautés minoritaires ou périphériques, à la fois en représentant leur intégration dans des ensembles plus vastes, et en insistant sur les spécificités du groupe. C'est le cas des deux journaux étudiés par Eneko Bidegain et Heidi Knörzner, ayant contribué à consolider l'identité des Basques de France durant la Première Guerre mondiale, d'une part, et celle des Juifs d'Allemagne au XIXe siècle, d'autre part. Dans les deux cas, les journaux analysés ont contribué à relier la communauté destinataire à un ensemble national plus large, en essayant de faire coexister différents niveaux d'appartenances.

En particulier, les communautés de migrants, les diasporas, les exilés, traversent des bouleversements identitaires dans lesquels se conjuguent la préservation de la mémoire des lieux quittés et la nécessaire adaptation à un nouvel environnement. Pour certaines communautés, comme les Allemands de l'Est expulsés vers la RFA après la Seconde Guerre mondiale, qu'étudie Lionel Picard, le développement de médias traitant de la communauté d'origine constitue un refuge dans un contexte de déracinement. Clairement, dans ce cas, « les médias identitaires sont des instruments de survie pour des cultures menacées » (Dayan, 1997 : p. 94). Mais pour d'autres migrants, comme ceux actifs dans les médias dits « de minorités ethniques » (Rigoni, 2010) approchés par Eugénie Saitta, la participation à la production d'information remplit une toute autre fonction : elle devient une occasion d'échange et de collaboration avec des ressortissants d'autres groupes, tout en favorisant éventuellement le détachement par

rapport aux appartenances personnelles au nom de la pratique d'un journalisme « professionnel » neutre et partagé par tous.

Si ces quatre textes portent sur des expériences médiatiques qui peuvent être qualifiées de « communautaires », car s'adressant à un groupe restreint auquel appartiennent les animateurs du média, les autres contributions abordent la question plus large de la couverture des questions identitaires par des grands médias d'information générale. La perspective est inversée : il s'agit de voir comment les médias majoritaires représentent l'Autre. Cet Autre peut être un étranger venu de l'extérieur de l'espace national, comme le montre Lise Jacquez avec son étude du traitement par la presse française des expulsions de sans-papiers. Elle y souligne comment les journaux « participent potentiellement à la redéfinition des normes d'exclusion ou d'inclusion qui régissent l'espace national. » Mais l'Autre peut aussi surgir à l'intérieur du pays, comme les Tsiganes en Roumanie, dont Jonathan Larcher étudie les différentes figurations dans les émissions et les séries de la télévision roumaine, identifiant les matrices de ces représentations.

Et c'est là un second constat qui émerge à la lecture des différents textes : dans les médias communautaires ou ceux de plus large diffusion, la construction identitaire semble toujours s'adosser à une altérité : l'identité du *nous*, dans le discours médiatique, s'élabore en regard d'un *eux* et l'émergence d'un *eux*, identifié par les médias, renforce le *nous* du groupe social majoritaire (Hooghe et Sinardet, 2009).

C'est l'hypothèse qu'émettent Nicolas Vanderlinden, Olivier Klein, Zacharia Bady et Assaad Azzi, analysant la propension des médias à mentionner l'appartenance ethnique des auteurs de faits criminels, se penchant en particulier sur le cas du meurtre d'un adolescent qui avait ému la Belgique en 2006. Les auteurs voient dans cette pratique récurrente (Lits & Desterbecq, 2006) la résultante de la forte concurrence entre organes de presse et de la logique commerciale qui préside à leurs choix éditoriaux, soucieux de satisfaire la majorité dominante et ses attentes.

C'est sans doute le même phénomène qui explique le positionnement de la presse espagnole et catalane face à l'interdiction de la corrida votée par le parlement autonome de Catalogne en 2010 et qui a fait émerger un débat identitaire. Ludivine Thouverez montre comment les différents journaux ont utilisé le conflit pour réaffirmer leurs propres sympathies identitaires et insister sur les différences qui les séparent de l'autre groupe, sans jamais laisser de place aux positions médianes dont les nuances sont diverses. La propension des médias d'information à privilégier les situations conflictuelles (ou l'analyse des situations par la grille de lecture du conflit) les amènerait à souligner de manière systématique les antagonismes, à mettre l'accent sur ce qui divise et non sur ce qui rapproche. « Les médias soulignent la différence face à l'égalité, ce qui est disputé face à ce qui est partagé » (Sampedro Blanco, 2004 : 343). D'où l'attrait des explications simplistes qui réduisent tous les conflits de la planète à un « clash de civilisation ». Il y aurait là une troisième constante : un attrait des mé-

dias pour une conflictualité ramenée, pour des raisons de facilité imposées par les formats, à des équations identitaires.

Si on peut estimer que les médias jouent sciemment sur la fibre identitaire, pour des raisons de stratégie commerciale, il n'en reste pas moins qu'ils sont eux-mêmes toujours culturellement et politiquement situés : en diffusant de l'information et du divertissement, les médias transportent inévitablement une langue, une culture, voire une idéologie. Cette dernière peut être diversement reçue, lue et interprétée par le public, ce qui constitue un quatrième axe d'analyse possible. C'est sur ces divergences d'interprétation que revient Gertjan Willems dont la contribution traite du film *Le Lion des Flandres*, adaptation d'un roman historique qui occupe une place centrale dans le nationalisme flamand et une des plus coûteuses productions cinématographiques belges. La façon dont la culture et l'identité nationales y sont représentées a généré des débats qui révèlent bien des ambiguïtés dans la production, mais aussi la réception d'un discours nationaliste.

