



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA

## Università degli Studi di Padova

Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata

Corso di Laurea Magistrale in  
Lingue Moderne per la Comunicazione e la Cooperazione Internazionale  
Classe LM-38

Tesi di Laurea

*Discours sur l'identité et l'altérité :  
une analyse de la représentation  
des attentats du 13 novembre 2015 à Paris  
dans la presse écrite française*

*Relatore*  
Prof. Vincenzo Romania

*Laureanda*  
Serena Tozzo  
n° matr.1081481 / LMLCC

Anno Accademico 2015 / 2016



*Et ne fut jamais au monde deux opinions pareilles,  
non plus que deux poils ou deux grains.  
Leur plus universelle qualité, c'est la diversité.*

Michel de Montaigne



# TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....	1
Chapitre 1	
LA PRESSE EN FRANCE	
1.1 La notion de « média ».....	7
1.2 La fiabilité de la presse.....	10
1.3 Les médias en France.....	13
1.4 Histoire de la presse française : entre liberté et contrôle étatique.....	15
1.5 La spécificité de la presse française.....	20
Chapitre 2	
L'IDENTITÉ ET D'ALTÉRITÉ EN FRANCE	
2.1 La dimension médiatique du terrorisme.....	27
2.2 Terrorisme et identité.....	30
2.3 Identité, altérité, préjugé.....	33
2.4 Ethnocentrisme ou: la vérité est dans l'œil de celui qui regarde.....	40
2.5 L'inextinguible fardeau de l'homme blanc.....	44
2.6 L'« autre » et la République.....	47
2.7 La construction médiatique de l'« autre ».....	51
Chapitre 3	
CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE	
3.1 Le contexte et les objectifs de l'analyse.....	57
3.2 La sélection des quotidiens.....	57
3.3 La méthode : <i>Critical Discourse Analysis</i> .....	61
3.3.1 Le processus du « cadrage ».....	65
Chapitre 4	
ANALYSE DE LA PRESSE	
4.1 Premier cadre : « la France est en guerre ».....	67
4.1.1 La guerre contre le terrorisme.....	67

4.1.2 La métaphore de la guerre.....	68
4.1.3 Un choc de civilisations ?.....	74
4.2 Deuxième cadre : « Une attaque aux valeurs républicaines ».....	77
4.2.1 Le « nous » national.....	77
4.2.2 Les symboles nationaux.....	80
4.2.3 L'identité républicaine menacée.....	86
4.2.4 Histoire d'inclusion et d'exclusion.....	90
4.3 Troisième cadre : le rapport entre terrorisme et immigration.....	92
4.3.1 Le terrorisme et la société française.....	92
4.3.2 Le « pas d'amalgame » et les effets de la sécularisation .....	95
4.3.3 La représentation de l'islam de France .....	99
4.3.4 La territorialisation de la menace : la banlieue .....	106
Conclusions .....	113
Annexes .....	117
Bibliographie.....	125
Résumé .....	133

## TABLE DES ILLUSTRATIONS

- I. Figure 1. « Baromètre 2016 de la confiance des Français dans les médias ».  
Source : [www.tns-sofres.com](http://www.tns-sofres.com).
- II. Figure 2. « Media Rating : Les Français jugent les médias d'information ».  
Source : [www.tns-sofres.com](http://www.tns-sofres.com)
- III. Figure 3. « Media Rating : Les Français jugent les médias d'information ».  
Source : [www.tns-sofres.com](http://www.tns-sofres.com)
- IV. Figure 4. « Baromètre 2016 de confiance des Français dans les médias ».  
Source : [www.tns-sofres.com](http://www.tns-sofres.com)
- V. Figure 5. Altan, *China Girl*  
Source : [www.cssudine.it](http://www.cssudine.it)
- VI. Tableau 1. Corpus des articles de presse cités dans l'analyse.
- VII. Tableau 2. Champ lexical de « guerre ».
- VIII. Tableau 3. Locutions contenant le mot « guerre ».





## INTRODUCTION

Dans la nuit du 13 novembre 2015, une série d'attaques terroristes se sont déroulées dans plusieurs zones de Paris, provoquant la mort de 130 personnes. Le crime a été perpétré par trois commandos de kamikazes et il a immédiatement été revendiqué par le soi-disant État Islamique, une organisation terroriste internationale d'idéologie salafiste djihadiste. Cet événement s'inscrit dans le long cycle de violences commises par le terrorisme islamiste à l'égard de l'Occident, dont la date de début peut être fixée au 11 septembre 2001.

Un des effets immédiats des attentats de novembre a été celui d'alimenter le débat sur la place occupée par l'islam et les musulmans en Europe, étant souvent considérés comme une présence étrangère et difficile à intégrer au sein des sociétés occidentales. Cette question devient particulièrement complexe en France, la nation de l'Europe occidentale qui compte le nombre le plus élevé de musulmans, présents sur son territoire depuis longtemps.

Le présent mémoire a pour objet une étude sur la façon dont les attentats de Paris du 13 novembre 2015 ont été représentés dans les pages de trois quotidiens français – *Le Monde*, *Le Figaro* et *Le Parisien* –, en accordant une attention particulière à la mise en place des discours relatifs au rapport entre la société française et la présence musulmane à l'intérieur du territoire national.

Le point de départ de cette étude concerne la thèse selon laquelle la représentation d'un fait dans les médias n'est pas objective, mais elle a tendance à influencer et à être à son tour influencée par les discours dominants ; cette réflexion se focalise en particulier sur l'idée selon laquelle la construction médiatique de l'islam dans les médias français s'est caractérisée, au cours des années, par une série de représentations d'une altérité musulmane intérieure à la France menaçante et incompatible avec l'identité républicaine du pays. Ces discours plongent leurs racines dans les origines coloniales de la République et dans la relation conflictuelle entre les « Français de souche » et les « Français issus de l'immigration » qui en a résulté.

Ce mémoire se fixe deux objectifs : individuer les différentes représentations

des attentats du 13 novembre 2015 données par les journaux sélectionnés dans notre recherche ; saisir et analyser les discours sur l'identité française et l'altérité musulmane qui sont sous-jacents aux représentations des attentats individuées.

L'étude comprend une première partie théorique où nous prenons en examen la littérature concernant les différentes thématiques abordées dans cette étude, telles que celles concernant les médias, le rapport entre identité et altérité, l'évolution de la conception de l'« autre » en France ; une seconde partie porte sur le choix de la méthode de recherche et sur notre analyse empirique de la presse écrite française. En termes pratiques, ce mémoire est divisé en quatre chapitres.

Le premier chapitre, qui s'inscrit dans ce qui est le cadre théorique de notre mémoire, traite de la notion de « média », pour ensuite s'intéresser aux caractères spécifiques de la presse française. À partir de la conception classique de « média », généralement conçu dans sa dimension purement matérielle, nous prenons en considération des définitions plus larges tirées de différentes théories, qui mettent en évidence les aspects positifs et négatifs de la communication de masse. Parmi ceux négatifs, nous nous concentrons sur le processus de standardisation des contenus auquel la culture de masse – dont les médias font partie – est souvent soumise et qui est révélateur du contrôle politique exercé d'en haut dans une société. Ce contrôle, conclut la première partie du chapitre, se traduit dans les médias par des représentations de la réalité qui ne sont pas objectives ; cela concerne également le domaine de la presse d'information, qui a été pendant longtemps considérée comme une fidèle reproduction des faits réels. La seconde partie du premier chapitre cherche à définir les éléments qui caractérisent les médias français et, en particulier, la presse. Après avoir retracé les grandes étapes de l'évolution historique des médias en France, qui s'est caractérisée par la lutte constante entre la liberté d'expression et le contrôle de l'État républicain, nous individuons les traits saillants du « journalisme à la française ». Parmi ceux-ci, nous individuons des éléments comme l'institutionnalisation des médias nationaux, le rôle actif du journaliste français dans la construction de l'opinion publique, la tendance à l'uniformisation de l'information dans les journaux français.

Le deuxième chapitre traite, dans un premier moment, du rôle central joué par les médias à l'égard du phénomène du terrorisme. Les théories prises en examen montrent que l'espace discursif réservé à un acte terroriste représente le véritable scénario où l'événement se déroule, en tant que le but ultime d'un acte terroriste sont les effets sur la collectivité. La grande responsabilité des médias réside donc dans la façon dont l'événement est présenté. La suivante focalisation de notre étude sur la tendance à renforcer les discours identitaires pendant les périodes de crise nationale nous permet d'introduire une réflexion sur la construction de l'identité nationale en Occident et, en particulier, en France au cours de l'histoire et de la concomitante élaboration d'une altérité musulmane. La seconde partie du deuxième chapitre aborde le thème du rapport entre l'identité et l'altérité, en donnant leurs définitions générales et en soulignant leur caractère de complémentarité : établir l'identité – qu'elle soit individuelle ou collective – implique nécessairement définir ce qui est « autre » par rapport à celle-ci. Partant de cette considération, le chapitre vise à retracer l'évolution, au cours de l'histoire, du concept d'« identité nationale » dans les sociétés occidentales et de la construction d'une altérité extérieure aux territoires nationaux. Le but de cette réflexion est celui de montrer que, indépendamment du type de représentation auquel l'« autre » a été soumis dans les temps par l'Occident. Passant du regard fasciné du premier orientalisme à l'attitude supérieure à la base de la « mission civilisatrice » du colonialisme français, il s'agit toujours de formes de stéréotypisation qui tendent à construire des images figées l'« autre » selon une perspective ethnocentrique. L'avènement de l'immigration des peuples provenant des ex-colonies réduit rapidement la distance physique entre l'« autre » et l'Occident ; le rapprochement culturel s'est toutefois avéré bien plus complexe. La dernière partie du chapitre est consacrée à la reconstruction des diverses étapes de la perception de l'« autre » en France et de l'évolution du traitement médiatique qui en a résulté. L'attention s'est surtout focalisée sur les différentes figures stéréotypées liées à l'islam de France qui ont dominées les pages de la presse française au cours des dernières décennies, telles que celles du « terroriste », de l'« immigré non intégré », du « jeune de banlieue ».

Le troisième chapitre présente notre méthodologie de recherche. Plus précisément, il définit le sujet pris en examen – les attentats du 13 novembre 2015 à Paris – en donnant un bref compte rendu de l'événement et en expliquant les raisons ayant motivé notre choix et nos objectifs. Ensuite, nous avons traité de notre matériel de recherche, en expliquant les sources et les critères de sélections de notre corpus d'articles de presse. Les articles sont tirés de trois journaux quotidiens écrits, *Le Monde*, *Le Figaro* et *Le Parisien*. Nous ne prenons en considération que les articles concernant le thème du terrorisme islamiste et qui ont été publiés dans les dix jours immédiatement suivants les attaques de Paris. La raison de ce choix est que se focaliser sur la couverture médiatique d'une période de temps limitée nous permet de mener une recherche qualitative plutôt que quantitative ; cela explique aussi le choix de n'analyser que la version papier des journaux qui d'habitude assure un approfondissement accru des thèmes traités. La dernière partie du chapitre traite des approches méthodologiques empruntées, soit l'analyse critique du discours et l'analyse du cadrage. Nous expliquons que ces outils analytiques sont choisis en tant qu'ils permettent une analyse de la dimension et thématique du discours médiatique, en permettant aussi de comprendre la relation dialectique qui existe entre le texte et le plus vaste contexte social.

Pour conclure, le quatrième chapitre présente, analyse et interprète les différents résultats obtenus de l'analyse empirique. Le chapitre est divisé en trois parties dédiées aux trois thèmes dominants individués dans les discours médiatiques pris en considération : la présentation des attentats comme une nouvelle « guerre » de l'Occident contre un « ennemi » commun : la présentation des attentats comme une attaque spécifique à la civilisation française et aux valeurs républicaines ; une analyse de la façon dont le rapport entre terrorisme et islam a été représenté. À partir de l'analyse de la construction de ces discours explicités dans les textes, nous procédons à l'individuation des éventuels discours sous-jacents véhiculant l'idée d'une identité française en opposition avec une altérité musulmane à l'intérieur du territoire national.

Notre étude peut s'inscrire dans le cadre d'une réflexion sur le lien qui existe entre les discours médiatiques et les phénomènes sociaux, en observant

notamment le poids que la couverture médiatique française a eu dans le débat très actuel autour du rapport entre l'islam de France et la République qui, après les attentats, est devenu une question cruciale.



# CHAPITRE 1

## LA PRESSE EN FRANCE

### 1.1 La notion de « média »

Le terme français « média » – ou « médium » – vient du pluriel du mot latin *medium*, qui signifie « milieu, intermédiaire<sup>1</sup> ». Selon le sociologue Altheide, un *medium* représente tous les procédés et les dispositifs sociaux ou technologiques qui sont utilisés pour la sélection, la transmission et la réception de l'information<sup>2</sup>.

La naissance de la culture de masse, à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, associée à celle d'une nouvelle société de consommation, porte à une transformation des formes communicatives dans des formes de communication de masse connues sous le nom anglais de *mass-media*. Les *mass-media* représentent l'« ensemble des moyens de diffusion de masse de l'information, de la publicité et de la culture, c'est-à-dire des techniques et des instruments audiovisuels et graphiques, capables de transmettre rapidement le même message à destination d'un public très nombreux<sup>3</sup> ». Ces moyens de communication de masse peuvent prendre plusieurs formes différentes. Ils peuvent être distingués entre : les médias imprimés, comme les journaux quotidiens, les magazines, les affiches ; les médias de film, comme la photographie et le cinéma ; les médias électroniques, comme la radio, la télévision, et le plus récent Internet.

Il serait toutefois une solution plutôt simpliste celle de réduire les médias à leur dimension purement technique et matérielle<sup>4</sup>. À la définition restrictive que nous venons de donner il convient d'en ajouter une autre plus large proposée par Mc Luhan. L'intellectuel canadien ne conçoit pas les médias comme des simples outils de communication au sens habituel du terme. À son avis, les médias représentent « des prolongements technologiques de l'homme dans l'espace/temps

---

1 [www.lexilogos.com](http://www.lexilogos.com).

2 ALTHEIDE David L., SNOW Robert P., *Media Logic*, Beverly Hills, Sage, 1979. Traduction de l'auteur.

3 [www.cnrtl.fr](http://www.cnrtl.fr).

4 D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *Histoire des médias en France : de la Grande Guerre à nos jours*, Paris, Flammarion, 2010, p. 15.

de la société et de l'Univers<sup>5</sup> », c'est-à-dire des systèmes communicatifs qui facilitent et amplifient l'usage des sens humains, comme la vue et l'ouïe. Le nombre de ces prolongements ne cesse d'augmenter, en tant que le progrès permet un renouvellement constant des technologies. Mc Luhan se focalise sur ce dernier point et il propose le principe suivant : « les effets d'un médium sur l'individu ou sur la société dépendent du changement d'échelle que produit chaque nouvelle technologie, chaque prolongement de nous-mêmes, dans notre vie<sup>6</sup> ». Les nouvelles technologies sont donc le résultat de changements qui interviennent dans le monde et dans la vie des hommes mais, en même temps, elles sont aussi le moteur de ces changements ; à cet égard, il suffit de rappeler l'impact que l'avènement d'Internet a eu sur l'ensemble du système médiatique et sur la façon de communiquer entre les individus. Mc Luhan résume cette réflexion par la phrase « le vrai message, c'est le médium lui-même<sup>7</sup> », en suggérant que les médias ne doivent pas être simplement compris comme des instruments matériels, mais aussi comme l'ensemble des effets qu'ils ont dans le monde : choisir un médium plutôt qu'un autre dans la communication est déterminant pour le message et l'effet qu'il aura.

Les moyens de communication de masse se distinguent des précédents dispositifs de communication par leur impact plus important sur la société, par la rapidité de transmission des messages et par leur grande diffusion rapportée au plus grand nombre de destinataires. Toutefois, il est important d'observer que, dans ce contexte, le terme « masse » est utilisé avec un sens qui ne semble que descriptif, mais qui, en fait, cache un jugement de valeur implicitement négatif : l'expression « masse » suggère que le public des médias est une entité indifférenciée, passive et peu consciente et que, au même temps, les produits dont il est le destinataire sont soumis à des processus de standardisation afin d'obtenir une homologation des goûts et des pensées.

Une étude des phénomènes sociaux et économiques qui sont à la base de la massification culturelle a été conduite par Horkheimer, un des fondateurs de

---

5 MC LUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Paris, Points Essais, 1997, p. 25.

6 *Ibid.*

7 *Ibid.*



l'École de Francfort. Pour lui « les moyens de communication publique – la radio, la presse, le cinéma – déclarent continuellement leur adhésion à la valeur ultime de l'individu et à sa liberté inaliénable, mais ils opèrent d'une manière qu'ils visent à obscurcir ces valeurs, en forçant l'individu à des comportements, des pensées, des habitudes de consommation prescrits<sup>8</sup> ». Les *mass-media* sont décrits comme porteurs d'un oxymore intrinsèque, en soutenant le principe de la liberté individuelle mais, en même temps, en imposant des modes de consommation prescrits : dans cette vision, les destinataires deviennent des consommateurs passifs de produits préemballés dans la grande « industrie culturelle<sup>9</sup> » qui est la culture de masse.

Dans une telle optique, il est donc difficile de parler de véritable « communication » dans les *mass-media*, en tant que – à l'exception d'Internet – il manque dans les autres moyens un véritable échange d'information entre les individus impliqués, qui caractérise tout processus communicatif entre les êtres humains. Dans les années 1970, bien avant l'avènement de la communication de masse 2.0, Collet affirme que « les *mass-media* ne sont pas vraiment des moyens de communication. Il n'y a pas de réponse possible au discours de la télévision, ni à celui de la radio, ni au film, ni au journal. Les *mass-media* sont [...] des techniques de diffusion<sup>10</sup> ». Selon le critique, le public n'a aucun rôle communicatif, mais seulement réceptif, en tant que le but poursuivi par le processus n'est pas le dialogue, mais la persuasion. Il saurait plus approprié donc de parler de « moyens de diffusion » de l'information plutôt que de « moyens de communication ».

L'industrie culturelle dont les médias de masse font partie suit une logique productive constituée par une série de critères qui ont le double objectif d'opérer une standardisation du produit et une homologation du public. Ces critères comprennent, d'un côté, la simple multiplication des flux informatifs et, de l'autre côté, la vulgarisation des contenus, c'est-à-dire leur « préventive transformation en

---

8 HORKHEIMER Max, *Studies in Philosophy and Social Science*, vol. IX, 1941. Traduction de l'auteur.

9 *Ibid.*

10 COLLET Jules, *Études*, Paris, 1973, p. 9.

vue de la multiplication<sup>11</sup> ». La vulgarisation n'est autre que la standardisation des produits dans la culture dominante, ce que aujourd'hui nous pouvons appeler le « *mainstreaming* culturel ». La production et la diffusion à grande échelle permet d'homologuer et simplifier les goûts personnels des destinataires. Il est évident, donc, qu'à la base de la production opérée dans le complexe industriel qui est la culture de masse – comme d'ailleurs dans chaque secteur industriel – se trouve le contrôle des « consommateurs » par les « dirigeants » de l'industrie culturelle à travers le travail des « fabricants de l'information<sup>12</sup> ».

## 1.2 La fiabilité de la presse

Les médias ont fait l'objet de plusieurs analyses critiques, ayant pour but la compréhension de leurs mécanismes de fonctionnement, de leurs effets sur les milieux social et économique et des relations qui existent entre eux. Une de ces approches critiques part du principe que chaque société crée une culture hégémonique et que un des instruments de mise en œuvre et de maintien de cette hégémonie est représenté par les médias.

