

Logiques de production et de représentation d'une identité de groupe

Le cas des médias produits par ou avec des minorités ethniques en Italie

Eugénie Saitta¹

[Résumé] Si les représentations des migrants dans les médias italiens ont été l'objet de nombreuses études ayant montré que leur image est négative et fondée sur des lieux communs, que leur visibilité dans les productions journalistiques est faible, et que les médias tendent à ignorer les inégalités structurelles et le racisme quotidien auquel ils doivent faire face, on ne sait que peu de choses sur ce qui conduit les médias à fabriquer de tels discours sur l'immigration. C'est sur cette phase pendant laquelle les contenus médiatiques sont élaborés que l'article porte son attention. Centré sur les processus de production de l'information dans des médias produits par ou avec des minorités ethniques en Italie, il met en lumière les logiques qui président à l'élaboration et à la représentation d'une identité de groupe.

Mots-clés : Médias, journalisme, information, minorités ethniques, migrations, Italie.

[Abstract] Several studies about representations of immigration in the Italian media have shown that migrants image is negative and based on common-sense, that their visibility in media productions is low, and that the media tend to ignore the structural inequalities and daily racism that they experience. However few things are known about what leads the media to produce such images of immigration. In this context, the paper sheds light on the stage where media contents are elaborated. More precisely, it focuses on the news production process within media which are produced by or with ethnic minorities in Italy and highlights the mechanisms that lead to the elaboration and representation of a group identity.

Keywords: media, journalism, news, ethnic minorities, migrations, Italy.

Introduction

Cet article propose d'analyser la question du rôle des médias dans la construction des identités politiques, notamment ethniques, en tenant compte de la participation des minorités ethniques à l'espace journalistique. En déplaçant la focale d'analyse des représentations des minorités ethniques dans les médias à leur participation à la production des médias, cette perspective permet de ne pas se borner à la seule question

¹ Université Rennes 1. Centre de recherche sur l'action politique en Europe (CRAPE).

des discours mais de s'intéresser aussi aux processus qui, en amont, ont abouti à l'élaboration de ces contenus médiatiques. Elle nous place donc du côté de la sociologie de la production de l'information (Esser, 1998 ; Schudson, 1989 ; Tunstall, 1971) et nous invite à porter une attention particulière à « *the important forces that both condition and constrain, as well as facilitate and enable, ethnic minority media involvement in the production of representations* », afin de mettre en lumière « *the complexities "at work"* » (Cottle, 2000, p. 16). Notre attention se portera en particulier sur les médias produits par ou avec des minorités ethniques dans le cas de l'Italie.

A cette fin, il apparaît tout d'abord nécessaire d'identifier les contours du groupe des producteurs de l'information afin de comprendre qui parle « au nom de » et par quels mécanismes certains parviennent à cette position. En effet, ceux qui se font les porte-parole d'un groupe social sont rarement représentatifs de l'ensemble des composantes de celui-ci. Poser la question de la représentativité permet d'éviter un écueil, celui d'offrir une vision unifiante du groupe et de négliger les enjeux et luttes de représentation qui sont à l'œuvre en son sein. L'analyse cherchera ainsi à mettre en évidence les processus de recrutement ou de sélection des producteurs de l'information dans les médias produits par ou avec des minorités ethniques.

Toutefois, réaliser 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 particulier des médias produits par ou avec des minorités ethniques, il serait naïf de penser que celles-ci sont naturellement portées à subvertir les rapports de pouvoir existants. Cette idée repose en effet sur deux présupposés fortement contestables. L'un consiste à croire que l'ethnicité est 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'une communauté, à l'instar des « *ethnic minority journalists* » de la BBC étudiés par Cottle (1998, 2000) qui, pris dans une revendication de professionnalisme, une quête de reconnaissance par leurs pairs et des principes d'avancement de carrière, n'adhèrent pas au modèle du « *burden of representation* », qui désigne à l'origine la logique de valorisation du groupe d'appartenance s'imposant aux réalisateurs de cinéma Black dans un contexte de pénurie des productions cinématographiques. L'analyse cherchera ainsi à éclairer les logiques d'identification activées par les producteurs de l'information et la façon dont elles influencent leurs pratiques de travail mais aussi leurs représentations et discours sur l'immigration et son traitement médiatique.