La médiatisation des identités renvoie donc à des contextes économiques, politiques, historiques, sociologiques, techniques et culturels de production. L'impact du discours identitaire reste toutefois difficile à cerner, d'autant plus dans un environnement de mondialisation où les opérateurs médiatiques sont de plus en plus déterritorialisés et où l'information circule de façon presque instantanée, véhiculant, à l'échelle du globe, des modèles culturels extrêmement diversifiés. Les contributions présentées dans ce numéro n'abordent pas les mutations communicationnelles nées de la présence aujourd'hui massive des technologies de l'information, en particulier de l'Internet qui transforme profondément les pratiques de consommation médiatique, mais aussi le discours médiatique lui-même. Sans doute cette problématique ouvre-t-elle un nouveau champ d'investigation. Pour Serge Proulx (2003 : 361), « les assises identitaires du sujet humain communicant en tant que récepteur et créateur culturels sont en train de se recomposer. »

Mais il serait excessif de croire que la suprématie des médias et d'Internet dans notre société dite post-moderne entraînerait pour autant la fin des débats politiques et des affirmations identitaires locales. Nous pouvons en cela suivre Georges Balandier qui, dans *Le pouvoir sur scènes*, refuse de croire à la fin du politique :

« Selon certains, le politique s'est totalement dissous dans le médiatique ; ce serait donc la fin du politique [...] et, parallèlement, s'accomplirait sous les effets de la surmodernité la fin du social, l'effacement des relations structurées et des groupements établis dans la durée. [...] Selon d'autres, au contraire, la télévision publique permet l'avènement de la « démocratie de masse ». [...] Chacune de ces théories opposées pratique l'oubli d'une donnée permanente : le politique ne disparaît pas, il change de forme ; il ne disparaît pas parce qu'il est indissociable du tragique toujours présent, en tout temps, dans toutes les sociétés » (Balandier, 1992 : p. 169).

Mais peut-être faut-il admettre que les médias traditionnels n'ont plus pour fonction première, aujourd'hui, de contribuer à la construction d'identités régionales (ou communautaires, ou nationales, ou européennes). Il faudrait dès lors réinterroger les

échanges qui se réinventent au sein d'un système démocratique qui s'organise dans une négociation permanente entre les trois partenaires du triangle : les élus politiques, les rédactions des médias, les citoyens (à choisir selon une représentativité à définir, à partir du moment où les partis classiques sont concurrencés par l'émergence de mouvements moins structurés, moins inscrits dans des logiques institutionnelles traditionnelles).

L'image de la politique est aujourd'hui brouillée, souvent perçue de manière négative, et en tout cas plurielle. Les dossiers politiques sont jugés complexes, le clivage entre les citoyens et leurs représentants est de plus en plus marqué. Il s'agit donc de repenser l'ensemble du dispositif médiatique et la manière d'y faire entendre la voix de tous les groupes composant une collectivité plus éclatée que jamais, et où les enjeux politiques ne sont plus portés par les seuls partis politiques. Le sujet est complexe, mais il est à l'image d'un système démocratique en profonde transformation. Et c'est à la manière dont tous les acteurs déjà cités y apporteront une réponse reçue par l'ensemble des citoyens (qui sera pour partie mesurable par l'impact de ces sujets médiatisés dans le débat public) qu'on pourra juger de l'intégration des médias dans ce système et de leur rôle d'acteur politique, au sens fort du terme.

Derrière cette affirmation s'ouvre évidemment le champ d'investigation de la réception, peu abordée dans ce dossier, et dès lors l'espace possible pour l'organisation d'un autre colloque et, ensuite, d'un autre numéro thématique d'*Emulations*.

Bibliographie

- ANDERSON B. (1983) : *Imagined communities. Reflections on the origins and spread of nationalism*, Londres : Verso.
- BALANDIER G. (1992) : *Le pouvoir sur scènes*, Paris : Balland.
- DAYAN D. (1997) : « Médias et diasporas », *Les cahiers de médiologie* 1/3, pp. 91-97.
- HOOGE M. et SINARDET D. (2009) : *Is Democracy viable without a unified public opinion? The Swiss experience and the Belgian case*, e-book <http://www.rethinkingbelgium.eu/rebel-initiative-ebooks/ebook-3-democracy-without-unified-public-opinion>.
- LAHIRE B. (1998) : *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris : Nathan.
- LITS M. et DESTERBECQ J. (2006) : *La représentation des minorités allochtones dans les médias belges*, Bruxelles : Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme.
- MAALOUF A. (1998) : *Les identités meurtrières*, Paris : Grasset.
- PROULX S. (2003) : « Le Québec à l'ère des réseaux numériques : l'explosion de la problématique identitaire ? », in B. MIEGE et G. TREMBLAY (éds), 2001. *Bogues*.

Globalisme et pluralisme (tome 1). TIC et société, Québec : Presses de l'Université Laval, pp. 360-371.

RIGONI I. (2010), « Editorial. Les médias des minorités ethniques. Représenter l'identité collective sur la scène publique », *Revue européenne des migrations internationales*, 26/1, pp.7-16.

SAMPEDRO BLANCO V. (2004) : « Identités médiatiques et identifications médiatisées. Visibilité et reconnaissance identitaire aux médias », *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 66-67, pp. 335-350.

SEMELIN J. (2005) : *Purifier et détruire. Usages politiques des massacres et génocides*, Paris : Le Seuil.