L'industrie culturelle se sert des moyens de communication de masse et de leurs messages médiatiques afin de produire une homologation et une simplification des goûts du public. Le but qui sous-tend cette opération est la légitimation d'un certain système de croyance [*belief system*<sup>13</sup>] connu sous le nom d'« idéologie ». Cet objectif s'explique par le fait que les moyens de communication de masse – et donc les produits culturels qu'ils produisent – sont contrôlés par les classes dominantes. L'idéologie n'est autre que « la représentation sociale qui définit l'identité sociale d'un groupe<sup>14</sup> », dans ce cas, les élites au pouvoir.

La condition essentielle pour l'affirmation d'une idéologie sur les autres est que la classe dont elle est représentative puisse contrôler les moyens de production et de communication afin de reproduire les conditions qui lui permet

---

11 MORIN Edgar, *L'Esprit du temps*, Paris, Éditions Grasset Fasquelle, 1962.

12 D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *op.cit.*, p. 16.

13 VAN DIJK Teun, « Ideology and discourse analysis », en *Journal of Political Ideologies*, 11:2, 2006, p. 116.

14 *Ibid.*

d'exercer le pouvoir sur les classes dominées. Pour cette raison le pouvoir, pour être considéré comme tel, a besoin d'être continuellement légitimé de la part des classes dominées et cela se fait par la reproduction de processus de persuasion et de construction du consensus collectif<sup>15</sup>. En effet, comme l'a souligné Gramsci<sup>16</sup>, dans la société moderne le pouvoir ne peut pas être exercé par la coercition, mais seulement par le consensus des gens qui lui sont assujetties. Il ne s'agit pas donc de l'imposition de certaines croyances, mais plutôt de leur acceptation de la part de la collectivité. Dans cette façon, le contrôle exercé par les élites peut être considéré comme un contrôle des moyens matériels, mais aussi des moyens symboliques représentés par les consciences des classes dominées, qui ne se rendent pas compte de leur condition d'assujettissement.

Ce qui est ressorti de cette réflexion est que les médias produisent des expressions culturelles et que cette culture est organique à l'idéologie à laquelle les médias sont soumis. Les idéologies, à leur tour, ne sont pas l'expression de vérités absolues ; elle sont des interprétations, des systèmes de construction et d'attribution du sens et le principal instrument dans ce processus de construction symbolique est le langage<sup>17</sup>.

Au moyen du langage – verbal et non verbal –, les médias véhiculent des discours qui ne sont que des ensembles de représentations de la réalité échangées entre les membres d'un groupe. Il ne s'agit pas donc d'un décalque fidèle de ce qui se passe dans le monde qui nous entoure, mais de sa ré-contextualisation dans un texte. Derville affirme qu'« il est courant de décrire les médias comme un simple miroir de la réalité sociale et politique<sup>18</sup> » ; cependant, il poursuit en soulignant que « si les médias sont un miroir, il est très déformant<sup>19</sup> ». Cette réflexion déformante de la réalité concerne toutes les typologies de médias, même celles qui ont toujours été considérées fiables et objectives, comme la presse d'information.

---

15 VAN DIJK, *Il discorso razzista*, Catanzaro, Rubbettino, 1995, p. 16.

16 GRAMSCI Antonio, *Quaderni del carcere*, Torino, F. Platone, 1948-1951.

17 GALLOTTI Cecilia, MANERI Marcello, « Elementi di analisi del discorso dei media : lo "straniero" nella stampa quotidiana », in *Io non sono razzista ma... Strumenti per disimparare il razzismo*, Torino, Anicia, 1998, p. 63. Traduction de l'auteur.

18 DERVILLE Grégory, « La stigmatisation des "jeunes de banlieue" », in *Communication et Langages*, n°113, 1997, p. 104.

19 *Ibid.*

La presse d'information a toujours joui d'un statut spécial entre les moyens de communication, en tant que considérée comme une fidèle reproduction de la réalité. En lisant un quotidien ou en regardant un journal télévisé, les gens croyaient d'être en train de recevoir un compte rendu objectif des événements qui avaient eu lieu chaque jour dans le monde. Malgré le désenchantement général qui s'est produit parmi le public à l'égard de la prétendue objectivité des médias, les nouvelles fournies par les médias d'information sont encore souvent perçues comme des phénomènes naturels émergeant de la réalité, une transposition simple et transparente – sur carte ou sur écran – de faits réels. L'idée de l'objectivité de la presse cache le caractère d'ambiguïté qui, au contraire, la caractérise.

Comme dans les autres moyens de communication, les informations véhiculées par la presse sont socialement et idéologiquement déterminées, en tant que soumises à des processus de sélection, construction et mise en perspective de la part des journalistes. Ces processus constituent le « biais » [*bias*], c'est-à-dire le jugement d'un fait développé sur la base de l'interprétation des informations à disposition de l'observateur qui est représenté, dans le cas de la presse, par les journalistes. « Le biais » explique Altheide « concerne tout ce qui altère la représentation de la réalité. Sans ces éventuelles altérations, on aurait la réalité dans son objectivité<sup>20</sup> ». Sans le jugement de ceux qui travaillent derrière les organes d'information, nous n'aurions pas la nouvelle elle-même.

La croyance répandue de l'objectivité des informations véhiculées par la presse est soutenue par journalistes eux-mêmes, qui ont l'habitude d' « affirme[r] volontiers qu'ils ne font que retranscrire avec fidélité la marche du monde<sup>21</sup> ». L'idée de la neutralité de la contribution des journalistes dans la processus de production du discours médiatique a même amené Richard Salant, ancien président de la CBS News, à affirmer que « les journalistes ne fournissent pas un compte-rendu de leur point de vue, mais d'aucun point de vue<sup>22</sup> ». Cette affirmation donne un aperçu de la persuasion qui agit à tous les niveaux du système

---

20 ALTHEIDE David, *Creating reality : how TV news distorts events*, Beverly Hills, Londres, Sage, 1974, p. 16.

21 DERVILLE Grégory, *op. cit.*

22 SALANT Richard cité par ALTHEIDE David, *Creating reality : how TV news distorts events*, Beverly Hills, Londres, Sage, 1974, p. 16.

médiatique.

### 1.3 Les médias en France

La communication de masse en France présente des caractéristiques spécifiques par rapport à celles des autres pays européens. Selon Lamizet, « le caractère distinctif des médias français trouve son origine dans l'histoire du pays<sup>23</sup> » et dans la position dominante occupée par les institutions dans la société française.

L'histoire de la France – et avec elle l'histoire de ses institutions – plonge ses racines dans la tradition républicaine. Abderrahim explique :

« En France, la conception républicaine de la nation – « être spirituel » selon le mot de Michelet – est fondée sur un choix libre et volontaire, sur un sentiment d'appartenance reposant non sur des « critères objectifs » immuables mais sur un contrat social ; elle se fonde, pour ce qui relève de l'acquisition de la nationalité sur le *jus solis* ; elle est constituée d'individus libres et égaux, indépendants et pourvus de droits, mais unis par des besoins communs et la volonté de vivre ensemble<sup>24</sup> ».

La France se conçoit avant tout comme République. Les valeurs universelles de liberté, égalité et fraternité qui forment la devise de la nation, ainsi que les autres principes fondamentaux qui ont été affirmés au cours de l'histoire républicaine française, comme la laïcité, constituent l'essence même de l'identité française contemporaine. Dans cette optique républicaine, les citoyens français sont conçus par l'État comme des individus libres et égaux qui sont – et se sentent – unis dans une même communauté, non parce qu'ils sont soumis à la Loi nationale, mais parce qu'ils volontairement partagent des valeurs fondamentales communes. Il s'agit donc d'une conception de la nation fondée sur l'allégeance des

---

23 LAMIZET Bernard, « The Media in France », in *Markets and Myths : Forces for Change in the European Media*, Weymouth A. et Lamizet B. ed., New York, Routledge, 2013, p. 76. Traduction de l'auteur.

24 ABDERRAHIM Lamchichi, « L'islam de France à l'épreuve de la laïcité et du "vivre ensemble" », in *Confluences Méditerranée*, n°41, 2002, p. 141.

citoyens à l'État républicaine<sup>25</sup>. Ce principe explique le rôle central que le rapport entre la culture, la politique et les institutions a eu dans l'histoire du pays et dans la « fabrication » d'un sens d'appartenance commun et d'une identité sociale française.

Il n'est pas sans raison, donc, si en France, plus que dans d'autres pays européens, la construction de l'identité nationale a été confiée aux appareils institutionnels et politiques<sup>26</sup>. Lamizet explique qu'« [e]n France, le sens de cohésion sociale et le sens d'appartenance constituent une expérience politique dérivée du contact du citoyen avec les institutions nationales<sup>27</sup> ». Entre ces institutions, une place importante a été occupée et continue à être occupée par le système d'éducation public et les services de communication, qui contribuent constamment à créer le sentiment d'appartenir à la collectivité.

Dans son étude sur la spécificité des médias en France à la fin des années 1990, Lamizet identifie les caractéristiques principales des médias français. Une première caractéristique concerne leur focalisation sur la création d'une « culture commune<sup>28</sup> ». À travers le langage verbal et non verbal, les médias contribuent à l'élaboration d'une réponse culturelle commune aux faits de la réalité et au développement de la vie sociale, se rendant souvent responsables de l'origine, de la construction et de la durabilité de certaines conditions sociales. Pour cette raison, dans le processus de développement culturel et de formation de l'opinion publique, la diffusion d'information se rend essentielle et nécessaire, afin de contribuer à la création et au renforcement de la citoyenneté française.

Une autre caractéristique des moyens de communication français individuée par Lamizet consiste dans la conception des médias comme « un miroir symbolique dans lequel les Français peuvent observer eux-mêmes et leurs comportements dans le contexte de la vie nationale<sup>29</sup> ». L'image du « miroir médiatique », comme nous l'avons déjà vu, véhicule la fausse croyance selon laquelle les informations fournies par les médias ne sont qu'une fidèle reproduction

---

25 RAGI Tariq, « Islam et laïcité », in *Agora débats/jeunesses*, 30, 2002, p. 4.

26 LAMIZET Bernard, *op. cit.*

27 *Ibid.*

28 *Ibid.*

29 *Ibid.*

des faits la réalité. Dans la société française, le « miroir » représenté par les médias contribue à créer un engagement social et politique de la part du public. Cela est possible grâce à la double image que les médias reflètent, celle d'un lectorat qui est à la fois destinataire et protagoniste actif de l'information.

Aujourd'hui, l'opinion que les citoyens français ont des médias a plutôt changé. L'idée d'un « miroir » qui reflète la réalité et qui se fait expression des actions des citoyens a fait place à une vision plus cynique sur la façon d'opérer des moyens de communication publique. Toutefois, il est indéniable que d'autres caractères spécifiques des médias français sont toujours présents.

#### **1.4 Histoire de la presse française : entre liberté et contrôle étatique**

La presse française est née en 1631. Cette année-là, son père fondateur, le médecin Théophraste Renaudot, crée le premier hebdomadaire régulier sous le titre de *La Gazette*. Dans la gestion du journal, Renaudot choisit de résister aux pressions exercées par les pouvoirs économiques de l'époque, qui voudraient le contrôler. Son refus de se soumettre à l'« argent roi », toutefois, ne s'accompagne pas d'un rejet de l'asservissement au pouvoir politique : derrière le travail de *La Gazette*, en effet, se profile l'ombre de l'État français, représenté par la figure de Richelieu. L'intervention de la part du pouvoir politique dans la gestion et le choix des contenus est tellement évidente que le journal obtient, dès le début, le monopole de la publication des nouvelles, en gagnant aussi le surnom de « Gazette de Richelieu » et le titre de journalisme « officieux »<sup>30</sup>. Cette première expérience journalistique en France montre l'influence exercée par l'État sur la presse depuis ses origines et anticipe ce qui sera un caractère constant du journalisme français, malgré les nombreux efforts pour l'éliminer : l'étroite relation entre la presse d'une part et la politique et la société de l'autre.

Cette première période d'assujettissement au pouvoir officiel semble se conclure avec la Révolution française, quand la lutte pour les libertés et les droits de l'homme concerne également la liberté de la presse. Entre 1789 et 1790, plus de 350 journaux voient le jour en France<sup>31</sup>, comme symbole d'une presse qui veut

30 CHARON Jean-Marie, *La Presse en France de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil, 1991, p. 26.

31 *Ivi*, p. 31.

être libre et indépendante. Cette liberté est finalement reconnue par la « Déclaration des droits de l'homme et du citoyen » de la Constitution de 1791, dont l'Article 11 établit :

La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout Citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la Loi<sup>32</sup>.

Après la phase révolutionnaire, la presse est de nouveau soumise au contrôle du pouvoir politique, représenté dans un premier temps par le Directoire et ensuite par l'Empire de Napoléon. En 1815, une nouvelle période de lutte pour la liberté d'expression dans la presse s'ouvre. Ce combat sera gagné en 1881, avec la « Loi sur la liberté de la presse » qui deviendra un document fondamental de la III<sup>e</sup> République.

Au carrefour du XIX<sup>e</sup> et du XX<sup>e</sup> siècle la presse française, tout en suivant les tendances de l'époque, connaît un grand changement : elle passe du statut de presse d'opinion à celui de presse d'information. À cette époque-là, De Chambure déclare : « nous entrons dans le siècle de l'information<sup>33</sup> ». Il explique que « [p]endant une notable partie du [XIX<sup>e</sup>] siècle, la presse a été incontestablement maîtresse de l'opinion publique ; les journaux étaient alors des tribunes où des écrivains d'élite attaquaient ou défendaient des idées ; ils faisaient œuvre d'éducateurs<sup>34</sup> ». Le public du nouveau siècle est toutefois changé et maintenant il attend une information qui soit rapide, variée et d'actualité et les progrès techniques du secteur, ainsi que les bouleversements économiques, le permettent. En répondant aux nouveaux besoins, le journal quotidien s'impose sur le journal d'opinion et la figure du journaliste se transforme en celle d'informateur. Néanmoins, son ancien rôle d'éducateur n'est pas oublié mais, au contraire, devient un caractère spécifique de l'identité du journalisme français<sup>35</sup>, comme nous le verrons plus loin dans cette étude. Dans cette période, donc, la presse

---

32 *Déclaration des droits de l'homme et du citoyen*, source, [www.gallica.bnf.fr](http://www.gallica.bnf.fr)

33 DE CHAMBURE Auguste, *À travers la presse*, Paris, Th. Fert, Albouy Cie, 1914, p. 551.

34 *Ibid.*

35 D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *op. cit.*, p. 9.



connaît un grand essor qui est le résultat de la combinaison de deux facteurs : la création d'un cadre juridique plus libéral qu'avant et le développement du capitalisme industriel qui conduit au contrôle des journaux de la part des entreprises privées. Ce n'est pas sans raison si pour les uns ces années représentent l'« âge d'or » de la presse, pour les autres ils représentent son « asservissement [...] au grand capital et aux puissances d'argent<sup>36</sup> ».

En ce qui concerne l'évolution des médias en France, la Grande Guerre marque un tournant important pour deux raisons principales. D'un côté, le besoin permanent d'informations actualisées concernant les événements donne un violent coup d'accélérateur à la diffusion sur le territoire national des journaux quotidiens et au développement des autres nouveaux moyens de communication, comme la radio, le cinéma et la photographie d'actualité. De l'autre côté, cette période marque le passage envers une énième phase d'assujettissement au pouvoir politique ; l'État connaît le pouvoir de persuasion dont les médias sont doués et en fait un outil de propagande ; en même temps, il soumet à la censure tous les organes médiatiques qui ne veulent pas céder aux pressions du pouvoir officiel. Les pages des journaux voient le fleurissement de thématiques patriotiques visant à construire l'image positive d'une République unie et fidèle à ses valeurs ; un exemple est représenté par l'image du combat de la Civilisation française contre la Barbarie étrangère<sup>37</sup>. Certains de ces discours – nous le verrons – s'enracineront dans la tradition journalistique française à tel point d'en devenir des véritables *leitmotifs* régulièrement ressortis en temps de crise nationale.

Dans l'entre-deux-guerres, avec la fin de la censure politique, la presse connaît un grand succès. Il s'agit d'une période marquée par des événements importants dans le paysage médiatique français, comme l'avènement et la consolidation des nouveaux médias, tels que la radio et le cinéma parlant. Les succès de ces derniers ne porte pas atteinte à la force de la presse qui est encore renforcée, en 1918, par la formation du Syndicat national des journalistes (SNJ) ; cette organisation reconnaît officiellement la figure du journaliste comme « celui qui contribue à la

---

36 CHARON Jean-Marie, *op. cit.*, p. 42.

37 D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *op. cit.*, p. 29.

construction intellectuelle du journal<sup>38</sup> ».

La phase d'indépendance momentanée de toutes pressions politiques sur la presse laisse la place à les années difficiles de la Seconde Guerre mondiale. La censure et la propagande imposées par l'État aux médias sont encore plus fortes que dans le passé. La politique de contrôle suivie par le régime de Vichy, pendant l'occupation allemande, vise à reconstruire et à centraliser l'appareil médiatique national ; les moyens d'information qui se déclarent fidèles à l'État, à travers leur œuvre de propagande, bénéficient de nombreuses subventions. À cet assujettissement s'oppose la presse de la Résistance, une presse clandestine, « marquée par la spontanéité du refus, l'initiative individuelle, la précarité des moyens<sup>39</sup> ». Malgré les difficultés rencontrées, elle sera la véritable gagnante de la guerre médiatique : avec la fin du conflit, les journaux de la Résistance deviennent les journaux de la Libération, en marquant le début d'une période de grand engagement pour la presse.

L'après-guerre des médias est partant marqué par une volonté de rupture avec les pratiques médiatiques précédentes et en particulier avec les milieux financiers et leurs pressions économiques. Cet objectif d'indépendance de l'argent exige toutefois l'aide des pouvoirs publics. Le chef d'orchestre du renouvellement médiatique est de nouveau l'État républicain, qui exerce un contrôle strict sur tout moyen et tout secteur de l'information, de la presse jusqu'à la télévision naissante, de la production jusqu'à la distribution. L'État finance l'Agence France Presse (AFP) – née en 1944 – et la déclare « établissement public industriel et commercial<sup>40</sup> » soumis à l'autorité du ministère de l'Information. Enfin, l'État va beaucoup plus loin : en décembre 1944, par volonté du chef du gouvernement de Gaulle, naît *Le Monde*, destiné à devenir « un journal de "référence", qui puisse refléter officieusement le point de vue du Quai d'Orsay<sup>41</sup> » et, en même temps, influencer les choix des autres journaux.

Jusqu'à la fin des années 1960, le gouvernement gaullien exerce le monopole

---

38 *Ivi*, p. 60.

39 *Ivi*, p. 136.

40 *Ivi*, p. 161.

41 *Ivi*, p. 160.

sur presque tous les médias d'information, notamment la télévision. Le but de cette nouvelle forme de politique est celui de « créer de vastes communautés d'adhésion autour de certaines valeurs ou certaines options, et susciter, le moment venu, des consentements collectifs<sup>42</sup> ». L'objectivité des médias est encore une fois subordonnée à la propagande en faveur de l'État républicain et de ses valeurs. « Un journaliste » explique Gérard, alors directeur de l'information de la Radiodiffusion-télévision française, « doit être un journaliste français, avant d'être un journaliste objectif<sup>43</sup> ».

Les années 1970 constituent un moment difficile pour la presse : la crise financière, la menace représentée par le succès des médias audiovisuels, le déclin des journaux d'opinion et des quotidiens par rapport aux magazines, tout cela amène à parler de « malaise de la presse<sup>44</sup> », une idée qui se renforcera au cours des années suivantes. Malgré la crise générale de la presse, au cours des années suivantes la position de certains quotidiens se consolide progressivement, grâce aussi à une modernisation technique et des contenus et au développement des stratégies du marketing ; entre eux, nous pouvons citer *Le Monde*, *France-Soir*, *Le Parisien libéré*, *Le Figaro*.