L'autre présupposé consiste à croire que les producteurs de l'information ont 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. Dans le cas plus particulier des journaux produits par ou avec des minorités ethniques, la co-présence d'individus disposant de statuts différents au sein des médias,

qui recourent en partie des appartenances ethniques (ou construites comme telles), pose en effet la question des rapports de pouvoir. L'analyse portera ainsi une attention particulière au cheminement décisionnel et à la division verticale et horizontale du travail, de façon à évaluer la marge de manœuvre des producteurs de l'information.

Afin de saisir les logiques qui sous-tendent les discours de médias produits par ou avec des minorités ethniques, nous analyserons le cas de médias de ce type en Italie et nous nous intéresserons tout d'abord aux frontières du groupe des producteurs de l'information, puis à leur capacité d'influence dans les processus décisionnels, et enfin aux formes et registres d'expression auxquels ils ont accès.

1. Des médias « mixtes »

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)², de *Yalla Italia* (7)³ et de *Stranieri in Italia* (5) visant à identifier leur trajectoire, leurs pratiques et leur cadre de travail. Les trois médias analysés en Italie possèdent des rédactions « mixtes », composées à la fois de minorités ethniques et de représentants de la population majoritaire⁴. Le mensuel *Yalla Italia*, dont le premier numéro a paru en mai 2007, est consacré aux jeunes d'origine arabe et/ou musulmans résidant en Italie. Il est publié comme supplément gratuit de *Vita*, hebdomadaire d'obédience catholique s'adressant au « tiers secteur » (associations, ONG, monde du bénévolat, etc.), distribué par abonnement et diffusé à environ 40 000 exemplaires. Durant l'été 2011, *Yalla Italia* est transformé en un site Web (yallaitalia.it). Le groupe éditorial *Stranieri in Italia*, créé en 2003, est une émanation de la filiale italienne du leader mondial actif dans le transfert d'argent, Western Union. Il produit notamment douze journaux en langues étrangères (albainais, anglais, arabe, espagnol, français, polonais, portugais, punjabi, roumain, tagalog, ukrainien, urdu).. Distribués pour la plupart gratuitement, leur diffusion varie de

2 Les entretiens menés à *Metropoli* sont complétés par l'analyse quantitative de deux mois de publications, soit huit numéros publiés du 27 janvier au 16 mars 2008.

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

4 Pour une analyse détaillée de chaque terrain, cf. : Saitta Eugénie, « Les médias de minorités ethniques en Italie : rupture et continuité avec les discours dominants. Une analyse comparée de *Yalla Italia* et *Stranieri in Italia* », in Mattelart Tristan, *Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen*, Editions Mare et Martin, coll. Mediaticritic, à paraître ; Saitta Eugénie, « Les modalités d'exercice de la parole publique par des groupes issus de l'immigration. Le cas du supplément Immigration de la *Repubblica* », in Daghmi Fathallah, *Constructions identitaires : offres et usages médiatiques*, à paraître.

7 000 copies par mois à 10 000 par semaine. L'hebdomadaire *Metropoli* est publié pour la première fois en janvier 2006, comme supplément dominical du quotidien national la *Repubblica* consacré à l'immigration. Il prend la suite du site *Web ilpassaporto.it*⁵ lancé fin 2004 par le groupe éditorial *L'Espresso*⁶ comme ballon d'essai. À la rentrée 2008, sa publication est arrêtée au motif officiel d'une absence de rentabilité économique.

TABLEAU 1 POSITIONNEMENT COMPARE DE *YALLA ITALIA*, DE *STRANIERI IN ITALIA* ET DE *METROPOLI*

	Mensuel <i>Yalla Italia</i>	Groupe éditorial <i>Stranieri in Italia</i>	Hebdomadaire <i>Metropoli</i>
Publics	Population majoritaire	Groupes immigrés résidant en Italie	Population majoritaire et groupes immigrés résidant en Italie
Objectifs	Lutte contre les stéréotypes	Information de service	Information de service et lutte contre les stéréotypes
Langue	italien	langues étrangères	italien
Organisation interne	« Mixte » (Population majoritaire et minorités ethniques)	« Mixte » (Population majoritaire et minorités ethniques)	« Mixte » (Population majoritaire et minorités ethniques)
Financement	Soutien économique et logistique du magazine hôte. Peu de recettes publicitaires. Pas d'aides publiques.	Publicité. Ventes au numéro et abonnements. Pas d'aides publiques	Publicité. Ventes au numéro et abonnements. Aides publiques perçues par le journal hôte.