De fait, la crise qui a frappé la presse ne s'est jamais arrêtée. Depuis trente ans, les médias dits « traditionnels » – et notamment la presse imprimée –, ainsi que ceux appartenant au secteur de l'audiovisuel, ont dû faire face à de grands bouleversements de l'appareil médiatique qui, combinés avec les changements sociaux et le progrès technologique, ont donné naissance à un nouvel outil de communication : Internet. Le succès de celui-ci est à attribuer à différents facteurs, comme l'accessibilité immédiate, la gratuité de l'information, une étendue des contenus quasi-illimitée, la possibilité d'une certaine interactivité de la part des internautes. Bientôt les journaux se convertissent à cette nouvelle technologie, en ouvrant leurs sites officiels et en créant des véritables rédactions Web spécialisées dans leur gestion. Ce changement dans les formes de

---

42 COHEN-SÉAT Gilbert, « Une politique de l'information », in *La Nef*, n° 27, mai-juillet 1966.

43 GÉRARD André-Marie cité par BERNARD René, « La censure au journal télévisé », in *La Nef*, n° 8, octobre-novembre 1961, p. 67.

44 D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *op. cit.*, p. 264.

« consommation » de l'information représente une menace ne seulement pour la presse papier – dont certains prévoient la disparition totale –, mais aussi pour la figure du journaliste et pour son rôle de médiateur entre le lectorat et la nouvelle. La communication 2.0 a permis, en effet, que « les journalistes ne [soient] plus les détenteurs exclusifs des sources d'information et ne [puissent] plus revendiquer leur qualité d'intermédiaire entre le public et les émetteurs de l'information<sup>45</sup> ».

Internet joue aujourd'hui un rôle central dans la communication de masse, en transformant en profondeur non seulement la façon de communiquer, mais aussi les autres habitudes des consommateurs. Néanmoins, au cours des dernières années, ce médium est devenu « l'objet d'un paradoxe<sup>46</sup> » dans l'opinion publique française. Une enquête menée en 2016 par TNS Sofres, un institut de sondages français, a démontré que alors qu'Internet est devenu le second moyen d'information privilégié par les Français après la télévision, « c'est également celui qui leur inspire le moins confiance : 31 % seulement des Français pensent que les choses se sont passées comme Internet les raconte<sup>47</sup> ». Ce résultat prouve que, en dépit des nombreux avantages que ce moyen de communication présente, il est peu probable qu'il conduira au déclin les médias français plus traditionnels.

Les bouleversements sociaux et économiques qui ont eu lieu dans ces dernières années ont représenté et représentent encore un défi important pour la presse écrite. Il est intéressant de voir comme elle paraît aujourd'hui et quels sont ses caractères particuliers qui se sont conservés au fil du temps.

### **1.5 La spécificité de la presse française**

Dans le paysage journalistique contemporain d'Europe, il est possible d'individuer des modèles de presse très différenciés selon les pays considérés. Cette diversification dans la façon de « faire du journalisme » d'aujourd'hui a été déterminée par les différentes évolutions historiques que le secteur a connu dans chaque pays. Il convient de préciser, toutefois, que les médias changent en

---

45 *Ivi*, p. 380.

46 Sondage TNS Sofres « Baromètre 2016 de la confiance des Français dans les médias », 2016, [www.tns-sofres.com](http://www.tns-sofres.com).

47 *Ibid.*

continuation, même à l'intérieur d'une même nation. La presse, telle que nous la connaissons aujourd'hui, est très différente par rapport au passé et cela est dû au fait que chaque société et, par conséquent, ses goûts et ses exigences changent dans le temps. En prenant comme exemple la presse française, au début du XX<sup>e</sup> siècle elle s'occupe surtout de débats politiques ; un siècle plus tard, elle privilégie les questions liées à l'économie, au sport et au spectacle. Les médias, d'ailleurs, sont l'expression du public auquel ils s'adressent et vice versa. L'information, donc, « s'est adaptée aux demandes du consommateur<sup>48</sup> », en influençant à son tour les tendances.

Au-delà des différences diachroniques et synchroniques qui nous pouvons individuer dans le paysage médiatique européen, il est possible d'observer la présence de caractères spécifiques et constants dans la presse de chaque pays. En ce qui concerne le modèle français de presse, il a évolué à partir de la fin du XVII<sup>e</sup> siècle, avec la naissance du premier journal français, *La Gazette*. À ce moment-là de l'histoire, se constitue ce qui sera un élément constitutif de la spécificité de la presse française : la relation entre le pouvoir politique et la presse. Les luttes, plus ou moins récentes, pour la liberté d'expression dans la presse ont été nombreuses en France et elles ont abouti à des résultats concrets et importants. Néanmoins, elles n'ont pas empêché l'État – qu'il soit l'Empire napoléonien ou la République – d'imposer son contrôle sur les moyens de communication afin de les institutionnaliser. Selon les experts et les professionnels de la presse, ce contrôle excessif de la part de l'État sur les médias a eu une double conséquence : d'un côté, la difficulté de la part des journaux de traiter l'information en la libérant des engagements ou des partis pris, qui s'est traduite par la place excessive donnée au commentaire et à l'interprétation personnelle du journaliste ; de l'autre côté, l'adoption d'une logique strictement économique<sup>49</sup>.

L'influence que le pouvoir politique a toujours exercé sur les médias français au cours de l'histoire explique en partie la défiance des Français contemporains à l'égard de l'intégrité morale des hommes d'information<sup>50</sup>. À vrai

---

48 D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *op. cit.*, p. 337.

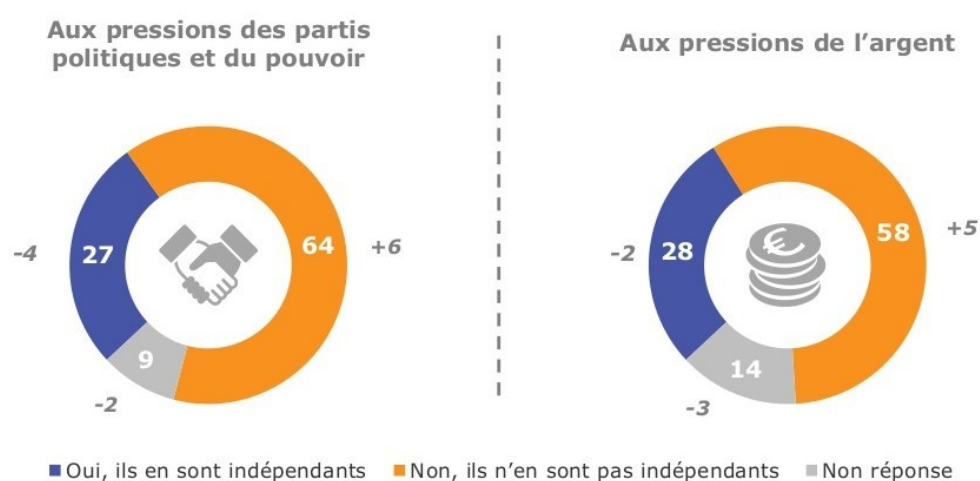
49 CHARON Jean-Marie, *op. cit.*, pp. 13-14.

50 *Ivi*, p. 335.

dire, il s'agit d'une tendance commune à toute l'Europe : les citoyens européens partagent depuis longtemps une opinion plutôt négative sur le professionnalisme et l'éthique du travail des journalistes. Cette unanimité de points de vue peut être attribuée à plusieurs facteurs, comme le rapprochement des pratiques professionnelles, des modèles d'information et des perceptions des différents publics<sup>51</sup>. Cependant, le scepticisme du peuple français à l'égard de la fiabilité de l'information publique revêt une signification particulière en raison du lien étroit qui a toujours existé entre la presse et l'État. Pour contrôler et mesurer le niveau de cette défiance, TNS Sofres, un institut de sondages français, mène une enquête, depuis la fin des années 1980, intitulée « Baromètre de la confiance des Français dans les médias ». Observons dans la Figure 1 les résultats relatifs à l'an 2016 :

Figure 1. « Baromètre 2016 de la confiance des Français dans les médias »

*Croyez-vous que les journalistes sont indépendants, c'est-à-dire qu'ils résistent...*



Base : Ensemble

Il ressort du sondage TNS Sofres que la plupart des Français estiment que les journalistes ne sont pas indépendants des pressions des partis politiques et du pouvoir (64 %) et non plus de celles de l'argent (58 %), en confirmant les résultats des années précédentes.

<sup>51</sup> Ivi, p. 336.

La partialité dont les journalistes français font régulièrement preuve dans la présentation de l'information ne doit cependant pas être attribuée uniquement à un manque de professionnalisme, mais aussi à celles qui ont été les conditions dans lesquelles s'y est construite l'identité du journalisme française. En effet, la presse en France a d'abord été une presse d'opinion ; le journaliste était un médiateur et un éducateur pour son lectorat, un écrivain qui devait donner des leçons morales. Les journalistes se sentaient investis d'une « mission civilisatrice » au nom de la liberté d'expression si menacée dans le passé. Plus d'un siècle plus tard, les hommes d'information français ressentent encore une certaine responsabilité éducative, même si justifiée par d'autres motivations. Un bon journaliste, pour le public français, est encore pleinement « celui qui sait écrire et convaincre<sup>52</sup> ». Pour cette raison, le journaliste français aujourd'hui, comme alors, ne fait aucun effort pour cacher sa position politique et son opinion personnelle dans ses articles, en tant que « le biais dans la présentation d'un fait est considéré comme partie intégrante du discours relatif au fait en question<sup>53</sup> ». Cela représente un des traits saillants de ce qu'Albert appelle le journalisme « à la française<sup>54</sup> », c'est-à-dire un journalisme qui préfère l'expression à l'observation, le commentaire au simple compte rendu. Il explique plus loin dans son ouvrage comment « les grands noms du journalisme français [ont] été et [sont] encore [...] des polémistes, des essayistes ou des hommes de lettres et non des reporters<sup>55</sup> ».

La tendance à porter des jugements personnels de la part des auteurs dans les articles de presse n'est pas le seul caractère hérité du passé national. Une autre spécificité de l'identité de la presse française réside dans le rôle central joué par les quotidiens régionaux comparés à ceux nationaux. Cette anomalie par rapport aux autres pays européens réside précisément dans l'histoire révolutionnaire de France : en effet, pendant la Révolution, la presse locale a joué un rôle déterminant dans la diffusion entre le peuple des principes républicains de liberté, égalité et fraternité, en apportant une contribution essentielle au renforcement de

---

52 D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *op. cit.*, p. 9.

53 LAMIZET Bernard, *op. cit.*, pp. 81-82. Traduction de l'auteur.

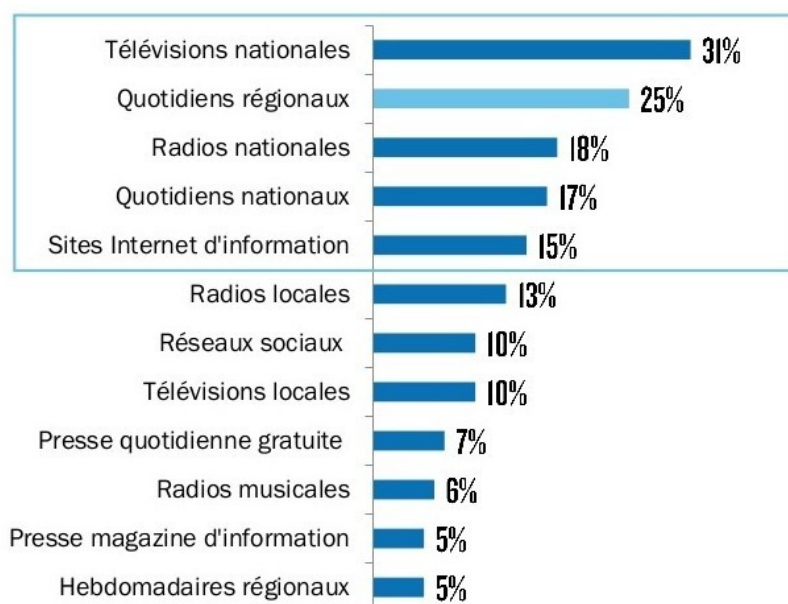
54 ALBERT Pierre, *La presse française*, Paris, Éd. La Documentation française, coll. « Études de la presse française », 2008, p. 35.

55 *Ivi*, p. 49.

la cohésion sociale. Cela explique la prolifération des journaux que la France a connu à partir de 1789 et il n'est pas surprenant qu'ils avaient des titres tels que « Les Révolutions de France et de Brabant », « La Patriote Français », « L'Ami du Peuple »<sup>56</sup>.

La plus grande confiance dont la presse régionale jouit par rapport à la presse à tirage national est reconfirmée chaque années par les sondages de l'institut TNS Sofres. Une étude publiée en avril 2016 et réalisée pour l'AMPLI (Association des Médias de Proximité Locaux et Indépendants)<sup>57</sup> montre que les journaux quotidiens à tirage régional – avec les télévisions et les radios nationales – se confirment les principaux moyens d'information utilisés par les Français. Les dimensions de l'information prises en considération dans le sondage sont plusieurs, comme par exemple la crédibilité, l'utilité et le niveau d'approfondissement du contenu. Les graphiques suivants ont été tirés de cette étude :

Figure 2. « Media Rating : Les Français jugent les médias d'information »  
Question 1 : « Quelle est votre source d'info prioritaire au quotidien ? »



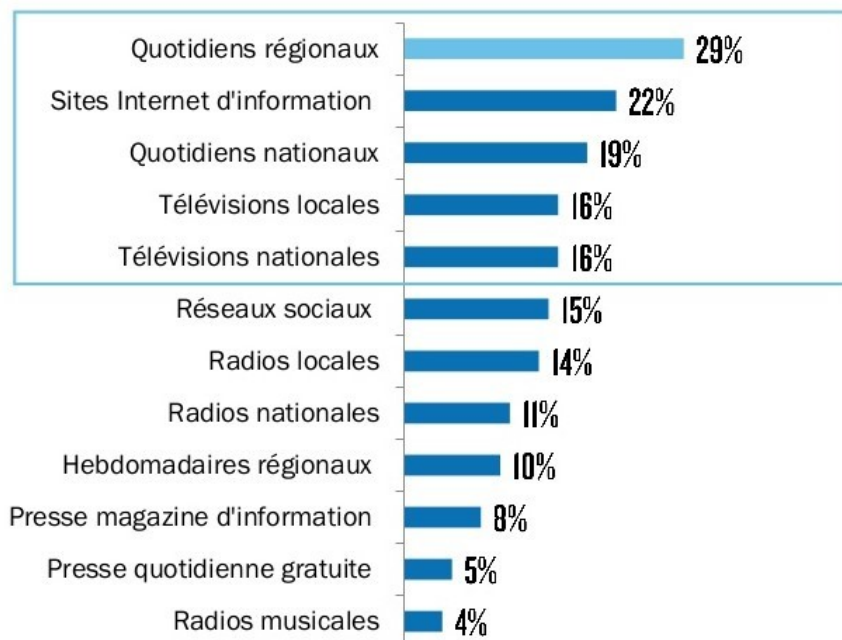
56 SALEMI Giancarlo, *L'Europa di carta : guida alla stampa estera*, Milano, Franco Angeli ed., 2002, p. 96.

57 [www.tns-sofres.com](http://www.tns-sofres.com).



Figure 3. « Media Rating : Les Français jugent les médias d'information »

Question 2 : « Quels sont les médias qui offrent l'info la plus exclusive ? »



Le premier graphique montre que les Français qui choisissent comme source d'information principale les quotidiens régionaux sont 25 %, contre 17 % à faveur des quotidiens nationaux. Le second graphique s'intéresse davantage à l'exclusivité du contenu de la presse : l'information fournie par la presse régionale est considérée bien plus différenciée et moins standardisée par rapport aux autres médias.

Ce dernier point engage une autre réflexion sur la spécificité de la presse française qui concerne précisément l'uniformisation des contenus à laquelle les médias français sont soumis. D'Almeida et Delporte expliquent que « la nature comme la hiérarchie de l'information obéissent à une mécanique collective. Chaque média exploite les nouvelles de ses confrères et observe l'autre pour orienter ses propres choix<sup>58</sup> ». Ce phénomène répandu semble toutefois particulièrement fréquent dans la presse française et notamment, à en juger par le sondage qui vient d'être observé, dans la presse nationale. À cet égard, *Le Monde*

58 D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *op. cit.*, p. 361.

joue un rôle décisif dans la sélection de l'actualité, en tant que la une de son édition du soir « pèse indéniablement sur les titres des JT de 20 heures puis, par effet de ricochet, sur le contenu des journaux du lendemain<sup>59</sup> ». Cela crée souvent un effet de « copier-coller » entre les journaux qui conduit inévitablement à une réduction et à une standardisation de l'actualité proposée dans les médias en France.

---

<sup>59</sup> *Ibid.*

## CHAPITRE 2

### L'IDENTITÉ ET L'ALTÉRITÉ EN FRANCE

#### 2.1 La dimension médiatique du terrorisme

Les attentats du 13 novembre 2015 ont été définis « les plus meurtriers perpétrés en France depuis la Seconde Guerre Mondiale<sup>60</sup> ». Ils ont bouleversé le monde entier, en suscitant les réactions d'indignation et d'horreur des chefs d'état étrangers et de l'entière communauté internationale. La brutalité et la fureur aveugle qui ont soudainement frappé la capitale au cœur de l'Europe ont tout de suite fait affluer les souvenirs de quatorze ans avant, quand le monde était resté pétrifié face à l'attaque aux *Twin Towers* de New York. Les similarités des deux événements sont tellement évidentes que tous, les responsables compris, n'ont pas hésité à parler du « 11 septembre de la France » et la couverture médiatique impressionnante dédiée à l'événement motive l'emploi du nouveau terme.

L'attention médiatique et les actes de solidarité qui n'ont pas tardé à se propager à travers les *social networks* ont dû faire face à de nombreuses critiques : il est indéniable la différence de traitement observée entre l'attentat de Paris et celui de Beyrouth dans la couverture médiatique qui leur a été réservée, bien qu'ils se soient passés à un jour d'écart et avec la même violence inouïe. Face à cette évidence, nombreux sont ceux qui ont constaté une forme de *empathy gap*<sup>61</sup>, un « écart d'empathie » dans l'intérêt médiatique et collectif suscité par les faits de Paris et Beyrouth, un phénomène qui n'est pas nouveau pour les médias, surtout en Occident : quand une tragédie touche un pays occidental – les attentats de New York, de Londres, de Madrid, pour en citer quelques-unes – se produit une attention médiatique qui montre la partialité dans le processus de sélection et de diffusion des informations.

Il est également vrai que le public français semble conscient de cette différence de traitement médiatique. À cet égard, une partie de l'enquête intitulée « Baromètre 2016 de confiance des Français dans les médias » (voir le Graphique

---

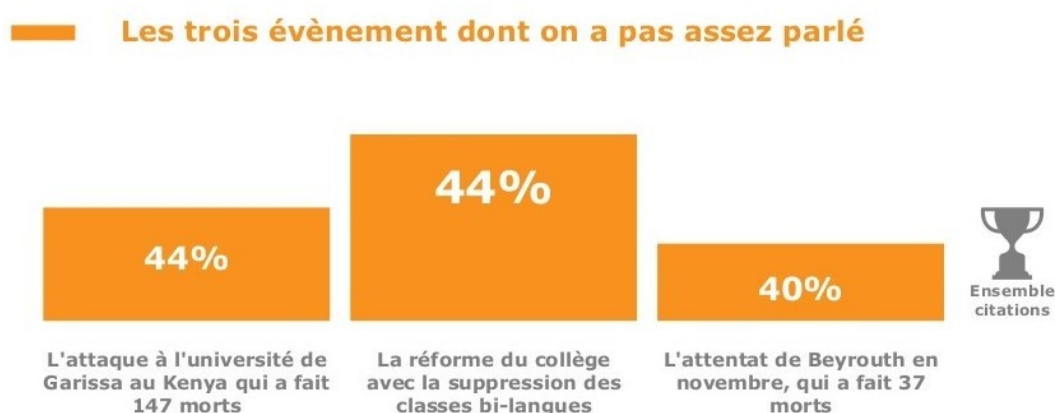
60 *Le Monde*, 14 novembre 2015, [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr).