2. Les frontières du groupe

En premier lieu, l'analyse sociographique des producteurs de l'information et de leurs logiques d'identification permet de dessiner les contours du groupe, d'identifier les inclus et les exclus, d'interroger la cohérence interne de celui-ci et ses éventuelles lignes de division. Il s'agit de s'intéresser aux processus de sélection ou de recrutement des producteurs de l'information.

⁵ *i.e* le passeport.

⁶ Il possède, entre autres, le quotidien la *Repubblica*, l'hebdomadaire *L'Espresso* ou encore le portail Internet *Kataweb*.

2.1. Critères explicites de sélection

Un premier élément qui contribue à définir les frontières du groupe est constitué par le recours à des critères explicites, par exemple générationnels, ethniques et religieux à *Yalla Italia*, ou bien ethniques et professionnels à *Stranieri in Italia* et à *Metropoli*, pour sélectionner ceux qui contribueront au journal. Dans le premier cas, les collaborateurs doivent être à la fois d'origine arabe, musulmans et jeunes ; dans le second, les rédacteurs en chef des publications en langues étrangères de *Stranieri in Italia* doivent avoir une compétence journalistique consolidée et être issus du groupe de migrants auquel s'adresse la publication qu'ils dirigent ; dans le troisième, les collaborateurs de *Metropoli* doivent avoir une formation ou une expérience journalistique antérieure (un recrutement à proprement parler a lieu sur la base d'un entretien et d'une mise à l'épreuve) et représenter leur « communauté », l'ambition étant d'accéder à une exhaustivité selon laquelle chaque groupe de migrants présent en Italie serait représenté par un collaborateur du journal issu de ce même groupe.

2.2. Implicites

Cependant, s'ils sont revendiqués par les responsables éditoriaux des publications étudiées et présentés comme étant univoques, ces critères sont souvent basés sur des implicites. L'attention doit donc se porter sur ces doubles discours. Par exemple, à *Yalla Italia*, le critère affiché qui veut que seuls les jeunes de « seconde génération » sont recrutés se heurte à la réalité de la composition du groupe des collaborateurs qui comprend à la fois des enfants d'immigrés, des enfants de couples « mixtes » et des immigrés de « première génération ». La notion de « seconde génération » telle qu'elle est mobilisée par les fondateurs du journal fait implicitement référence à l'idée d'intégration : lors des entretiens, l'un passe de l'expression « seconde génération » à celle de « bien intégré » comme si les deux étaient synonymes ; l'autre développe une théorie sur la différence entre les parents et les enfants et l'impossible ou le difficile dialogue avec les « premières générations ». A *Metropoli*, un collaborateur soupçonne d'avoir été recruté « à cause de [s]on nom étranger⁷ », alors que, né d'un père somalien et d'une mère italienne, il possède la nationalité italienne et n'a jamais vécu de parcours migratoire. Il déclare ainsi en riant « ne rien connaître de la Somalie⁸ ». A *Stranieri in Italia*, le professionnalisme des rédacteurs en chef est présenté comme un critère pour garantir la neutralité des contenus journalistiques mais il remplit avant tout un objectif commercial, celui de parler au plus grand nombre en n'affichant pas

7 Collaborateur de *Metropoli* (Entretien, 26 février 2010).

8 *Idem*.

d'avis tranché. En outre, les caractéristiques de certains rédacteurs en chef vont à l'encontre d'un profil « non idéologisé⁹ » ou « au-dessus de tout soupçon¹⁰ » revendiqué par l'un des deux propriétaires du groupe éditorial puisqu'ils ont un engagement associatif et politique, à l'instar de ceux qui dirigent la publication à destination des populations arabophones, qui se font les défenseurs d'un islam « modéré ».