61 Le premier journal à utiliser cette définition a été *The Atlantic*.

4) et menée par l'institut de sondages TNS Sofres montre qu'une grande partie des Français pensent que, entre les événements majeurs de 2015, les attaques qui se sont déroulées hors du monde occidental n'ont pas reçu assez d'attention de la part des médias français.

Figure 4. « Baromètre 2016 de confiance des Français dans les médias »

Question : « estimez-vous que les médias d'une façon générale, en 2015, ont trop parlé, pas assez ou comme il faut des choses suivantes ? ».



Selon les personnes interrogées, deux entre les événements dont les médias français n'ont pas assez parlé ont été l'attentat de Garissa au Kenya (44 %) et celui de Beyrouth au Liban (40 %). Ces quelques données mettent en lumière la puissance dont les moyens de communication de masse jouissent dans les sociétés modernes. La façon et la profondeur de traitement d'un fait peuvent complètement changer la perception et la position du public sur le fait en question et cela ne concerne pas seulement les actions terroristes. Un exemple récent en a été la photo d'Aylan Kurdi, l'enfant syrien mort noyé, alors qu'il tentait avec sa famille de gagner l'Europe en traversant la Méditerranée. Les photos de sa dépouille sur une plage turque ont fait le tour du monde en quelques heures en provoquant un choc émotionnel collectif tel qu'il a ouvert un débat international sur la question de la guerre en Syrie, une question jusque-là marginalisée.

Si les médias ont une grande influence sur la perception sociale d'un phénomène, ce pouvoir est encore plus évident quand il s'agit du traitement d'un

acte terroriste. La couverture médiatique dédiée aux attaques de Paris a mis évidence, en effet, le « lien symbiotique<sup>62</sup> » particulier qui existe, selon Hoffman, entre les médias et le terrorisme. Selon l'analyste politique, sans la couverture médiatique l'impact des actes terroristes ne serait pas le même, en tant qu'il resterait confiné aux victimes directes de l'attaque, au lieu d'atteindre un audience plus large, qui est le véritable cible des terroristes<sup>63</sup>. En soutenant cette théorie, Mannoni et Bonardi affirment que :

[...] un attentat se déploie sur la scène sociale selon deux dimensions essentielles : une dimension événementielle, à travers laquelle se décrit le fait terroriste dans les termes de sa réalisation pratique et technique, avec les différents caractères que l'on est en mesure de prêter à cet événement là – désignation des auteurs éventuels, rattachement à un contexte politique particulier, modalités de réalisation, étendue des dégâts, nombre des victimes, réactions des autorités, etc.; et une dimension imaginaire/symbolique qui inscrit l'attentat dans un discours médiatique exerçant sur le public une action de type psychologique, notamment sur sa manière d'appréhender l'événement. La puissance de l'impact terroriste se décrit alors dans la combinaison de ces deux dimensions pour aboutir à l'attentat dans sa forme accomplie<sup>64</sup>.

L'espace discursif créé par les outils de communication – par exemple la presse écrite, la presse télévisée, Internet – devient le véritable scénario où l'acte terroriste se déroule. Cet espace discursif a été appelé par Lippmann « pseudo-environnement<sup>65</sup> » et représente le lieu symbolique de rencontre entre les consciences et la réalité, le lieu créé par les médias où les gens peuvent donner un sens à un événement qu'ils n'ont pas directement vécu. La façon dont les faits sont placés dans le pseudo-environnement médiatique détermine la façon dont l'opinion publique va percevoir et réagir à la situation en question et en cela réside la responsabilité des médias.

---

62 HOFFMAN Bruce, *La mécanique terroriste*, Paris, Calmann-Lévy, 1999, p. 167.

63 *Ibid.*

64 MANNONI Pierre, BONARDI Christine, « Terrorisme et Mass Médias. », in *Topique*, 83:2, 2003, p. 60.

65 LIPPMANN Walter, *Public Opinion*, Minneapolis, Filiquarian Publishing LLC, 2007, p. 19. Traduction de l'auteur.

La relation symbiotique qui existe entre les médias et les actes terroristes représente une des principales différences entre la guerre au sens strict et le terrorisme. En effet, alors qu'un acte de guerre vise des cibles concrets et importants afin de causer des dommages matériels à l'adversaire, ceux-ci ne constituent pas, en revanche, l'objectif premier d'une action terroriste. Comme Mannoni et Bonardi l'ont observé, le véritable but du terrorisme n'est pas tant de « porter atteinte au potentiel militaire de l'adversaire<sup>66</sup> », mais celui de créer un « combat selon l'imaginaire », avec des conséquences psychologiques à grande échelle, plutôt que des effets concrets et circonscrits<sup>67</sup>.

Le terrorisme a donc besoin de l'aide, bien qu'involontaire, des médias pour atteindre ses réels objectifs et exprimer son plein potentiel. Ce n'est pas un cas, d'ailleurs, si le terrorisme et la communication de masse ont connu une évolution en parallèle. Comme Lamizet l'a noté, « les activités terroristes se développent toujours, dans l'histoire, particulièrement à des époques et dans des domaines propices à la mise en œuvre de l'activité des médias<sup>68</sup> ». Avec l'introduction au public mondial des grands outils d'information qui ont dominé la communication de masse – d'abord la presse imprimée née dans les années 1830, puis l'avènement de la télévision vers la fin des années 1960 et maintenant Internet – a coïncidé un développement de l'action terroriste qui est devenue elle aussi un phénomène de masse, en dépassant les frontières nationales et se transformant progressivement en un terrorisme de plus en plus international.

## 2.2 Terrorisme et identité

Il est possible d'individuer un appel récurrent à l'identité nationale dans la couverture médiatique immédiatement suivante les attentats de Paris et cela peut faire l'objet de différentes interprétations. Une de ses fonctions est celle de faire face à la situation de crise nationale provoquée par l'événement. Stern a défini le terrorisme comme « un acte ou une menace de violence contre des non-

---

66 MANNONI Pierre, BONARDI Christine, *op. cit.*, p. 57.

67 *Ibid.*, en citant J. SERVIER, *Le terrorisme*, Paris, Presses Universitaires de France, Collection Que je-sais ?, 1979, p. 75.

68 LAMIZET Bernard, « Comptes rendus », in *Langage et société*, n° 99, 2002, p. 115.

combattants ayant pour objectif de prendre la revanche, intimider ou autrement influencer un public<sup>69</sup> ». Un attentat terroriste, donc, non seulement constitue un risque terrible pour les gens impliquées, mais représente aussi une menace contre l'ordre social du pays. En effet, un des objectifs à long terme du terrorisme est celui de changer les comportements des gens ; il le fait, comme son nom le dit, en se servant de la terreur – à la fois fin et moyen – et en agissant « comme une procédure d'influence dans la perspective de subvertir le pouvoir en place et d'accaparer psychologiquement les populations<sup>70</sup> ». Toutefois, cet objectif dépend de la façon dont l'événement est présenté au public. Face à ce moment de crise, la représentation donnée par les moyens de communication dévient donc essentielle, en tant que « la masse des individus qui ne sont pas directement victimes ou témoins des attentats réagit en réalité moins aux attentats en eux-mêmes qu'à ce qu'ils en perçoivent au travers des médias<sup>71</sup> ». Les médias assument la responsabilité de construire l'identité de la nation pour donner une réponse d'unité : à travers la réaffirmation d'un « nous » collectif « la presse assure une fonction de cohésion sociale face au terrorisme<sup>72</sup> ». Cette forme de cohésion rappelle le phénomène de la solidarité mécanique<sup>73</sup> traité par Durkheim, selon lequel, face à un crime, les consciences des citoyens ont tendance à se rapprocher en nom d'un sentiment d'unité et du partage de l'expérience. L'affirmation d'une nouvelle identité collective s'exprime dans les médias dans la représentation dichotomique des catégories « nous » et « eux ».

La représentation d'une identité collective dans les médias contribue également à légitimer des actions politiques et militaires face à un événement comme un attentat terroriste. Le processus d'« altérisation » qui est à la base de cette représentation est donc nécessaire pour la construction sociale de la guerre. La promotion de l'image d'un ennemi « extérieur », déshumanisé et dépersonnalisé

---

69 STERN Jessica, *Terror in the Name of God: Why Religious Militants Kill*, New York, Harper Collins, 2003, p. XX.

70 MANNONI Pierre, « Le terrorisme, un spectacle sanglant » in « Violences », n *Sciences humaines*, Hors-série n° 47, décembre 2004-janvier-février 2005, p. 64.

71 TRUC Gêrôme, *Sidéérations. Une sociologie des attentats*, Paris, Presses Universitaires de France, 2016, p. II.

72 WIEVIORKA Michel, WOLTON Dominique, *Terrorisme à la une. Media, terrorisme et démocratie*, Paris, Gallimard, 1987, p. 210.

73 DURKHEIM Émile, *De la division du travail social*, Paris, Félix Alcan, 1893.

se fait par les médias qui, en tant que médiateurs entre État et population, peuvent faire passer pour une naturelle conséquence de l'événement le discours de guerre déclaré par le pouvoir politique. La construction d'une menace située en dehors des frontières de sa propre identité permet de préserver la logique dichotomique qui représente la condition indispensable pour l'existence des deux catégories d'identité et altérité. Il est le discours sur l'identité plus que la simple délibération la base de l'action humaine<sup>74</sup>.

Dans la construction d'un discours sur la guerre, comme celui de la « guerre contre le terrorisme », il est donc nécessaire d'individuer un ennemi extérieur, étranger et bien identifiable. Dans les sociétés saturées par les médias, comme celle française, ce discours est construit par ces derniers. Toutefois, dans le cas des attaques de Paris, cette opération a été difficile à accomplir. Cette difficulté est due à la complexité du phénomène du terrorisme islamiste. Le terrorisme islamiste ne peut pas être considéré un « autre » tout à fait « extérieur » à l'identité occidentale, en tant que son existence est en partie liée à des questions qui forment le pivot du débat sur l'identité de l'Occident et de la France. Entre ces questions, nous pouvons reconnaître le fait religieux : les terroristes tuent en nom de l'Islam, qui représente la deuxième religion d'Europe avec un total de 56 millions de croyants<sup>75</sup>. En outre, une bonne parties des terroristes est composée par des *foreign fighters*, les combattants étrangers qui décident de s'en fuir de leurs pays d'origine – en Europe, en tête vient la France avec 1200 combattants<sup>76</sup> – et de rejoindre les rangs de l'armée de Daech ; la plupart des kamikazes qui ont attaqué Paris étaient des citoyens français et belges, des jeunes grandis en Europe et appartenant à la deuxième génération d'immigrés. Ce phénomène a pour conséquence d'établir une association entre terrorisme et immigration, au nom de la sécurité des pays d'accueil et au détriment des flux migratoires contemporains.

Il ressort de tout ceci que, dans le cas des attaques terroristes de Paris, la construction de l'identité et de l'altérité n'est pas une question de simple opposition

---

74 JACKSON Richard, *Writing the War on Terrorism: Language, Politics and Counter-terrorism*, Manchester, Manchester University Press, 2005, p. 59.

75 [www.muslimpopulation.com](http://www.muslimpopulation.com)

76 The International Centre for the Study of Radicalisation (ICSR), [www.icsr.info.com](http://www.icsr.info.com)



binaire, en tant qu'il existe une intersection des deux dimensions. Nous allons voir comment la question du rapport entre identité et altérité a été traitée dans le discours médiatique.

### 2.3 Identité, altérité, préjugé

Figure 5. Altan, *China girl*



« Sans Orient, vous seriez l'Occident à personne<sup>77</sup> » affirme la fière *China girl* représentée par Altan, un auteur italien de bandes dessinées (Figure 5). La déclaration, d'une logique écrasante, veut délibérément stimuler une réflexion sur le rapport entre nous et les autres ou, mieux, sur le rapport entre notre identité et celle des autres.

Le concept d'identité a été discuté, au cours des siècles, par plusieurs intellectuels qui ont interrogé plusieurs disciplines – de la philosophie, à la psychologie, aux sciences sociales – en produisant une multiplicité de notions. En faite, il n'est pas nécessaire d'être un philosophe ou un psychologue pour s'interroger sur le concept d'identité : au cours de notre vie, nous tous nous sommes posés des questions sur notre identité.

« Identité » et « altérité » représentent les deux faces d'une même pièce, deux concepts opposés et au même temps complémentaires, puisque l'un est nécessaire pour comprendre l'autre et vice versa. Sans la présence de l'« autre », comment serait-il possible d'établir ce que nous sommes? Selon Charaudeau « [c]e n'est qu'en percevant l'autre comme différent que peut naître la conscience identitaire<sup>78</sup> ». La présence de l'autre, d'un *alter* différent de l'*ego* est, donc, fondamentale et son jugement inévitable. Par ailleurs, le jugement et la conséquente construction d'une image de l'autre sont une tendance commune, qui constitue une sorte de mécanisme de défense contre la menace potentielle représentée par celui que nous ne connaissons pas et un moyen d'imposer un ordre et une classification à la réalité qui nous entoure. Quand cette image est fixée, partagée et transmise à l'intérieur d'un groupe social [*in-group*<sup>79</sup>], elle produit une forme de stéréotypisation qui vient progressivement décontextualisée et attribuée à tous ceux qui sont associés à un certain groupe ou catégorie [*out-group*<sup>80</sup>].

La tendance à la classification et à la catégorisation, donc, sur le plan psychologique peut donner un semblant de contrôle « dans un monde où les gens

---

77 Traduction de l'auteur. Texte original : « Senza Oriente, sareste l'Occidente di nessuno ».

78 CHARAUDEAU Patrick, « Identité sociale et identité discursive. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière », in Charaudeau P. (dir.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, Paris, L'Harmattan, 2009, [www.patrick-charaudeau.com](http://www.patrick-charaudeau.com).

79 TAJFEL Henri, « Social identity and intergroup behaviour », in *Social Science Information/sur les sciences sociales*, 13:2, 1974.

80 *Ibid.*

et les choses occupent une place spécifique et se comportent d'une façon prévisible<sup>81</sup>» ; sur le plan social, cette tentative de contrôle a produit, au cours de l'histoire, des formes de simplification et stigmatisation que nous appelons stéréotypes.

Le stéréotype est une image formée dans la tête d'un individu, qui n'est pas fondée sur une expérience personnelle, mais dérivée culturellement<sup>82</sup>. Stuart Hall, le père des *Cultural Studies*, explique:

La classification n'est pas le seul moyen, mais c'est un des moyens principaux avec lesquels on donne sens aux choses tant que on connaît grosso modo leur classe d'appartenance et de quoi elles diffèrent. [...] S'il y a une chose dont nous pouvons être certain c'est que, bien que la faculté d'utiliser et de classer les concepts est un phénomène biologique et génétique, la particulière classification que nous utilisons pour classer la réalité n'est pas conçue à niveau génétique ; c'est quelque chose que nous apprenons. Devenir un sujet humain veut dire apprendre et intérioriser la carte conceptuelle [*conceptual map*] qui nous partageons avec les autres membres de la même culture<sup>83</sup>.

Selon le sociologue britannique la construction de représentations n'est pas un produit inné et naturel, mais un produit culturel. La notion de « culture », pour Hall et les autres théoriciens des *Cultural Studies*, ne doit pas être confondue avec celle de *high culture*, c'est-à-dire l'éducation et l'érudition, qui étaient l'apanage exclusif de certaines élites dans le passé. Pour Hall, la culture est une carte conceptuelle, un système mental de concepts qui sont catégorisés et organisés dans des rapports complexes et partagés par tous les membres d'un même groupe grâce à la présence d'un autre système partagé, celui linguistique. La culture, ainsi conçue, est souvent un champ de bataille entre différentes idéologies. Dans une société, la prédominance de certains systèmes de représentation sur les autres n'est que la prédominance d'une idéologie sur les autres.

Le concept d'idéologie se consolide avec l'avènement de la modernité et il est

---

81 LIPPMANN Walter, *op. cit.*, p. 63.

82 *Ibid.*

83 HALL Stuart, conférence *Representation and the Media*, The Open University, 1997.  
Traduction de l'auteur.

dans les premières théories modernes de l'idéologie que les discours racistes contemporaines plongent leur racines. À partir de ce moment là, la relation dichotomique entre « autochtone » et « étranger » a été progressivement dénaturée et la perception de la différence a commencé à être accompagné par un jugement négatif et par un rejet de ceux qui n'appartiennent pas au groupe, dus à leur infériorité présumée. En effet, comme le souligne Michel Wieviorka, « la reconnaissance de la diversité des cultures ne porte aucun péril ; c'est quand elle fait place à l'affirmation de leur inégalité que surgit le racisme, indissociable du sentiment d'une supériorité fondée sur des rapports de domination<sup>84</sup>». Les représentations négatives de l'« autre » et les principales façons de traiter les autres cultures sont des conséquences directes des idéologies qui se consolident aux origines de la modernité<sup>85</sup>.

À partir du XVIII<sup>e</sup> siècle, l'Europe devient témoin du développement e de la collision de différents courants de pensée : d'un côté, la lutte des Lumières contre l'ignorance et les superstitions, dont le Moyen Âge était imprégné, porte à la consolidation de l'universalisme et à la croyance selon laquelle le monde puisse être contrôlé, mesuré, projeté et régi par des valeurs bourgeoises et partageables par tous. La foi dans la raison et le progrès amène à l'idée peu rationnelle que l'humanité entière soit insérée dans un processus évolutif qui se déroule d'une façon linéaire, d'un état d'infériorité à un état de supériorité ; dans cette vision, certains pays sont culturellement plus évolués que d'autres et doivent donc s'assumer la responsabilité de les conduire vers le progrès, à travers un procès d'assimilation où le résultat final est un monde ordinaire et sans chaos. Cet objectif amène à considérer la « différence » comme une déviance ou une imperfection indésirable qui doit être éliminée, comme une menace contre une humanité nouvelle, qui partage les mêmes idéaux de progrès et rationalité. La base essentielle d'identification est représentée par le système politique qui est en train de se consolider en Europe au XIX<sup>e</sup> siècle, l'État-nation, qui est conçu comme le défenseur contre toutes les tendances centrifuges des processus de différenciation

---

84 WIEVIORKA Michel, *L'espace du racisme*, Paris, Seuil, 1991, p. 52.

85 LARRAIN Jorge, *Ideology and cultural identity. Modernity and the Third World presence*, Cambridge, Polity Press, 1994, p. 52.

ethnique et culturelle.

L'État-nation modifie radicalement la connotation de l'Europe, donc, non seulement du point de vue politique et géographique – avec la délimitation territoriale et l'homogénéisation des groupes à l'intérieur – mais aussi d'un point de vue culturel : d'une part, selon les théories universalistes, il devient le modèle auquel les pays « inférieurs » doivent se référer ; d'autre part, l'État-nation représente la manifestation concrète de l'identité culturelle propre d'un peuple. Cette dernière conception est soutenue par les critiques de l'universalisme – souvent appelés historicistes – lesquels soulignent la spécificité historique qui caractérise chaque nation et, en conséquence, la discontinuité historique et les différences culturelles ; paradoxalement, l'importance accordée par l'historicisme à la spécificité historique amène à concevoir l'identité culturelle comme un élément anhistorique, un esprit immuable dont l'État-nation est l'expression politique.