2.3. Mise en œuvre

En outre, s'ils sont présentés comme étant impératifs et non négociables, ces critères font pourtant l'objet d'une mise en œuvre parfois floue. Si les collaborateurs de *Yalla Italia* « doivent être d'origine arabe » comme l'affirme avec force et à plusieurs reprises l'un des fondateurs¹¹, qui souhaite que l'ensemble des collaborateurs représente chacun des pays arabes, on relève une oscillation dans son discours. Il aspire en effet également à ce qu'au sein de la rédaction soient représentés tous les pays de confession musulmane. C'est ainsi que des contributeurs d'origine iranienne, indienne et pakistanaise participent au journal. Ces ambiguïtés et imprécisions dans la définition des pays concernés sont à la fois liées à des implicites (qu'entend-on par « pays arabe » ou encore par « pays de confession musulmane » ?) et à un fonctionnement souple de la sélection des collaborateurs, qui ne s'appuie pas sur une véritable politique de recrutement : l'accroissement du groupe est avant tout lié aux candidatures « spontanées », de sorte que la délimitation de celui-ci varie aussi au gré des « opportunités » et que se voient intégrés des profils non prévus au départ.

2.4. Sélection « de fait »

À cette sélection « volontaire » s'ajoute une sélection « de fait » qui contribue aussi à forger les limites du groupe. Ainsi, le niveau de professionnalisation des collaborateurs issus de l'immigration de *Metropoli* ou encore l'important capital culturel dont sont détenteurs les collaborateurs de *Yalla Italia* peuvent être considérés comme la résultante des contraintes de production de l'information dans le média. A *Metropoli*, la maîtrise de la langue italienne a joué dans la stabilisation des collaborations ; et plus encore, la maîtrise de l'écriture journalistique selon les canons de la profession en Italie. De même, les collaborateurs ont dû se plier aux procédures organisationnelles propres au journalisme dominant : respecter la « deadline », accepter l'organisation hiérarchique et le contrôle de la copie, répondre à la « commande », en

9 Propriétaire du groupe éditorial *Stranieri in Italia* (Entretien, 22-23 juillet 2011).

10 *Idem*.

11 Rédacteur en chef de *Yalla Italia* (Entretien, 9 juin 2011).

somme adhérer aux règles du jeu de l'entreprise de presse. A *Yalla Italia*, au-delà de la nécessité de maîtriser suffisamment l'italien pour pouvoir rédiger des articles, il s'agit de mettre en œuvre toute une série de compétences (sans parler de compétences journalistiques à proprement parler) requises par le cadre de travail. Par exemple, la façon dont les thèmes de chacun des numéros vont se décliner en divers articles fait l'objet d'une discussion collective et de propositions de la part des collaborateurs, ce qui implique pour ces derniers d'avoir une certaine familiarité avec le débat d'idées, une aisance pour la prise de parole en groupe et une capacité d'initiative.

2.5. Logiques d'identification multiples

Dans chacune des publications étudiées, les profils des producteurs de l'information présentent *a priori* une certaine homogénéité : élite culturelle, figures d'une « intégration réussie » et / ou contributeurs professionnalisés. Cependant, de multiples logiques d'identification sont repérables, parmi les producteurs de l'information. Celles-ci résultent des différents mécanismes qui définissent les frontières du groupe, du processus de sélection des rédacteurs qui s'opère de façon floue et incohérente, et des visions stéréotypées qui guident parfois cette sélection. Ces multiples logiques d'identification ont des effets sur les pratiques de travail et sur la façon dont les rédacteurs envisagent la ligne éditoriale. Pour reprendre la trilogie de Hirschman (1995), trois types de postures se dessinent parmi les individus interrogés lors de l'enquête : une posture de *loyalty* ou d'adhésion aux contenus produits par le média, à l'image de cette collaboratrice de *Metropoli* animée avant tout par une vocation journalistique ayant guidé ses orientations universitaires et qui embrasse les valeurs de professionnalisme promues par la hiérarchie du journal ; une posture de *voice* ou de critique plus ou moins forte à l'égard de la ligne éditoriale, à l'instar de ces collaborateurs de *Metropoli* issus de milieux militants (syndicats, associations engagées, mouvements catholiques, etc.) qui dénoncent « l'exotisme » des contenus du journal ; une posture d'*exit* ou de défection qui aboutit par exemple à la sortie de certains des collaborateurs « historiques » de *Yalla Italia*, étroitement liés aux mouvements de jeunes musulmans, en désaccord avec le premier numéro thématique de la publication sur l'humour musulman.