Naît l'idée que chaque nation possède une identité culturelle propre et immuable dont les peuples sont les gardiens. « Culture » n'est plus synonyme de connaissance et érudition, mais d'essence nationale constituée par l'ensemble des valeurs – la langue, l'histoire, la religion – qui plongent leurs racines dans une origine commune et qui sont donc possédées et partagées par l'entière collectivité. Appartenir à une nation signifie refléter ce qui en Allemagne a été appelé *volksgeist*, l'esprit du peuple dont la pureté originale doit être préservée. La nation est conçue comme une entité organique et spirituelle où les facteurs inconscients et ancestraux prédominent sur les facteurs conscients et rationnels; elle agit comme une conscience collective qui filtre la conscience individuelle, en lui empêchant de s'exprimer librement.

Les deux courants de pensée – universalisme et historicisme – ont deux différentes approches à la notion d'« autre » qui, menées à l'exaspération, ont généré deux formes de racisme. Alors que les universalistes, comme déjà mentionné, refusent l'autre en tant qu'ils n'arrivent pas à reconnaître et comprendre ses différences, la limite de certains historicistes consiste, au contraire, en une insistance sur leur diversité et sur la discontinuité historique qui empêche de voir et accepter les éléments de ressemblance dérivés d'une commune humanité et

conçoit l'étranger comme distant, antithétique.

En tout cas, indépendamment du type de représentation de l'autre qui est fourni, cette construction n'est qu'une forme évaluative de désignation et étiquetage, qui définit un individu ou un groupe en termes limitatifs. L'autre est stéréotypé et cela représente un obstacle pour le changement et pour la transformation.

Les stéréotypes sont des barrières temporelles et spatiales dans les interactions et dans les relations sociales et ils sont liés au concept de « préjugé ». Le préjugé, à son tour, est une attribution de valeur qui est formulée avant de connaître la réalité; les stéréotypes ne sont que la composante cognitive des préjugés, « des théories implicites de personnalité que partage l'ensemble des membres d'un groupe à propos de l'ensemble des membres d'un autre groupe<sup>86</sup> ». Le stéréotype est un préjugé qui se transforme en vérité socialement partagée qui paradoxalement nie la réalité et qui est spécifiquement lié à des discours sur l'inclusion et l'exclusion.

La force du stéréotype réside donc dans sa naturalisation, c'est-à-dire dans une croyance commune, acceptée par tous les membres du groupe sur la base d'une présumée objectivité, dans un ordre naturel des choses. Mais comment est-il possible qu'une construction arbitraire comme le stéréotype soit perçue comme une naturelle représentation de la réalité? Le philosophe Homi Bhabha<sup>87</sup> identifie la force des stéréotypes dans la double stratégie discursive qui se cache derrière : l'affirmation de « ordre » et le besoin de « répétition ». La personne ou le groupe victime de la stéréotypisation est défini essentiellement et ontologiquement « autre », sans admettre aucune possibilité de changement ou différenciation. Selon Bhabha, cela est le résultat de l'imposition d'ordre et rigidité dans la construction des stéréotypes. Au même temps, afin que l'image de l'autre soit facilement reconnaissable, sa répétition continuelle est nécessaire, en révélant l'inconsistance et l'instabilité d'une opération qui, précisément parce qu'elle

---

86 LEYENS Jacques-Philippe, *Sommes-nous tous des psychologues ? Approche psychosociale des théories implicites de personnalité.*, Bruxelles, Mardaga, 1983, p. 288.

87 BHABHA Homi, *The Other Question: Stereotype, Discrimination and the Discourse of Colonialism. The Location of Culture*, Londres et New York, Routledge, 2004.

n'arrive à rien démontrer, elle doit être répétée sans arrêt pour créer un semblant de véridicité.

Les conséquences principales de la combinaison paradoxale d'ordre et répétition sont la déformation de la perception de la victime et la fixation de ce cliché déformé. Ce que Bhabha veut mettre en évidence est que le vrai danger du stéréotype n'est pas seulement représenté par l'acception négative dont il peut être porteur, mais surtout par l'ambivalence productive qu'il véhicule: l'autre existe en tant que différent et ses différences sont construites à travers le discours. En d'autres termes, il est ce qui est dit sur l'autre qui définit l'autre.

Il est évident que la réflexion de Bhabha se relie au concept de « régime de vérité » de Foucault, défini, dans ce cadre, comme l'opération idéologique mise en œuvre par le colonisateur afin de contrôler le colonisé, en découvrant tout ce qui le concerne et, au même temps, en utilisant ses connaissances pour construire une représentation subjective – et donc non véritable – du colonisé. Le mérite de Foucault dans la création de l'expression « régime de vérité » est celui d'avoir lié la notion de « vérité » à celle explicitement politique de régime, en tant que « la vérité est liée circulairement à des systèmes de pouvoir qui la produisent et la soutiennent, et à des effets de pouvoir qu'elle induit et qui la reconduisent<sup>88</sup> ». En réfutant certaines théories philosophiques, le sociologue français veut démontrer que la vérité n'existe pas hors du pouvoir mais, au contraire, elle est un produit du pouvoir.

Dans la perspective foucauldienne, chaque société possède son régime de vérité, c'est-à-dire un système de procédures ordonnées pour la production, la régulation, la distribution, la circulation et l'opération d'affirmations<sup>89</sup>. La vérité est liée à une relation circulaire avec les systèmes de pouvoir qui la produit et la conforte ; elle donc représente un artefact du pouvoir. Chaque système de pouvoir possède son régime de vérité qui lui est particulier et qui n'est pas applicable aux autres systèmes.

---

88 FOUCAULT Michel, « Entretien avec Michel Foucault », in *Michel Foucault, Dits et écrits II*, Paris, Gallimard coll. Quarto, 1994, p. 158.

89 MIŠČEVIĆ Nenad, « Après Foucault. L'épistémologie sociale face aux savoirs anciens et nouveaux », in *Transeuropéennes*, 2001.

La production d'un régime de vérité se réalise à travers le discours qui, pour Foucault, est précisément le lieu de l'articulation productive du pouvoir; en d'autres termes, le discours est un système de représentation qui, à travers un ensemble complexe de pratiques linguistiques et sociales spécifiques, construit celle qui nous est présentée comme vérité absolue, mais qui est, en faite, un savoir construit et subjectif. Foucault l'explique:

Chaque société a son régime de vérité, sa politique générale de la vérité : c'est-à-dire les types de discours qu'elle accueille et fait fonctionner comme vrais; les mécanismes et les instances qui permettent de distinguer les énoncés vrais ou faux, la manière dont on sanctionne les uns et les autres; les techniques et les procédures qui sont valorisées pour l'obtention de la vérité; le statut de ceux qui ont la charge de dire ce qui fonctionne comme vrai<sup>90</sup>.

Chaque société choisie sa propre vérité, c'est-à-dire celle qui est forgée par les discours du pouvoir dominant. En tant qu'expression d'un pouvoir spécifique, ces discours sont, inévitablement, culturellement orientés. À ce propos, il est important d'introduire la notion de « ethnocentrisme ».

#### **2.4 Ethnocentrisme ou: la vérité est dans l'œil de celui qui regarde**

« Rica à Ibben, à Smyrne

Les habitants de Paris sont d'une curiosité qui va jusqu'à l'extravagance. Lorsque j'arrivai, je fus regardé comme si j'avais été envoyé du Ciel : vieillards, hommes, femmes, enfants, tous voulaient me voir. Si je sortais, tout le monde se mettait aux fenêtres ; si j'étais aux Tuileries, je voyais aussitôt un cercle se former autour de moi : les femmes mêmes faisaient un arc-en-ciel nuancé de mille couleurs, qui m'entourait ; si j'étais aux spectacles, je trouvais d'abord cent lorgnettes dressées contre ma figure : enfin jamais homme n'a été tant vu que moi. Je souriais quelques fois d'entendre des gens qui n'étaient presque jamais sortis de leur chambre, qui disaient entre eux : « il faut avouer qu'il a l'air bien Persan. » Chose admirable ! Je trouvais de mes portraits partout ; je me voyais multiplié dans toutes les boutiques, sur toutes les cheminées : tant on

---

90 FOUCAULT Michel, *op. cit.*, p. 158.



craignait de ne m'avoir pas assez vu.

Tant d'honneurs ne laissent pas d'être à la charge : je ne me croyais pas un homme si curieux et si rare ; et quoique j'aie très bonne opinion de moi, je ne me serais jamais imaginé que je dusse troubler le repos d'une grande ville où je n'étais point connu. Cela me fit résoudre à quitter l'habit persan et à en endosser un à l'européenne, pour voir s'il resterait encore dans ma physionomie quelque chose d'admirable. Cet essai me fit connaître ce que je valais réellement : libre de tous les ornements étrangers, je me vis apprécié au plus juste. J'eus sujet de me plaindre de mon tailleur, qui m'avait fait perdre en un instant l'attention et l'estime publique : car j'entraî tout à coup dans un néant affreux. Je demeurais quelquefois une heure dans une compagnie sans qu'on m'eût regardé, et qu'on m'eût mis en occasion d'ouvrir la bouche. Mais, si quelqu'un, par hasard, apprenait à la compagnie que j'étais Persan, j'entendais aussitôt autour de moi un bourdonnement : « Ah! ah! Monsieur est Persan? c'est une chose bien extraordinaire ! Comment peut-on être Persan ? ».

*À Paris, le 6 de la lune de Chalval, 1712<sup>91</sup> ».*

Le texte susmentionné constitue un extrait de l'œuvre *Lettres persanes* de Montesquieu, un roman épistolaire qui raconte, à la première personne, le voyage en Europe de deux persans de confession musulmane, Usbek et Rica. Ce qui rend ce roman une des plus importantes œuvres de son époque n'est pas seulement sa grande valeur littéraire, mais aussi l'analyse désacralisante des faits sociaux contemporains, si chère à Montesquieu au point de lui valoir le titre de précurseur des sciences sociales. À travers le point de vue des deux persans, déroutés et scandalisés par les mœurs européennes et françaises, l'auteur veut dévoiler l'absurdité des habitudes et des institutions occidentales, en constatant comme tout jugement, quel que soit la position de celui qui juge, se construit avec des codes culturels qui sont ancrés dans une civilisation donnée, artificielle, et n'ont donc rien de naturel.

Le relativisme culturel dont le roman est imprégné a le but de célébrer la diversité culturelle et de montrer que les différences entre les peuples sont à rechercher dans les différents contextes ; aucune comparaison n'est admissible car

---

91 MONTESQUIEU, *Lettres persanes*, 1721, lettre 30

aucun modèle n'est plus légitime qu'un autre. Le mérite de Montesquieu consiste à avoir accompli ce que Roger Caillois a appelée une « révolution sociologique » c'est-à-dire « la démarche de l'esprit que consiste à se feindre étranger à la société où l'on vit, à la regarder du dehors et comme si on la voyait pour la première fois<sup>92</sup>». Avec les *Lettres Persanes* le lecteur découvre la relativité de chaque vérité, considérée jusqu'alors absolue, et prend conscience de la partialité de chaque culture. Ce que Montesquieu accomplit, donc, est une critique de ce qui est l'ethnocentrisme.

L'ethnocentrisme peut être défini comme la tendance à considérer le groupe d'appartenance comme le seul modèle de référence et tous les autres groupes comme étrangers, différents, inférieurs. Le propre point de vue est considéré la façon naturelle et correcte d'être et d'agir. L'ethnocentrisme est un phénomène qui englobe les comportements collectifs de différents groupes et est, donc, un phénomène complexe. Par conséquent, il est nécessaire de faire une distinction entre les différentes possibles manifestations ethnocentriques.

L'anthropologue Lanternari a inventé l'expression « ethnocentrisme d'aptitude<sup>93</sup> » [*etnocentrismo attitudinale*], pour expliquer comme l'ethnocentrisme, jusqu'à un certain point, peut être considéré physiologique : chaque personne est dans une certaine mesure ethnocentrique puisque l'ethnocentrisme est, essentiellement, la disposition pour laquelle chacun entre nous donne un sens et une valeur au monde qui l'entoure à partir des significations et des valeurs de la culture à laquelle il appartient. Nous ne pouvons pas regarder le monde les yeux fermés mais, au moment où nous ouvrons les yeux, notre regard est déjà orienté. L'orientation de nos regard dépend du point de vue d'où nous observons.

À ce propos, importante a été la contribution du sociologue Pierre Bourdieu à la compréhension de la notion de « point de vue » et de son rôle central dans les études ethnologiques. En utilisant un expédient métaphorique, le « point de vue »

---

92 LAGARDE A., MICHARD L. *Textes et littérature, XVIIIème siècle*. Paris, Bordas, 1953, p. 79.

93 LANTERNARI Vittorio, *Problemi di etnocentrismo e di identità*, Roma, La Goliardica, 1979. Traduction de l'auteur.

peut se définir une vue prise à partir d'un point, or un point est une position dans un espace et l'espace est un ensemble de points. Donc, dire qu'un point de vue est un point dans un espace, c'est dire que pour comprendre un point de vue il faut comprendre l'espace<sup>94</sup>. L'espace en question sont les catégories cognitives et évaluatives de la culture d'appartenance. En d'autres termes, tout le monde partage une aptitude ethnocentrique, étant donné que tout le monde possède une culture et que tous les groupes humains partagent une aptitude à l'autodétermination, c'est-à-dire une aptitude inconsciente, un moyen à travers lequel il est possible de s'orienter dans la réalité ; quand nous entrons en contact avec l'autre, nous nous confrontons avec les ethnocentrismes des autres, qui sont spéculaires au nôtre. La différence qui se dessine est le point de départ de notre auto-définition.

L'ethnocentrisme d'aptitude identifié par Lanternari peut être considéré une tendance positive, en tant que ce type d'ethnocentrisme ne comporte pas nécessairement de l'hostilité envers les autres. Il doit néanmoins être considéré périlleux car il implique, comme expliqué par l'ethnologue Claude Levi-Strauss, une « attitude d'individus ou de groupes que leur fidélité à certaines valeurs rend partiellement ou totalement insensibles à d'autres valeurs. Il n'est nullement coupable de placer une manière de vivre et de penser au-dessus de toutes les autres<sup>95</sup> ». L'insensibilité et l'indifférence qui se cachent derrière cette tendance peuvent porter à un manque d'intérêt et à une conséquente incommunicabilité.

L'ethnocentrisme d'aptitude peut se transformer en ethnocentrisme idéologique<sup>96</sup>: les peurs identitaires et le besoin de légitimer des politiques agressives de soumission, conquête et colonisation portent souvent à ce passage. L'ethnocentrisme idéologique n'est que la totalitaire affirmation de la supériorité de la propre culture sur une ou plusieurs cultures, considérées inférieures. Cette supériorité présumée devient le principe-directeur de l'action contre l'autre, selon une série d'options, allant des actions persuasives à les plus haineuses, de l'assimilation forcée à l'ethnocide.

---

94 BOURDIEU Pierre, « Le critique ou le point de vue de l'auteur », in *L'Œuvre et son ombre. Que peut la littérature secondaire ?*, M. Zink éd., Paris, Éditions de Fallois, 2002, pp.129-134.

95 LEVI-STRAUSS Claude, *Le regard éloigné*, Paris, Librairie Plon, 2001, p. 42.

96 LANTERNARI Vittorio, *Problemi di etnocentrismo e di identità*, Roma, La Goliardica, 1979. Traduction de l'auteur.

L'ethnocentrisme idéologique se manifeste généralement dans les sociétés les plus complexes, et plus rarement dans les sociétés traditionnelles : plus haut est le niveau de complexité structurelle de la société, plus probable est le passage d'un ethnocentrisme d'aptitude à manifestations agressives, violentes, activées à partir d'un processus d'idéologisation justifié par des motivations ethnocentriques. Il doit être précisé que le passage de l'ethnocentrisme d'aptitude à l'ethnocentrisme idéologique ne représente pas un apanage exclusif de certains peuples. Toutefois, il est indéniable que, au cours de l'histoire, l'Europe a eu un rôle central dans l'exploitation de ses convictions ethnocentriques pour imposer et étendre le contrôle au reste du monde.

## **2.5 L'inextinguible fardeau de l'homme blanc**

Parler de l'histoire européenne signifie parler de théories eurocentriques et de comment elles ont été largement utilisées pour justifier certains entre les crimes les plus odieux accomplis par l'homme. Ces théories ont représentées le fondement logique de la politique coloniale européenne.

Même si la colonisation n'était pas une pratique nouvelle pour les peuples européens, il est au XV<sup>e</sup> siècle que le colonialisme prend forme. Le colonialisme est le processus à travers lequel les principaux pouvoirs européens ont imposé leur hégémonie militaire, politique et culturelle sur les territoires extra-européens, notamment en Asie, Afrique et Amérique. L'intensification systématique de l'exploitation économique et de l'assujettissement politique aux empires européens, qui a caractérisé la phase spécifique du colonialisme allant de 1870 à 1914, est appelé « impérialisme ».

Le colonialisme se distingue des précédentes périodes historiques pour l'ampleur du phénomène du point de vue géographique - l'invasion et la conquête ne se limitent plus aux zones limitrophes, mais ont une portée mondiale - et du point de vue politique et culturelle, avec la soumission universelle aux pouvoirs institutionnels européens, au nom d'une prétendue « mission civilisatrice ». Cette mission, dont l'idéologie coloniale s'est faite porte-parole, reposait sur le sens de

supériorité des européens<sup>97</sup>, c'est-à-dire sur la conviction de leur « civilisation » par rapport à la « sauvagerie » étrangère. « Civilisation », ici, doit être comprise dans l'acception qui se consolide à l'époque des Lumières, c'est-à-dire comme processus d'évolution culturelle dans lequel les nations européennes occupaient une position bien plus avancée par rapport aux autres pays, qui étaient considérés non civilisés, barbares. Les réels intérêts expansionnistes sont savamment cachés derrière la mission salvatrice et le devoir moral dont l'Occident, en vertu de sa supériorité culturelle et raciale, est investi à fin d'aboutir à la civilisation, le progrès et le prospérité dans le reste du monde. La perspective totalement eurocentrique et la tentative subtile d'annuler la distance culturelle expliquent l'aptitude paternaliste adoptée par les colons, aptitude qui est clairement exprimé dans les vers de Rudyard Kipling. Le poète par excellence de l'impérialisme britannique, dans une poésie devenue emblématique, parle de « le fardeau de l'homme blanc<sup>98</sup> » [*the white man's burden*] : saisi d'une grande responsabilité historique, l'homme blanc est décrit comme un bienfaiteur de l'humanité, un philanthrope de la culture engagé dans sa mission, malgré l'ingratitude et la rébellion des indigènes.

Il est précisément grâce aux intellectuels au service du pouvoir politique comme Kipling que cette représentation idéologiquement orientée a gagné la faveur de l'opinion publique européenne, en devenant le prétexte universellement partagé pour contrôler, manipuler, incorporer une réalité différente et, donc, en légitimer la colonisation. Le colonialisme est tout à fait eurocentrisme armé, institutionnalisé, devenu global<sup>99</sup>. Ce travail idéologique latent sur lequel se fonde la représentation de l'Orient a été étudié et théorisé par Edward Said, qui a créé le terme « Orientalisme<sup>100</sup> » en développant le concept dans l'essai homonyme de 1978. Par « Orientalisme » le sociologue veut dire l'ensemble d'idées créées par l'Occident pour justifier la assujettissement et la politique impérialiste, ensemble

---

97 ELIAS Norbert, *The Civilizing Process*, Oxford, Blackwell, 1994 [1939], p. 41.

98 KIPLING Rudyard, « The White Man's Burden: The United States & The Philippine Islands », in *Rudyard Kipling's Verse: Definitive Edition*, New York, Doubleday, 1929 [1899].

99 SHOHAT Ella, STAM Robert, *Unthinking Eurocentrism: Multiculturalism and the Media*, New York, Routledge, 2014, p. 16.