3. La capacité d'influence décisionnelle

En deuxième lieu, l'analyse de la division verticale des tâches permet d'évaluer la capacité d'influence en matière décisionnelle dont bénéficient les collaborateurs issus de l'immigration dans l'élaboration des contenus. Il s'agit de comprendre la distribution des statuts et des positions dans l'espace du média étudié, ainsi que le cheminement décisionnel et les modalités d'intervention de chacun tout au long de ce processus.

3.1. Forme d'emploi

Dans deux de nos études de cas (*Metropoli*, *Yalla Italia*), les producteurs de l'information issus de l'immigration travaillent en tant que freelances, donc payés à l'article et sans bureau attribué dans la salle de rédaction ; tandis que dans la troisième (*Stranieri in Italia*), ils bénéficient d'un contrat à durée indéterminée. La forme d'emploi stable ou précaire, ainsi que le type de rémunération qui en découle, joue sur la latitude dont ils disposent pour discuter, voire remettre en question, les décisions. Par exemple, notre enquête sur *Metropoli* a montré combien la précarité des collaborateurs issus de l'immigration, combinée à leur dispersion sur le territoire italien et leur moindre participation à la vie rédactionnelle, a entravé l'émergence d'une mobilisation collective pour la défense d'une ligne éditoriale ou encore contre la fermeture du supplément. L'un des collaborateurs explique aussi la difficulté, pour un travailleur précaire et occasionnel, de refuser de traiter d'un sujet selon un angle auquel il n'adhère pas, si le papier est commandé par la hiérarchie¹². De même, le fait que les commandes soient préférentiellement attribuées aux collaborateurs « historiques », pour lesquels elles constituent une rente assurée et la garantie d'une certaine stabilité dans le revenu mensuel¹³, amoindrit leur marge de critique à l'égard des choix rédactionnels. Toutefois, ce constat est surtout valable pour les collaborateurs qui aspirent à devenir journalistes, à exercer cette profession de façon principale, ou encore à se stabiliser sur le marché de l'emploi journalistique. Ces conditions précaires ont en effet moins d'emprise sur la latitude des collaborateurs de *Yalla Italia* à exercer leur *voice* (Hirschman, 1995) puisque ceux-ci exercent par ailleurs une autre profession ou suivent des études sans relation aucune avec les métiers de l'information et de la communication et puisent dans leur collaboration à *Yalla Italia* des rétributions essentiellement symboliques.

3.2. Position occupée

Dans deux de nos études de cas (*Metropoli*, *Yalla Italia*), les producteurs de l'information issus de l'immigration sont des collaborateurs externes ; tandis que dans la troisième (*Stranieri in Italia*), ils occupent des postes de rédacteurs en chef. Les positions occupées d'encadrants ou d'encadrés assignent des fonctions distinctes qui ne confèrent pas le même pouvoir d'intervention dans le cheminement décisionnel. Par exemple, les fonctions de contrôle éditorial (révision et validation des articles et des titres, etc.) sont concentrées entre les mains des rédacteurs salariés du journal

12 Collaborateur de *Metropoli* (Entretien, 26 février 2010).

13 *Idem*.

(rédacteurs de base et rédacteur en chef) à *Metropoli* et de l'un des fondateurs du journal qui en est aussi le rédacteur en chef à *Yalla Italia*. A *Stranieri in Italia* les rédacteurs en chef issus de l'immigration sont présentés comme ayant les pleins pouvoirs sur la publication qu'ils dirigent, mais les dirigeants du groupe éditorial ont un droit de regard sur les contenus publiés. Si l'on peut supposer que le fait que les publications soient en langue étrangère entrave l'exercice d'un contrôle de la copie par la hiérarchie du groupe, assurée, elle, par des Italiens, on constate par ailleurs que la directrice éditoriale maîtrise six à sept langues étrangères : « [...] De toute façon, tous les journaux sont relus par un superviseur [...] au final, il faut que nous sachions, en tant qu'éditeur, ce qu'il y a d'écrit en italien¹⁴. » De plus, certains sujets, jugés « sensibles » ou « à risque », sont particulièrement contrôlés, à savoir la politique et la religion. La publication en langue arabe est notamment visée par cette restriction, le directeur du groupe expliquant qu'il est particulièrement vigilant à l'égard de ce qu'il appelle « l'intégrisme religieux » et qu'un des membres de la hiérarchie « sait lire l'arabe¹⁵ ». Une autre forme de contrôle passe par le maintien des mêmes personnalités au poste de rédacteurs en chef, qui pour certains sont en poste depuis de nombreuses années.

3.3. Fonctionnement des instances décisionnelles

Les instances de décision et leurs modes de fonctionnement verticaux ou horizontaux dessinent la forme d'un journalisme plutôt « de commande » ou « de proposition ». La conférence de rédaction hebdomadaire constitue une occasion régulière et formalisée pour les producteurs de l'information de prendre une part active à l'élaboration des contenus. Elle incarne potentiellement le lieu de la délibération collective et de la confrontation des idées. Mais à *Metropoli*, le « chemin de fer » est déjà constitué lorsque se tient la conférence de rédaction hebdomadaire puisqu'il a été discuté la veille lors d'une réunion restreinte de la rédaction de *Metropoli*, puis validé par le directeur de la *Repubblica*. A *Yalla Italia*, si, lors de la tenue mensuelle de la conférence de rédaction, les thèmes sont proposés en premier lieu par les fondateurs, d'une part, ils sont soumis à une discussion collective qui peut aboutir à leur redéfinition, d'autre part, les collaborateurs ont un rôle de proposition primordial dans le choix des modes de traitement des thèmes ; quant à la répartition des sujets, elle se fait sur la base du volontariat.

14 Propriétaire du groupe éditorial *Stranieri in Italia* (Entretien, 22-23 juillet 2011).

15 *Idem*.

4. Les registres et espaces d'expression disponibles

En dernier lieu, l'analyse de la division horizontale des tâches permet d'identifier les espaces et les registres d'expression auxquels les producteurs de l'information issus de l'immigration peuvent accéder, et par extension, ceux desquels ils sont exclus. Plus encore, afin de mieux saisir ces processus de ségrégation horizontale, il apparaît central de s'intéresser aux dynamiques qui sous-tendent l'affectation des thèmes, sujets et rubriques.

Le cas de *Metropoli* est particulièrement intéressant pour analyser cette dimension car il existe une réelle division du travail entre les rédacteurs en poste et les collaborateurs externes qui publient des articles dans le supplément. Celle-ci est moindre à *Yalla Italia* où les collaborateurs issus de l'immigration arabe et / ou musulmans signent l'ensemble des articles à l'exception de l'éditorial ou bien à *Stranieri in Italia* où l'ensemble des productions sont rédigées par les rédacteurs en chef et leur réseau de correspondants locaux à l'exception du « tronc commun » à l'ensemble des publications, composé des guides et des aspects législatifs, qui sont écrits par des juristes.

4.1. Perception ethnicisée des compétences et incompétences

Les représentations des compétences et incompétences de chacun jouent sur cette répartition. Le discours du rédacteur en chef de *Metropoli* est alimenté par une perception ethnicisée de ces (in)compétences quand il laisse entendre que les collaborateurs issus de l'immigration n'auraient pas une maîtrise suffisante de la langue italienne et des codes sociaux pour recourir aux sources officielles qui alimentent les rubriques consacrées aux aspects légaux de l'immigration : « Le décret sur les flux, nous devons nécessairement le traiter depuis la rédaction [i.e. par des rédacteurs italiens] parce que ça implique un rapport direct avec des sources super qualifiées, qui exigent des questions écrites, formelles, des coups de téléphone, etc.¹⁶ » Cette conception est largement contredite par les caractéristiques sociographiques des collaborateurs qui bénéficient d'un haut niveau d'éducation et, pour certains, d'une scolarisation depuis l'enfance en Italie. *A contrario*, toujours selon le rédacteur en chef, ils seraient particulièrement qualifiés pour couvrir la vie et l'actualité des migrants grâce à une présupposée connaissance intrinsèque de l'immigration liée à leur condition d'immigré en Italie : « Ces choses, nous [les encadrants], nous ne les connaissons pas, eux [les collaborateurs issus de l'immigration], ils les connaissent parce qu'ils les ont vécues per-

16 Rédacteur en chef de *Metropoli* (Entretien, 14 mars 2008).

sonnellement [*sulla loro pelle*]¹⁷. » Là encore, cette affirmation est à nuancer en tenant compte de la variété de leurs parcours : certains sont arrivés à l'âge adulte en Italie ; d'autres avec leur famille alors qu'ils étaient enfants, de sorte qu'ils y ont effectué la majeure partie de leur scolarité ; quelques-uns sont nés en Italie, enfants de couples « mixtes », ils possèdent la nationalité italienne.