100 SAID Edward, *Orientalism*, Londres, Penguin, 1977.

qui est à la base du rapport entre Orient et Occident. L'Orient, tel qu'il est conçu par les colon, ainsi que l'Occident, est une création de l'homme développée au cours du temps, avec une tradition de pensée, un imaginaire et un vocabulaire. Bien entendu, l'Orient n'est pas une création sans une réalité correspondante, en tant qu'il existe physiquement une entité géographique à laquelle la représentation se réfère ; il est ce qui est dit sur l'Orient qui est filtré par la conscience occidentale et ne correspond pas à la réalité des faits. L'Orientalisme donc ne représente pas seulement une structure fictive, mais il est un système complexe de connaissances présumées sur l'Orient, filtrées par l'Europe. En outre, l'Orientalisme n'est pas une réflexion passive de la culture, mais une distribution de conscience géopolitique fictive dans les textes ; en effet, comme cela a été dit, le but ultime du colonialisme est l'assujettissement culturel. Voilà donc que l'Orientalisme montre la relation de pouvoir et domination établie entre Orient et Occident.

Bien que la domination coloniale directe soit terminée depuis longtemps, les conséquences sont encore très visibles aujourd'hui. Il est indéniable que la pauvreté et la dépendance économique du soi-disant Tiers Monde à l'égard de l'Occident soient un héritage du colonialisme, au point qu'il est d'usage parler de « néocolonialisme ». Cependant, au-delà des conséquences les plus évidentes, liées à l'exploitation des ressources et à autres formes de contrôle économique, militaire et politique, il est possible d'identifier d'autres pratiques coloniales qui ont été léguées jusqu'à nos jours et qui constituent l'héritage culturel du colonialisme. Ces pratiques culturelles ont été transmises à travers le discours colonial. À ce propos, il est nécessaire de prendre nos distances du principe foucauldien qui conçoit le discours comme historicisé. En effet, selon l'intellectuel français, la pratique du discours est fondamentalement historicisée, dans le sens que chaque discours véhicule des connaissances qui signifient quelque chose seulement dans un contexte historique spécifique ; Foucault pense que, au cours de chaque période historique, le discours produise des formes de connaissances et pratiques de représentation qui varient radicalement selon la période, sans une

nécessaire continuité entre eux<sup>101</sup>. Cette conception concerne toute forme de discours, y comprise celle du discours colonial. Ce que la réflexion de Foucault ne prend pas en considération est que la représentation que le discours colonial produit sur l'autre ne se limite pas aux représentations de l'autre les plus manifestes et concrètes dans les textes et les documents. Le discours colonial produit aussi un autre ensemble de représentations de l'autre - ce que Saïd appelle « Orientalisme latente » [*latent Orientalism*] - un système de manifestations caractérisé par stabilité, unanimité et durabilité qui reste toujours le même dans le temps. Ces manifestations latentes produites par le discours colonial, sont à la base du processus de transmission des stéréotypes et de leur reproduction jusqu'à nos jours, en constituant la structure caractéristique des sociétés européennes contemporaines.

La présence d'un immuable et durable système de représentations de l'étranger, qui se cache derrière la versatilité des sociétés à travers l'histoire, explique comment la culture coloniale a été capable de construire et consolider une ontologique supériorité européenne par rapport aux « races inférieures sans loi<sup>102</sup> » [*lesser breeds without the law*], pour citer un autre vers de Kipling. Cette supériorité, qui a représenté « la légitimation foncière de la conquête indigène » n'est pas, comme dit le fervent impérialiste Harmand – « seulement mécanique, mais surtout une supériorité morale, et c'est en elle que réside notre dignité et sur quoi se fonde notre droit à la direction du reste de l'humanité, la puissance matérielle n'en est que l'outil<sup>103</sup> ».

## 2.6 L'« autre » et la République

La France a été une des plus grandes puissances coloniales de l'histoire ; il suffit de penser que, au début de la seconde guerre mondiale, les territoires contrôlés par la France couvraient une surface d'environ 12 millions et demi de kilomètres carrés, qui correspondaient à vingt-cinq fois les dimensions de la

---

101 HALL Stuart, "Foucault: Power, Knowledge and Discourse", dans *Discourse Theory and Practice: A Reader* (Wetherell, Taylor, Yates), Sage Publications Ltd, Londres, 2005, p. 75.

102 SHOHAT Ella, STAM Robert, *op. cit.*, Routledge, New York, 2014, p. 18.

103 HARMAND Jules, *Domination et Colonisation*, Paris, A. Colin, p. 156.

France métropolitaine, une extension dépassée seulement par le *Commonwealth* britannique<sup>104</sup>. Même après la longue phase de décolonisation à laquelle la plupart de ses territoires ont été soumis, la France a continué – et continue aujourd'hui – d'y exercer une forte influence d'un point de vue politique et économique. Aujourd'hui, des exemples de telle étroite relation sont représentés par l'intervention militaire française au Mali contre des groupes terroristes locaux, ainsi que l'exploitation des ressources primaires dans les territoires de ses ex-colonies, comme l'uranium au Niger.

Le passé colonial de la France ne cesse pas d'avoir des effets importants sur son présent. Toutefois, ces conséquences ne concernent pas seulement la sphère politique et économique du pays, mais aussi celle socio-culturelle. En effet, ce qui a caractérisé le système colonial français et qui l'a distingué des autres puissances européennes a été la place centrale accordée à la « mission civilisatrice » de la nation. Si pour l'Espagne il s'agissait avant tout d'un colonialisme d'exploitation économique et pour le Royaume-Uni principalement d'une domination politique indirecte, dans la colonisation « à la française » c'est plutôt le facteur culturel à jouer un rôle central. Dans l'imaginaire national français, qui s'est constitué depuis les Croisades, la domination des nouveaux territoires correspondait à l'accomplissement du « destin conquérant de l'hexagone<sup>105</sup> ». Il s'agissait d'un colonialisme fondé sur le principe de l'assimilation culturelle : conquérir signifiait diffuser et imposer à tous les peuples assujettis les valeurs considérées comme typiquement françaises et, en même temps, universelles, telles que les principes de liberté, l'égalité, la confiance dans le progrès et dans la grandeur de la nation. Ce système de valeurs, grâce aussi à la vague des conquêtes coloniales qui ont caractérisé l'époque contemporaine deviendra le système propre de la République française<sup>106</sup>.

Parler de l'histoire de la République française signifie donc parler surtout de l'histoire du colonialisme français. Le lien consubstantiel qui existe entre le passé

---

104 CARACCILO Lucio, « Quel che resta del colonialismo », in *Limes*, 2013, [www.limesonline.com](http://www.limesonline.com).

105 BANCEL Nicolas, BLANCHARD Pascal, « La fondation du républicanisme colonial. Retour sur une généalogie politique », in *Mouvements* 2005/2 (no 38), p. 27.

106 *Ibid.*



colonial et la construction du système républicain est évident, au point que, en parlant de la France, Bancel et Blanchard utilisent l'expression « républicanisme colonial<sup>107</sup> ». Les valeurs dont la République française s'est toujours déclarée porte-parole semblent résulter de l'ancienne idéologie coloniale et se renforcer avec chaque projet colonial et vice-versa, en tant que la volonté d'« éduquer » le reste du monde selon les principes républicains a représenté la force motrice de l'expansionnisme français. Ce qui se crée, au cours des années, à travers la politique coloniale de la République est une dichotomie essentielle entre conquérants et conquis, une tendance qui aura du mal à disparaître. Bancel et Blanchard expliquent :

Il s'opère donc une « rupture épistémologique » qui fait de l'acte de conquête l'un des prolongements naturels de la République – muée dès lors en République colonisatrice – et de la différenciation entre blancs et populations extra-européennes un principe de discrimination essentiel de l'application des principes républicains. Cette conjoncture est absolument fondamentale puisqu'elle institue l'inégalitarisme racial au cœur du dispositif républicain colonial, de façon mécanique, juridique, institutionnelle, littéraire et iconographique<sup>108</sup>.

L'inégalitarisme dévient une composante implicite du discours républicain et cela montre le caractère paradoxal qui y est présent. Le « modèle français » de citoyenneté promu par la République fait référence à l'idée d'une nation constituée par des « citoyens universels », imprégnés des valeurs positives et considérés égaux entre eux ; les principes d'assimilation et de neutralité empêchent de s'intéresser aux diverses identités et visent à annuler toute différence entre les citoyens. Il est dans cette conception d'égalité typiquement française qui réside, paradoxalement, l'inégalitarisme : le citoyen idéal conçu par le « modèle français » plus qu'être « universel », il est « neutre » et sa neutralité vient du fait que ses caractéristiques correspondent à celles du Français moyen, c'est-à-dire

---

107 *Ibid.*

108 *Ivi*, pp. 28-29.

d'ethnie blanche, de classe moyenne, d'origine française.

L'idée de la supériorité de la France – implicitement enracinée dans le discours républicain – était parfaitement conforme à la logique expansionniste de l'époque coloniale, en véhiculant le message selon lequel « c'est parce que la France postule l'égalité des hommes qu'elle [avait], plus que d'autres, le droit de coloniser le monde<sup>109</sup> ». À cette époque-là, le rapport entre l'identité française et l'« autre » se fondait sur cette prétendue supériorité. L'altérité était représentée par les populations colonisées, géographiquement éloignées et politiquement subjuguées. À leur égard, la France adoptait l'attitude paternaliste que sa « mission civilisatrice » exigeait.

La situation commence à évoluer après la première guerre mondiale, avec la première grande vague d'immigration provenant des colonies, qui rejoint la France métropolitaine pour remplacer aux champs et dans les usines les Français partis à la guerre. Même s'il s'agit d'un séjour temporaire, la présence à l'intérieur du territoire français des étrangers – notamment originaires d'Algérie et de religion musulmane – efface la distance physique qui existait auparavant et permet un premier contact direct entre la République et l'altérité. Après une première phase caractérisée par des migrations circulaires, au moment où les colonies françaises gagnent indépendance, il devient clair que beaucoup d'immigrés qui se trouvent dans la France métropolitaine sont voués à y rester définitivement et à devenir, un jour, des citoyens français à part entière. Ce qui a été considéré « autre » devient inévitablement une partie intégrante de la société française.

Aujourd'hui la façon dont laquelle se construisent les discours sur l'identité et l'altérité dans la société française représente donc un héritage des enjeux de l'histoire coloniale de France. L'« autre » est représenté par les identités minoritaires qui habitent en France et qui sont issues de l'immigration, notamment de celle postcoloniale ; en même temps, la plupart des membres de ces minorités sont de nationalité française et donc, au moins en apparence, ils sont

---

109 BANCEL Nicolas, BLANCHARD Pascal, « Les origines républicaines de la fracture coloniale », in *La Fracture Coloniale. La société française au prisme de l'héritage colonial*, Blanchard, Bancel, Lemaire éd., Paris, La Découverte, 2005, p. 35.

« indissociables juridiquement<sup>110</sup> » des autres Français, souvent désignés par l'expression « Français de souche ». De plus, l'insistance de la politique française sur la neutralité des citoyens et l'indifférenciation formelle, qui devraient assurer une égalité de traitement entre tous les citoyens au nom des principes universels de la République, ont paradoxalement mis l'accent sur les différences intérieures à la société.

Le statut de l'« autre » dans la société contemporaine ne peut pas donc se penser sans rapport avec la réflexion sur l'identité française<sup>111</sup>. En effet, si la définition de l'altérité est toujours importante pour déterminer l'identité et vice versa – en raison de leur rapport de complémentarité –, dans le cas de la construction identitaire française et de la construction de l'« autre » qui lui est associée, cela s'avère d'autant plus nécessaire. Il est utile d'observer le rôle que les médias français ont joué, au cours des années, dans la construction du rapport, sans doute conflictuel, entre l'identité française et l'altérité qui lui est intrinsèque.

## **2.7 La construction médiatique de l'« autre »**

En étudiant l'évolution du rapport entre l'Europe et l'islam au cours des siècles, le sociologue Liogier explique :

On peut résumer, de façon caricaturale mais signifiante, en quatre grandes étapes la mutation du regard européen sur l'islam : le regard fasciné, surtout caractéristique du XIX<sup>e</sup> siècle, le regard méprisant, caractéristique du XX<sup>e</sup> siècle, puis le regard effrayé à partir des années 1980 et enfin, aujourd'hui, le regard paranoïaque<sup>112</sup>.

Cette distinction en différentes étapes de la façon dont l'Occident s'est rapporté et a observé le monde musulman bien se reflète sur les représentations données par les médias.

---

110 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, « L'ennemi intérieur : la construction médiatique de la figure de l'« Arabe », en *La Fracture Coloniale. La société française au prisme de l'héritage colonial*, Blanchard, Bancel, Lemaire éd., Paris, La Découverte, 2005, p. 192.

111 BANCEL Nicolas, BLANCHARD Pascal, *op. cit.*, p. 34.

112 LIOGIER Raphaël, *Le mythe de l'islamisation : essai sur une obsession collective*, Paris, Seuil, 2012, p. 33.

Pour ce qui concerne les médias français – en particulier la presse écrite –, le traitement qui a été réservé à l'islam de France a connu une évolution conforme à celle observée par Liogier dans le plus large contexte européen, avec des éléments particuliers dus à la spécificité du rapport que la France a toujours eu avec la communauté musulmane. Il est possible d'affirmer, en effet, que ces représentations dominantes sont, au moins en partie, dérivées de l'histoire coloniale de la République.

Un premier rencontre entre la France et l'« autre » musulman remonte à la période de la Révolution, avec la première expédition de Napoléon en Égypte. Ce rencontre s'accompagne d'un intérêt envers l'autre qui s'inscrit dans la première vague d'Orientalisme et qui se traduit dans la construction dans l'art et la littérature de l'image d'un islam positivement caricaturé. Cette fascination initiale envers une altérité éloignée et presque inconnue est bientôt remplacée par l'esprit paternaliste que la « mission civilisatrice » à la base de la logique colonialiste exige. Le regard sur l'islam est de plus en plus méprisant au fur et à mesure que le phénomène de l'immigration naît et devient une réalité en France, en réduisant la distance entre le peuple français et ceux colonisés.

Après la décolonisation des années 1950 et 1960, au moment où beaucoup d'immigrés décident de s'établir dans le territoire français de manière permanente, la perception de l'« autre » de la part de la population française change encore une fois et cela se reflète sur la couverture médiatique de ce qui est définitivement devenu le « problème de l'immigration ».

Deltombe et Rigouste ont individué la présence dans les médias français, à partir des années 1970, d'un processus de simplification et d'homogénéisation de la figure du musulman français qui est réduit à une série d'oppositions manichéennes associées aux images de l'« autre », comme les oppositions entre vrais et faux Français, bons et mauvais immigrés, musulmans modérés et radicaux<sup>113</sup>. Tous ces figures dichotomiques – destinées à devenir récurrentes dans le traitement médiatique de l'islam de France – s'inscrivent dans un nouveau discours sécuritaire qui associe l'islam à une menace intérieure au pays. Dans ces

---

113 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, *op. cit.*, pp. 191-192.

années-là, l'« autre » musulman est représenté par l'image d'un « ennemi intérieur<sup>114</sup> » à la France, qui menace la sécurité de la société française. Dans les journaux, se renforce la tendance à l'« ethnicisation du crime<sup>115</sup> », c'est-à-dire la tendance à établir une relation directe entre un crime et l'origine étrangère du criminel – en particulier si d'origine arabe, africaine ou rom – et à la mettre en évidence dans le compte-rendu journalistique du fait.

L'« autre » n'est pas seulement représenté comme un danger pour la sécurité, mais aussi pour l'identité nationale. À cet égard, il est emblématique le titre choisi par *Le Figaro Magazine* pour l'édition du 26 octobre 1985 qui se pose la question « Serons-nous encore Français dans trente ans<sup>116</sup> ? ». Le titre introduit une enquête sur les conséquences supposées de la présence musulmane en France et il est accompagné de l'image du buste d'une Marianne – symbole de la République – habillée d'un voile islamique. Le choix de ce titre et de l'image qui le supporte sont révélateurs de la croyance largement répandue à l'époque selon laquelle les musulmans auraient été les partisans d'une sorte de « processus d'acculturation inversée<sup>117</sup> » capable de mettre en danger l'identité française au point de réussir, un jour, à l'éliminer. Il en résulte l'idée d'une totale incompatibilité entre les préceptes musulmans et les valeurs républicaines, une représentation qui aura du mal à quitter l'imaginaire médiatique français.

Les années 1980 sont marquées par une générale méfiance des Français envers les musulmans de France et par leur exclusion sociale. L'opposition manichéenne dominante est celle entre les « Français de souche » et les « Français issus de l'immigration » qui, en fait, ne sont pas considérés des vrais citoyens à cause de leurs caractères culturels inassimilables à l'identité laïque et républicaine de la France. Plusieurs sont les sondages que les journaux de l'époque publient sur ce sujet et il sont souvent construits de manière à orienter le débat. Un exemple est représenté par l'enquête publiée le 30 novembre 1989 dans *Le Monde* sur le rapport entre l'islam et la société française. Dans l'article il est expliqué que

---

114 *Ibid.*

115 DAL LAGO Alessandro, *Non-persone. L'esclusione dei migranti in una società globale*, Milano, Feltrinelli, 2012 [2004]. Traduction de l'auteur.

116 *Le Figaro Magazine* cité par DELTOMBE Thomas et RIGOUSTE Mathieu, *op. cit.*, p. 192.

117 LIOGIER Raphaël, *op. cit.*

l'institut de sondages IFOP s'est occupé d'« interroge[r], parallèlement, un échantillon représentatif de la population française et un échantillon représentatif de la population musulmane<sup>118</sup> » ; les résultats obtenus ont montré que plus de deux Français sur trois ont une image très négative de l'islam et que, par contre, neuf musulmans sur dix estiment que leur religion est compatible avec une intégration dans la société française<sup>119</sup>. Au-delà des résultats – qui révèlent quand même deux positions diamétralement opposées –, il est intéressant d'observer que les personnes interrogées sont divisées entre Français et musulmans, en impliquant que les musulmans ne sont pas considérés des citoyens français à part entière.

Les événements qui ont marqué les années 1990, à l'intérieur de la France comme à l'étranger, ont eu pour effet de modifier partiellement la couverture médiatique de l'islam français. La façon dont les médias français et occidentaux présentent les faits concernant la première guerre du Golfe en 1990-1991 redéfinit la question de l'islam de France sur un plan international<sup>120</sup> : l'islam ne représente plus seulement une menace à l'intérieur, mais aussi à l'extérieur du pays, en établissant un lien direct entre les musulmans français et tous les autres.

Malgré l'homologation entre musulmans, les médias semblent prendre progressivement conscience « des "effets non désirés" de la médiatisation, en particulier sur les questions "identitaires" » et montrent « la volonté de s'en dédouaner sans toucher à la structure du système médiatique français ni au cadre idéologique qui sous-tend son fonctionnement<sup>121</sup> ». Les médias commencent à prendre les distances des évidentes opérations d'amalgame jusqu'alors proposées ; dans le discours médiatique la classification dichotomique ne voit plus l'opposition entre Français « autochtones » et Français d'origine étrangère, mais plutôt une distinction interne à ce dernier groupe entre « immigrés intégrés » et « immigrés non intégrés », entre « bons musulmans » et « mauvais musulmans ». Cette reformulation du rapport avec la diversité repose encore sur des opérations

---

118 *Le Monde*, 30 novembre 1989, [www.europresse.com](http://www.europresse.com).

119 *Ibid.*

120 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, *op. cit.*, p. 193.

121 *Ivi*, pp. 194-195.

d'amalgame, même si plus ciblées.

À l'intérieur du groupe émergent des figures positives de l'intégration<sup>122</sup>, ainsi que des figures négatives qui deviendront récurrentes. Parmi ces dernières figures, celle du « terroriste islamiste » devient dominante à partir de la seconde moitié des années 1990. Les événements qui ont marqué la naissance de cette nouvelle représentation dans le discours médiatique français ont été les attentats perpétrés en France au cours de l'été 1995, dans lesquels un rôle central a été joué par Khaled Kelkal, un jeune Français d'origine algérienne et résidant dans la banlieue lyonnaise. À l'image du « terroriste » sont associés alors des autres figures stigmatisées, comme celle du « musulman radical » ou celle du « jeune de banlieue ». L'image ambiguë du « jeune de banlieue » occupe en particulier une position de premier plan dans la presse des années 2000, à cause des nombreuses tensions sociales, fruit de l'échec des politiques assimilationnistes et de l'intégration. Cela a débouché en automne 2005 sur des violentes révoltes dans les banlieues des grandes villes françaises.

La médiatisation de l'islam des années 2010 s'avèrent être un condensé de toutes les représentations qui ont été dédiées au cours des décennies à la figure de l'« autre » intérieur au territoire français. Les musulmans de France ont été soumis à différentes processus d'altérisation de la part des médias : initialement, à l'époque coloniale, il s'est agi d'une altérité juridique à part entière qui s'est puis transformée dans une altérité culturelle, religieuse et enfin territoriale<sup>123</sup>. Aujourd'hui, toutes ces différentes façons de construire le rapport entre l'identité et l'altérité peuvent être individuées dans les médias français. Il est intéressant de voir quelles entre les représentations qui se sont consolidées dans le temps ont été utilisées par la presse écrite française dans la construction du rapport entre identité et altérité dans le discours médiatique sur les attentats du 13 novembre 2015 à Paris.

---

122 *Ibid.*

123 CHOUKOUR Marc-Olivier, *La constitution d'une menace musulmane ou l'essentialisation de l'altérité*, [www.culturescrashs.wordpress.com](http://www.culturescrashs.wordpress.com).





## **CHAPITRE 3**

### **CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE**

#### **3.1 Le contexte et les objectifs de l'analyse**

Dans la nuit du 13 novembre 2015 une série d'attentats s'est déroulée au cœur de Paris, en provoquant 130 morts et 350 blessés. Ces attaques ont été rapidement revendiquées par l'organisation terroriste soi-disant État Islamique et perpétrées par trois commandos de kamikazes.

Une première attaque-suicide a eu lieu à Saint-Denis, hors du stade de France, pendant le match de football France-Allemagne, auquel le président Hollande en personne était en train d'assister. Immédiatement après cette première attaque, un commando de trois individus a mitraillé les terrasses de plusieurs cafés et restaurants dans les rues des 10<sup>e</sup> et 11<sup>e</sup> arrondissements; deux d'entre eux ont pris la fuite, le troisième s'est fait exploser. Enfin, l'attaque la plus longue et la plus meurtrière a eu lieu dans la salle de spectacle du Bataclan, où 1500 personnes étaient en train d'assister à un concert rock : trois autres terroristes ont ouvert le feu sur le public, avant qu'un assaut des forces de l'ordre n'y mît fin et ne tuât les terroristes.

Les objectifs de cette analyse empirique sont liés entre eux. Nous nous nous fixons, d'un côté, d'individuer les différentes représentations des attentats du 13 novembre 2015 données par les journaux sélectionnés dans notre recherche ; de l'autre côté, de saisir et analyser les discours sur l'identité française et l'altérité musulmane qui sont sous-jacents aux représentations des attentats individualisés.

#### **3.2 La sélection des quotidiens**

Ce travail de recherche s'appuie sur l'analyse d'articles de la presse quotidienne française. Les journaux retenus sont *Le Monde*, *Le Figaro* pour ce qui concerne la presse écrite nationale et *Le Parisien* pour ce qui concerne la presse écrite régionale. Ils ont été sélectionnés selon différents critères : l'âge et l'influence de l'organe de presse ; le niveau d'audience et la diffusion des

journaux ; leur ligne éditoriale. Pour ce qui concerne le premier critère, les trois journaux retenus sont considérés des pierres angulaires de la presse nationale et locale : leur passé prestigieux, les collaborations avec les journalistes les plus influents en font des autorités dans la diffusion de l'information, au niveau régional, national et international.

En termes de diffusion en nombre d'exemplaires, *Le Monde* et *Le Figaro* ont occupé les premières places dans les ventes en 2015<sup>124</sup>, en restant les plus lus entre les quotidiens nationaux. *Le Parisien* s'est classé quatrième entre les quotidiens régionaux en 2015, avec une vente de 215.006 exemplaires<sup>125</sup>. Le choix d'insérer un journal régional dans cette analyse est dû au fait que, malgré la crise qui au cours des dernières années a frappé l'entier secteur de la presse écrite, la presse quotidienne régionale en France, continue à avoir un grand succès, au point d'être de loin plus vendue que la presse nationale.

Enfin, ces trois journaux possèdent des lignes éditoriales relativement modérées, mais avec des positions diversifiées sur le spectre politique, au point que, en ce qui concerne leurs choix idéologiques, les réputations de *Le Monde* et de *Le Figaro* ont souvent été considérées diamétralement opposées<sup>126</sup> : *Le Monde* est généralement présenté comme un journal de centre-gauche, alors que la ligne éditoriale de *Le Figaro* est plus classée au centre-droit. *Le Parisien* est considéré un journal modéré, sans une particulière position politique.

Les éditions des quotidiens soumises à l'analyse sont celles publiées les dix premiers jours suivant les attentats de Paris (14 – 23 novembre 2015). Le choix de se concentrer sur une période si limitée est justifié par deux raisons. La première raison est d'ordre pratique et concerne la couverture médiatique intensive que chaque édition a dédié aux événements et qui a donné lieu à la publication d'un grand nombre d'articles ; ne se focaliser que sur dix jours a permis de mener une recherche qualitative plutôt que quantitative et de procéder à une analyse plus approfondie du contenu des articles sélectionnés. La seconde raison qui motive ce

---

124 Voir *L'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias*. Source : [www.acpm.fr](http://www.acpm.fr).

125 *Ibid.*

126 DE COCK Rozane, DU PONT Koenraad, « Comparison of News Reporting on Islam in Wallonia and France », in *Representations of Islam in the News: A Cross-Cultural Analysis*, Martens et de Smaele ed., Londres, Lexington Books, 2016, p. 111.

choix est liée au fait que, très souvent, les récits proposés par les médias dans les jours immédiatement suivants un événement crucial comme une attaque terroriste peuvent révéler plus de choses que ce qui est attendu. Comme en témoignent d'autres travaux concernant le traitement journalistique des nouvelles en temps de crise nationale<sup>127</sup>, le discours initial peut être compris comme le discours exemplaire de la position d'un journal face à un événement, en tant que le cadrage événementiel qui se met en place immédiatement n'est que peu modifié par la suite, sauf si d'autres faits impliquent une reconfiguration forte de l'événement<sup>128</sup>.

Une autre question a été traitée avant de procéder à l'analyse des données, celle représentée par le choix entre la presse écrite et la presse en ligne. Comme nous l'avons vu, au cours des dernières années le secteur de la presse écrite a subi une crise profonde due au développement du journalisme en ligne. Le succès de celui-ci est à attribuer à différents facteurs : l'accessibilité immédiate, la gratuité de l'information, une étendue des contenus quasi-illimitée, l'interactivité ne sont que des exemples. Néanmoins, sur le plan du contenu, les journaux écrits continuent d'offrir une information plus approfondie, même par rapport à leurs propres sites Web ; le dossier, la chronique, le reportage, l'éditorial sont des types d'articles qui prévoient un approfondissement des thèmes traités qui est souvent absent dans les versions en ligne, à cause de leur différente situation communicative. Les articles essentiellement présents dans la presse imprimée ont donc été considérés plus appropriés pour cette étude. Pour cette raison le choix s'est porté sur la version papier des journaux sélectionnés, malgré les difficultés majeures rencontrées dans la recherche et la consultation des éditions sur papier. En ce qui concerne les journaux sélectionnés pour notre recherche, leur version PDF a été fournie par le site Web français [europresse.com](http://europresse.com)<sup>129</sup>, une base de données de presse en texte intégral accessible sur abonnement par Internet.

Entre les éditions des quotidiens récupérées, seuls les articles concernant le terrorisme ont été pris en considération afin d'être analysés. Leur sélection, donc,

---

127 Voir les travaux d'Isabelle Garcin-Marrou.

128 GARCIN-MARROU Isabelle, « Des "jeunes" et des "banlieues" dans la presse de l'automne 2005 : entre compréhension et relégation. », en *Espaces et sociétés*, Paris, n° 128-129, 2007, p. 23.

129 [www.europresse.com](http://www.europresse.com).

a été faite sur la base d'un seul critère, celui de la pertinence du contenu : un article a été considéré pertinent et donc a été sélectionné s'il a traité des événements de Paris ou des questions liées au terrorisme islamiste en général. Les articles envisagés sont nombreux et comprennent différentes typologies d'article journalistique, notamment des chroniques, des reportages, des analyses, des portraits, des interview, des éditoriaux. Au total, plus de cinq-cent articles ont été repérés, 101 pour *Le Monde*, 135 pour *Le Figaro* et 98 pour *Le Parisien*. Le Tableau 1 ci-dessous montre le corpus des articles qui, entre tous ceux pris en considération, ont été cités dans cette étude, en précisant le numéro des extraits tirés de chaque article, le titres des articles en question, les journaux dont ils ont été tirés, la date de publication et la page.

Tableau 1. Corpus des articles de presse cités dans l'analyse

<i>Extrait</i>	<i>Titre de l'article</i>	<i>Journal</i>	<i>Date de publication</i>
1	Impitoyable ?	<i>Le Figaro</i>	16-11-2015, p. 1
2	Tardive lucidité	<i>Le Figaro</i>	17-11-2015, p. 1
3	Un commanditaire belge parti en Syrie	<i>Le Monde</i>	17-11-2015, p. 2
4, 5, 6	Pas de double peine pour les Français d'origine arabe !	<i>Le Monde</i>	17-11-2015, p. 16
7	La solitude de la France	<i>Le Figaro</i>	21-11-2015, p. 1
8	Reprendre l'initiative	<i>Le Parisien</i>	20-11-2015, p. 2
9	Planète bleu-blanc-rouge	<i>Le Monde</i>	21-11-2015, p. 8
10	Paris ne meurt jamais	<i>Le Figaro</i>	18-11-2015, p. 6
11	Revenir à la vie	<i>Le Parisien</i>	15-11-2015, p. 2
12	Notre défi	<i>Le Parisien</i>	19-11-2015, p. 2
13	Agissons !	<i>Le Parisien</i>	18-11-2015, p. 2
14	« Si nous restons spectateurs nous finirons aux extrêmes »	<i>Le Parisien</i>	16-11-2015, p. 28
15, 22	Nos ennemis	<i>Le Parisien</i>	16-11-2015, p. 2
16	François Hollande : « Je veux que la France puisse rester elle-même »	<i>Le Monde</i>	18-11-2015, p. 11
17, 27	Djihadistes kamikazes : l'agneau du diable	<i>Le Figaro</i>	19-11-2015, p. 19
18, 23	Prenons garde à un nouveau Munich !	<i>Le Monde</i>	17-11-2015, p. 33
19	Pour combattre le terrorisme djihadiste, revenons ce que nous avons toujours été	<i>Le Figaro</i>	20-11-2015, p. 20
20	Les Français mobilisés contre le terrorisme	<i>Le Parisien</i>	15-11-2015, p. 2

21	Pour les Chinois, une tuerie incompréhensible	<i>Le Figaro</i>	17-11-2015, p. 18
24	Quand la jeunesse de France entre en guerre	<i>Le Figaro</i>	17-11-2015 p. 19
25	Musulmans et chrétiens ensemble contre les terroristes	<i>Le Parisien</i>	16-11-2015, p. 39
26	Les Musulmans espèrent échapper aux amalgames	<i>Le Monde</i>	17-11-2015, p. 11
28	Pour les musulmans, s'inquiéter de l'amalgame n'est plus suffisant	<i>Le Monde</i>	20-11-2015, p. 16
29, 32, 38	La gauche sécuritaire, du bout des lèvres	<i>Le Figaro</i>	20-11-2015, p. 21
30	L'islam de France dénonce l'idéologie de haine des criminels terroristes	<i>Le Figaro</i>	20-11-2015, p. 4
31	Voltaire peut-il nous sauver ?	<i>Le Figaro</i>	19-11-2015, p. 17
33, 39	Contre les attentats islamistes, renforcer la détection précoce	<i>Le Figaro</i>	20-11-2015, p. 20
34, 37	Pas de double peine pour les Français d'origine arabe !	<i>Le Monde</i>	20-11-2015, p. 16
35	L'immeuble de l'assaut, concentré de misère humaine	<i>Le Monde</i>	20-11-2015, p. 8
36	La culture ne doit pas s'incliner devant leurs balles	<i>Le Figaro</i>	16-11-2015, p. 35

### 3.3 La méthode : *Critical Discourse Analysis*

La méthodologie employée dans cette recherche s'appuie sur une combinaison d'outils analytiques et approches qui appartiennent au domaine de l'« analyse critique du discours » [*critical discourse analysis*] et de l'« analyse du cadre » [*frame analysis*].

L'analyse critique du discours (CDA) s'intéresse à l'analyse des aspects de la vie sociale par l'examen de l'emploi du langage. Elle n'est pas une véritable méthode d'analyse, mais plutôt une perspective critique, une position ou une attitude dans le domaine multidisciplinaire des *Discourse Studies*<sup>130</sup>. Ces « études sur le discours », appelées aussi « analyse du discours » [*discourse analysis*], représentent un ensemble d'approches méthodologiques qui ont le but de décrire et comprendre les différentes formes du discours. La CDA plonge ses racines dans une branche particulière des études sur le discours, appelée « linguistique critique », selon laquelle le discours ne se limite pas à refléter les processus

130 VAN DIJK Teun, « Critical Discourse Studies: a sociocognitive approach », in *Methods of Critical Discourse Analysis* Wodak Ruth et Meyer Michael éd., Londres, Sage, 2009, pp. 62-63.

sociaux, mais affirme, renforce et reproduit les structures sociales existantes<sup>131</sup>. À partir de ce principe, les théoriciens de l'analyse critique du discours – comme Van Dijk, Fairclough, Wodak – partagent la vision commune de la centralité du langage comme instrument de construction sociale. Le but de cette analyse est celui d'individuer et comprendre la relation dialectique qui existe entre le texte et le plus vaste contexte social, entre les actes linguistiques et les phénomènes sociaux : les contextes sociaux façonnent et influencent le discours et, à son tour, le discours influence la réalité sociale et politique. En d'autres termes, le discours constitue et en même temps est constitué par la pratique sociale<sup>132</sup>. Plus spécifiquement, l'analyse critique vise à démasquer la façon dont le discours reflète et perpétue les structures de pouvoir dans la société. Pour cette raison elle est souvent utilisée dans les études sur la reproduction des systèmes sociaux de discrimination, comme par exemple la reproduction du racisme ou des inégalités des sexes et des classes.

Outre à la linguistique critique, la CDA fait appel à un grand nombre d'autres disciplines, allant de la psychologie aux sciences humaines aux sciences sociales. La raison de cette versatilité en est que la CDA est centrée sur la résolution des problèmes plutôt qu'être orientée sur l'application de la méthode<sup>133</sup>. En conséquence, les domaines disciplinaires explorés par cette analyse sont plusieurs et peuvent varier à selon de la complexité du phénomène observé et de l'objectif de la recherche. Cela explique aussi la grande diversité d'approches générées par l'analyse critique du discours, qui comprend des approches comme *Functional Systemic Grammar*, *Socio-cognitive Approach*, *Visual Grammar*, *Discourse-Historical Approach*, pour n'en citer que quelques-unes.

L'analyse critique du discours se distingue de l'analyse du discours plus générale, donc, parce qu'elle ne se limite pas à la description des pratiques discursives, mais vise à expliquer comment et pourquoi un particulier discours a

---

131 FOWLER Roger, HODGE Bob, KRESS Gunther, TREW Tony, *Language and Control*, Londres, Routledge, 1979.

132 WODAK Ruth, DE CILLIA Rudolf, REISIGL Martin, LIEBHART Karin, *The Discursive Construction of National Identity*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2009, p. 8.

133 VAN DIJK Teun, *op. cit.*

été construit et à dénoncer celle que Van Dijk appelle l'« injustice discursive<sup>134</sup> » cachée dans certains textes écrits et oraux. Comme l'explique Wodak, le but ultime – et peut-être un peu naïf – de l'analyse doit être celui de mettre « les résultats [...] à disposition des experts des différents domaines, et dans un deuxième temps, [les] appliqu[er], avec le but de changer certaines pratiques sociales et discursives<sup>135</sup> ».

Une critique qui a été adressée à la CDA concerne précisément son engagement dans la lutte contre l'injustice sociale : la concentration des efforts sur l'individuation des signes de préjudice et de discrimination cachés dans les textes a parfois conduit à des résultats qui ont été accusés d'être peu objectifs et d'avoir amplifié les biais. D'ailleurs, la CDA ne prétend pas être capable de prendre une position totalement objective, socialement neutre et analytique<sup>136</sup>. En tout cas, l'analyse critique du discours ne doit pas nécessairement être employée que dans la détection de l'inégalité sociale. Elle peut être également utilisée dans le but plus général de « mettre en évidence les traces des pratiques culturelles et idéologiques dans les textes oraux et écrits<sup>137</sup> ». Celui-ci est le but de notre recherche.

L'objectif de notre recherche est celui de comprendre la façon dont les médias ont représenté les événements du 13 novembre 2015, en nous focalisant sur la façon dont les discours sur l'identité nationale et sur l'altérité en France ont été construits. Cette recherche s'est servie de différentes notions tirées de plusieurs approches à l'analyse critique du discours, en élaborant une démarche méthodologique diversifiée et hétérogène. Une des approches prises en considération est celle proposée par Fairclough, selon lequel l'analyse critique du discours représente un instrument utile et efficace pour comprendre les relations qui existent entre texte et contexte social, en tant que « le langage n'est qu'une

---

134 *Ibid.*

135 WODAK Ruth, « Critical Discourse Analysis », in *Qualitative Research Practise*, Londres, Sage, 2004, p. 200.

136 *Ibid.*

137 O'HALLORAN Kiernan, « Casualness vs Commitment. The use in Critical Discourse Analysis of Lakoff and Johnson's approach to metaphor » in *Cognitive Linguistics in Critical Discourse Analysis : Application and Theory* par Hart et Lukeš, Newcastle, Cambridge Scholars Publishing, 2007, p. 159.

forme de pratique sociale<sup>138</sup> ». Cette conception du discours comporte un intérêt envers différents niveaux d'interprétation du discours, plus précisément envers l'analyse linguistique du texte, l'analyse du contexte du discours et l'analyse du contexte social. Fairclough a donc élaboré un modèle tridimensionnel dans l'étude du discours, « où le but est celui de tracer trois différentes formes d'analyse superposées : l'analyse linguistique du texte, l'analyse de la pratique discursive (les processus de production, distribution et consommation du texte), l'analyse des événements discursifs comme exemples de pratiques socioculturelles<sup>139</sup> ». En d'autres termes, Fairclough propose une interprétation du discours aux micro, méso et macro-niveaux. Le micro-niveau est caractérisé par l'analyse de la syntaxe, du lexique et de l'emploi des figures rhétoriques. Au méso-niveau, l'étude d'un texte qui représente le compte-rendu d'un fait, comme un article de presse, permet de comprendre et démasquer les stratégies discursives de persuasion qui sont plus ou moins implicites dans le texte. Enfin, au macro-niveau d'analyse, il est possible d'individuer les thèmes principaux traités dans le texte et de détecter celles qui sont les relations intertextuelles qui existent entre les cadres médiatiques choisis et les questions sociales et culturelles plus générales. Notre recherche accordera une attention particulière à l'analyse des micro-éléments du texte comme les choix lexicaux, l'usage de la métaphore et de la citation, la nominalisation, l'emploi de formes grammaticales comme les pronoms personnels.