4.2. Mécanismes de renforcement ou d'enrayement

Cette vision ethnicisée des (in)compétences explique en partie seulement la division horizontale des tâches à *Metropoli*. Elle est en effet renforcée par d'autres mécanismes, de type organisationnel. D'une part, elle se déroule dans un cadre où l'attribution des tâches est fortement verticalisée, où des « commandes » sont passées par la hiérarchie. D'autre part, la division fonctionnelle des tâches (« dans » / « hors » de la rédaction) influe sur les modalités privilégiées de collecte de l'information, entre des rédacteurs « assis » travaillant depuis la rédaction en lien avec les institutions et des collaborateurs « debout » travaillant sur le terrain en lien avec les groupes de migrants.

Mais cette vision ethnicisée des (in)compétences est aussi enrayée par d'autres facteurs qui contribuent à introduire plus d'hétérogénéité dans les principes de répartition des sujets. C'est tout d'abord le cas des logiques d'identification à l'œuvre chez les collaborateurs issus de l'immigration. Celles-ci sont en effet plurielles, de sorte que certains collaborateurs qui se pensent avant tout comme journalistes, donc animés par une logique professionnelle, adhèrent à l'idée que les sources institutionnelles font autorité et vont convoquer préférentiellement celles-ci. D'autres vont puiser dans des réseaux d'appartenances qui ne sont pas ceux du groupe d'origine, à l'instar d'une collaboratrice liée à l'église catholique et qui a ses entrées à la conférence épiscopale italienne, ou bien de ce collaborateur travaillant pour un syndicat, familier des questions légales et appréciant produire des articles de dénonciation à l'égard des pratiques des administrations italiennes s'occupant d'immigration. C'est enfin le cas des pratiques effectives de la hiérarchie en matière d'attribution des sujets qui, parfois, se départissent complètement d'une vision ethnicisée des (in)compétences pour adopter d'autres critères comme la reconnaissance du professionnalisme des collaborateurs.

17 *Idem*.

Conclusion : l'ethnicité mais pas seulement

Cet article s'intéressait à des médias dont l'organisation interne est « mixte » ou, pour le dire autrement, à des médias coproduits par des minorités ethniques et des représentants de la population majoritaire. Ces situations de coproduction ont été analysées de façon à nous départir du présupposé selon lequel la présence de minorités ethniques parmi les producteurs de l'information conduirait mécaniquement à une transformation des pratiques et contenus médiatiques. Centré sur les processus de production de l'information, cet article visait à mettre en lumière les logiques d'élaboration et de représentation d'une identité de groupe. S'il est apparu central pour l'analyse d'introduire l'ethnicité comme clé de compréhension des mécanismes à l'œuvre dans la fabrication des contenus médiatiques, celle-ci ne doit cependant pas masquer les autres principes explicatifs en action (journalistiques, organisationnels, de classe, etc.).

Bibliographie

- COTTLE S. (1998) : « Making ethnic minority programmes inside the BBC: professional pragmatics and cultural containment ». In *Media, Culture and Society*, n° 20, pp.295-317.
- COTTLE S., ed. (2000) : *Ethnic minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*. Buckingham: Open University Press.
- ESSER F. (1998) : « Editorial Structures and Work Principles in British and German Newsrooms ». In *European Journal of Communication*, vol. 13, n° 3, pp.375-405.
- HIRSCHMAN A. O. (1995) : *Défection et prise de parole* [1970]. Paris: Fayard.
- HUSBAND C. (2000) : « Media and the public sphere in multi-ethnic societies », in Cottle S., ed. (2000) : *Ethnic minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*, Buckingham: Open University Press, pp.199-214.
- HUSBAND C. (2005) : « Minority Ethnic Media as Communities of Practice: Professionalism and Identity Politics in Interaction ». In *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 31, n° 3, pp.461-479.
- HUSBAND C., ed. (1994) : *A Richer Vision. The Development of Ethnic Minority Media in Western Democracies*. Paris: Unesco.
- SCHUDSON M. (1989) : « The sociology of news production ». In *Media, Culture and Society*, n° 11, pp.263-282.
- TUNSTALL J. (1971) : *Journalists at work*, Londres : Constable.