Une autre approche qui va être prise en considération dans notre analyse est l'« approche historique des discours » (*Discourse-Historical Approach*), un courant des CDA développé principalement par Wodak<sup>140</sup> pour étudier la construction du discours sur l'identité nationale en Autriche. Dans la DHA, l'adjectif « historique » ne signifie pas « diachronique », mais « inscrit dans un moment de l'histoire<sup>141</sup> ». Il s'agit donc d'une approche qui est synchronique car elle se focalise sur l'analyse d'un discours en tant que produit dans un moment

---

138 FAIRCLOUGH Norman, *Language and Power*, Londres et New York, Longman, 1989, p. 20.

139 FAIRCLOUGH Norman, *Critical discourse Analysis. The Critical Study of Language*, Londres et New York, Longman, 1995, p. 2.

140 WODAK Ruth, « What CDA is about », in *Methods of Critical Discourse Analysis* Meyer M. et Wodak R. éd., Londres, Sage, 2001.

141 PETITCLERC Adèle, « Introduction aux notions de contexte et d'acteurs sociaux », in *Critical Discourse Analysis* », Semen, 27, 2009.



historique et un contexte particuliers. Cette approche s'intéresse à trois dimensions du discours : la dimension thématique, la dimension linguistique et la dimension stratégique. L'analyse de la dimension linguistique proposée par Wodak est similaire à celle proposée par Fairclough et concerne, comme nous l'avons vu, l'individuation et l'observation des éléments lexicaux et syntactiques qui constituent un discours. Ce qui nous intéresse en particulier de la DHA est l'analyse de la dimension stratégique. En étudiant le discours nationaliste autrichien, Wodak a individué des macro-stratégies et des micro-stratégies utilisées de manière récurrente dans la construction de l'identité nationale, notamment des stratégies de construction, de perpétuation, de transformation, de destruction, d'assimilation. La recherche menée dans cette étude vise à individuer les différentes typologies stratégiques mises en place par les auteurs dans les articles de presse retenus, afin de comprendre quels peuvent être les cadres dominants émergés.

### 3.3.1 Le processus du « cadrage »

Le processus de cadrage [*framing process*] est un concept-clé dans l'analyse du discours médiatique et, en tant que tel, il mérite d'être pris en considération dans notre analyse. Selon Scheufele, le notion de cadre [*frame*] a deux différentes acceptions : ce qu'il appelle « cadre individuel<sup>142</sup> » indique la structure interne de la pensée, c'est-à-dire les prédispositions cognitives que chaque individu possède et qui lui permettent de comprendre et interpréter la réalité ; cette structure naturelle interagit et est influencée par les « cadres médiatiques<sup>143</sup> », qui consistent en des schémas d'interprétation des événements qui sont impliqués dans le discours médiatique.

Comme dit précédemment, les informations reportées par les médias ne reflètent pas objectivement les événements, mais les construisent d'une façon telle à véhiculer un message particulier, à selon de la perspective adoptée par le journaliste (ou par le journal). Tel est le cadrage médiatique : un processus visant

---

142 SCHEUFELE Dietram A., « Framing as a Theory of Media Effects », in *Journal of Communication*, n° 49:1, 1999, p. 106.

143 *Ibid.*

« à sélectionner quelques aspects d'une réalité perçue et à les rendre plus importants dans un texte de communication, de façon à promouvoir une définition spécifique d'un problème, une interprétation causale, une évaluation morale et/ou une recommandation de traitement<sup>144</sup> ». Les cadres médiatiques servent également au public pour « contextualiser, percevoir, identifier et étiqueter<sup>145</sup> » les flux d'informations dont il est le destinataire.

Dans l'analyse qui suit nous allons individuer la façon dont les cadres ont été élaborés et mis en place dans le discours médiatique construit autour des événements traités.

---

144 ENTMAN Robert M., « Framing : Toward Clarification of a fractured Paradigm », in *Journal of Communication*, N° 43:4, 1993, p. 52.

145 GOFFMAN Erving, *Frame analysis : An essay on the organization of experience*, New York, Harper & Row, 1974, p. 21.

## CHAPITRE 4

### ANALYSE DE LA PRESSE

#### 4.1 Premier cadre : « la France est en guerre »

L'analyse du contenu des journaux français sélectionnés – *Le Monde* et *Le Figaro* – nous a permis d'individuer le type de couverture médiatique qui a été réservée aux attentats de Paris. L'analyse a montré que un des cadres employé dans la couverture médiatique des attaques de Paris est celui de la « guerre » et, en particulier, celui de la « guerre contre le terrorisme ».

##### 4.1.1 La guerre contre le terrorisme

Le cadre primaire peut être défini comme un schéma interprétatif qui permet d'appréhender un événement ou une situation. Selon Erving Goffman, « nous percevons les événements selon des cadres primaires [*primary frameworks*] et le type de cadre que nous utilisons pour les comprendre nous permet de les décrire. [...] Est primaire un cadre qui nous permet, dans une situation donnée, d'accorder du sens à tel ou tel de ses aspects, lequel autrement sera dépourvu de signification<sup>146</sup> ». Dans le domaine des médias, il est largement reconnu que la sélection et l'utilisation de cadres primaires représentent un processus délibéré et volontaire, où le journaliste adopte une « perspective » choisie<sup>147</sup>, dans le but de promouvoir une définition particulière d'un problème, une interprétation causale, une évaluation morale et/ou une recommandation de traitement<sup>148</sup>. Toute nouvelle est soumise à un cadrage, toutefois, dans le cas d'un événement de grande ampleur comme une attaque terroriste, l'observation des différents cadres attribués et articulés dans la communication internationale est particulièrement utile pour comprendre comme une même nouvelle puisse être racontée de nombreuses façons différentes, à selon des contextes culturels. Sur le plan des relations

---

146 GOFFMAN Erving, *Les cadres de l'expérience*, Paris Muiuit, coll. « Le sens commun », 1991, pp. 34 et 30.

147 ESQUENAZI Jean-Pierre, *L'écriture de l'actualité: pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble, PUG, 2002, pp. 26 et 40.

148 ENTMAN Robert M., *op. cit.*, p. 52.

internationales, les cadres primaires sont des macro-cadres, en tant que plus génériques des autres cadres qui en sont des dérivatifs. En effet, chaque cadre primaire s'articule dans une pluralité de cadres secondaires plus spécifiques.

Le cadre de « guerre contre le terrorisme » a représenté un cadre primaire dominant dans la couverture médiatique occidentale depuis longtemps. Il est immédiatement après les événements du 11 septembre 2001 que le slogan *War on Terror* a émergé. Il a été utilisé pour la première fois en 1984 par le Président américain Ronald Reagan, mais il est avec l'administration du Président George W. Bush qu'il est réemployé pour promouvoir un interventionnisme actif dans la lutte antiterroriste, à travers la légitimation de politiques sécuritaires et de campagnes militaire au Moyen-Orient. Le choix délibéré de construire le discours politique sur la lutte contre le terrorisme dans un cadre de « guerre », tout en excluant des cadrages alternatifs, a eu des grandes répercussions dans la couverture des médias américains qui ont adopté cette rhétorique dominante en refusant d'autres interprétations de la réalité et en confirmant la fonction hégémonique qui ont les nouvelles<sup>149</sup>.

L'analyse des articles français sélectionnés a révélé une continuité avec la couverture médiatique traditionnellement réservé au terrorisme international. Un des traits saillants dans la couverture du terrorisme est représenté par ses allusions continues à l'identité nationale<sup>150</sup> et, ici aussi, les médias français n'ont pas constitué une exception.

#### **4.1.2 La métaphore de la « guerre »**

« La France est en guerre. Les actes commis vendredi soir à Paris et près du Stade de France, sont des actes de guerre ». Ceux-ci furent les premiers mots du chef de l'État François Hollande prononcés devant le Congrès réuni à Versailles, après les attentats. Dans les premières deux phrases le terme « guerre » apparaît deux fois, pour décrire la situation dans laquelle la France s'est retrouvée. En choisissant d'appeler les actes criminels des « actes de guerre » et en déclarant un

---

149 GITLIN Todd, *The Whole World is Watching*, Berkeley, University of California Press, 1980, p. 54.

150 JACKSON Richard, *op. cit.*, p. 59.

état de guerre pour la France, le président français construit un discours officiel qui légitime une réponse militaire du pays, en excluant d'autres possibles réponses. Néanmoins, au-delà de l'effectivité de l'opération militaire, le choix délibéré de se servir du cadre sémantique du « conflit » pour parler d'une situation liée au terrorisme cache une stratégie qui est avant tout linguistique et qui a le but de fournir une représentation idéologisée de la réalité. En effet, la guerre contre le terrorisme est avant tout une métaphore<sup>151</sup>. Cette métaphore, dont l'emploi appartient à l'emphase normale du vocabulaire politique depuis le 11 Septembre<sup>152</sup>, est puis entrée dans le discours publique grâce à un processus de naturalisation mis en œuvre et dirigé par les acteurs politiques et les médias occidentaux.

L'emploi du cadre de la « guerre » pour traiter les événements du 13 novembre de la part des acteurs politiques a immédiatement trouvé une correspondance dans la couverture médiatique française. Face à un événement tellement bouleversant et effrayant pour la population comme une attaque terroriste au cœur même de la capitale, l'écho médiatique représente non seulement une conséquence inévitable, mais aussi une véritable puissance publique. En tant que médiateurs entre les dirigeants politiques et la population, les journalistes jouent un rôle déterminant dans la perception de l'événement et de ses conséquences par l'opinion publique<sup>153</sup>. L'efficacité de la réponse politique et de son caractère intrinsèquement symbolique est directement liée à la façon dont les médias construisent le discours. Vu le rôle décisif joué dans la couverture du terrorisme par les médias, l'intervention de la politique dans ceux-ci est inévitable ; « l'État » explique Garcin-Marrou « cherche à occuper le terrain du discours public en devenant la source privilégiée des médias, en émettant un discours tellement prégnant que les médias peuvent difficilement échapper à sa terminologie<sup>154</sup> ».

La « guerre » déclarée par Hollande dévient la « guerre » racontée par les

---

151 ANDRÉANI Gilles, HASSNER Pierre, *Justifier la guerre ? De l'humanitaire au contre-terrorisme*, Paris, Presses de Sciences Po, 2013, p. 197.

152 *Ibid.*

153 FRAGNON Julien, *Médias et Politique face au terrorisme : la nécessité d'une régulation*, [www.thucydide.com](http://www.thucydide.com).

154 GARCIN-MARROU Isabelle, *Terrorisme, Médias et Société*, Lyon, PUL, 2001, p. 126.

journaux. Dans les textes analysés, la présence de cette métaphore est dominante : titres comme « La guerre en plein Paris » (*Le Figaro*, 14-11-2015), « Hollande, la politique en temps de guerre » (*Le Monde*, 17-11-2015), « C'est la guerre » (*Le Monde*, 16-11-2015), « Quand la jeunesse de France entre en guerre » (*Le Figaro*, 17-11-2015), « La guerre continue » (*Le Figaro*, 19-11-2015) occupent les Unes et les premières pages des journaux dans les jours suivants les attaques. Dans le choix lexical de ces titres, il est évident que l'intention des journalistes est celle de connoter les attaques de Paris comme des actes belliqueux et donc d'adhérer à la rhétorique présidentielle. Dans l'emploi du mot nous pouvons reconnaître tout le pouvoir qui réside dans le dispositif linguistique de la métaphore qui modèle la façon dont le public perçoit, conçoit et croit en un phénomène au point que la métaphore – la guerre – et l'objet en question – les attaques – se mélangent pour créer une même image. La métaphore produit une nouvelle réalité sociale qui détermine nos actions, en devenant plausible et cohérente<sup>155</sup>. Elle représente une véritable « prophétie autoréalisatrice<sup>156</sup> ».

La constitution du cadre de « guerre » dans les articles analysés est aussi assurée par la présence du discours direct et indirect, c'est-à-dire par l'emploi de citations. La citation – directe ou indirecte – a déjà intéressé le domaine d'étude de l'analyse critique du discours car, même si son emploi peut véhiculer un semblant d'objectivité et authenticité, elle a une précise fonction dans le discours médiatique. La citation n'est jamais une simple reproduction, mais plutôt une représentation<sup>157</sup> qui reflète et reproduit l'idéologie sous-jacente des journaux. Dans la couverture des événements fournie par les articles retenus, les citations – surtout directes – sont soigneusement choisies entre les discours et les déclarations officiels de Hollande et des membres de son entourage politique. Les extraits suivants sont des exemples :

---

155 MANERI Marcello, « Peacetime war discourse. The political economy of bellicose metaphors » en Dal Lago A., Palidda S., *Conflict, Security and the Reshaping of Society. The civilization of war*, Londres New York, Routledge, 2010, p. 155.

156 LAKOFF George, JOHNSON Mark, *Metaphors we live by*, Chicago, University of Chicago Press, 1980, p. 156.

157 FAIRCLOUGH Norman, *Media discourse*. Londres, Edward Arnold éd., 1995.

(1) La France sera « impitoyable » (Hollande) et entend bien « anéantir » ses ennemis (Valls). Soit. (*Le Figaro*, 16-11-2015)

(2) « La France est en guerre contre de lâches assassins », a dit le chef de l'État. Tout le monde en convient. (*Le Figaro*, 17-11-2015)

(3) « C'est un acte de guerre qui a été préparé, organisé, planifié de l'extérieur et avec des complicités intérieures que l'enquête permettra d'établir », a affirmé François Hollande, dès samedi. (*Le Monde*, 17-11-2015)

Comme le démontrent les extraits d'articles ci-dessus, l'emploi des citations a la double fonction de renforcer le cadre de « guerre » et de présenter les événements comme évidents et établis, en tant que déjà encadrés par les acteurs politiques. À travers l'inclusion de citations sélectives, le contenu médiatique reflète les attitudes gouvernementales nationales dominantes en les légitimant : si le chef de l'état dit que « la France est en guerre contre de lâches assassins », alors « tout le monde en convient » (Extrait 2). Cela implique aussi que, selon le journaliste, tout le monde – c'est-à-dire le peuple français – partage la même vision et la même opinion, en représentant une tentative d'homogénéisation du groupe qui nous allons retrouver et discuter plus loin dans cette recherche.

Le cadre de « guerre » est prédominant dans les pages analysées, en limitant à un rôle secondaire d'autres cadres qui auraient pu être également pertinents dans le traitement journalistique du terrorisme. Par exemple, le cadre de « crime » aurait pu être employé plus souvent que le cadre de « guerre », en donnant une représentation des événements plus objective et en promouvant une interprétation peut-être différente de la réalité, car « différentes métaphores comportent différentes façons de traiter les choses<sup>158</sup> ». L'analyse des champs lexicaux de « crime » et de « guerre » – l'ensemble de termes qui, dans les textes retenus, se rapportent respectivement aux notions de « crime » et « guerre » – a montré la nette prédominance de la seconde notion sur la première. Les mots qui font partie du champ lexical de « crime », comme « victimes », « justice », « tuerie », « actes criminels », sont en effet en nombre nettement réduit par rapport à la forte

---

158 FAIRCLOUGH Norman, *op. cit.*, 1989, p. 120.

réurrence des mots appartenant au champ de « guerre ». Le Tableau 2 ci-dessous montre les principaux termes associés à la notion de « guerre » individués et leurs occurrences dans les articles :

Tableau 2. Champ lexical de « guerre ».

Champ lexical de « guerre »	Occurrences
allié	Or, aux yeux d'aucun de nos alliés actuels ou potentiels sur place, la guerre contre l'État islamique est la priorité numéro 1. ( <i>Le Figaro</i> , 17-11-2015) Quels alliés contre Dacch, quels buts de guerre, quelles méthodes ? ( <i>Le Figaro</i> , 18-11-2015)
champ de bataille	C'est une expérience militaire transférée sur le champ de bataille de la société civile. ( <i>Le Figaro</i> , 19-11-2015)
cible	Les cibles sont minutieusement choisies pour le symbole qu'elles incarnent. ( <i>Le Monde</i> , 16-11-2015) On savait théoriquement que, pour l'État islamique, chaque Occidental, où qu'il soit, et quel qu'il soit, se promène avec une cible au front ou sur le cœur. ( <i>Le Figaro</i> , 17-11-2015) Mais à Berlin, on sait aussi que l'Allemagne fait partie des cibles potentielles des terroristes. ( <i>Le Figaro</i> , 17-11-2015)
combat / combattre	[...] combattre le terrorisme ( <i>Le Monde</i> , 16-11-2015) Naturellement, la France est visée parce qu'elle est en première ligne dans le combat contre le djihadisme. ( <i>Le Monde</i> , 16-11-2015) Ce combat que mène Paris contre le djihadisme expose la France. ( <i>Le Monde</i> , 16-11-2015) [...] comment combattre l'État islamique et la politique de la peur qui caractérise ce nouvel âge du terrorisme ? ( <i>Le Monde</i> , 16-11-2015) À la symbolique des cibles auxquelles leur haine s'attache, répondons par la fierté de la nôtre, qu'ont dessinée d'âge en âge les combats contre l'oppression. ( <i>Le Monde</i> , 19-11-2015) Pour combattre enfin les fondamentalistes, et pas seulement les djihadistes, car c'est là que se joue le combat. ( <i>Le Monde</i> , 20-11-2015) [...] principes intacts et veillons seulement à ce qu'ils n'empêchent pas nos forces de sécurité et de justice de combattre les ennemis de la République. ( <i>Le Figaro</i> , 18-11-2015) un choc frontal entre des civilisations engagées dans un combat à mort qui justifierait les dérives les plus. ( <i>Le Figaro</i> , 19-11-2015)
conflit	Il ne s'agit plus seulement d'envoyer des Français se battre à l'étranger : le conflit s'est déplacé sur le sol français. ( <i>Le Monde</i> , 19-11-2015)
couvre-feu	De l'autre côté du périphérique, les rues de Paris se sont vidées comme si la France connaissait vraiment la guerre et ses couvre-feu. ( <i>Le Monde</i> , 16-11-2015)
ennemi	On touche là à la nature de l'ennemi à combattre. ( <i>Le Monde</i> , 16-11-2015) L'image d'une France unie contre l'ennemi se ternit. ( <i>Le Monde</i> , 17-11-2015) Épargnons-nous tout effort pour attribuer à nos ennemis des motivations trop complexes. ( <i>Le Monde</i> , 17-11-2015) Il est répété que nous sommes « en guerre ». Cela est une nécessité pour faire comprendre qu'il faut réagir pour abattre l'ennemi. ( <i>Le Monde</i> , 21-11-2015)



	<p>À l'Élysée, on explique que la France fait face à un ennemi clairement identifié, Daech. (<i>Le Figaro</i>, 16-11-2015)</p> <p>Les frappes de l'armée de l'air française [...] ont signifié, à nos ennemis comme à nos amis, que la France ne cédait pas à l'intimidation du terrorisme. (<i>Le Figaro</i>, 17-11-2015)</p> <p>Les attentats de Paris ont tragiquement rappelé la détermination des ennemis de la France. (<i>Le Figaro</i>, 17-11-2015)</p> <p>Daech est clairement désigné comme l'ennemi numéro un. (<i>Le Figaro</i>, 17-11-2015)</p> <p>Aujourd'hui, nos ennemis visent la France non seulement parce qu'elle intervient en Syrie, mais avant tout parce qu'elle est fille de l'Église et mère de la République laïque et, à ce titre, doublement coupable. (<i>Le Figaro</i>, 19-11-2015)</p> <p>Pourquoi n'ose-t-il dénoncer l'islam radical, rejeton des Frères musulmans, comme l'ennemi de la nation ? (<i>Le Figaro</i>, 20-11-2015)</p>
gagner	<p>Une bataille a été gagnée, pas la guerre, qui continue. (<i>Le Figaro</i>, 19-11-2015)</p>
stratégie	<p>Avec une action meurtrière massive menée en six lieux simultanés, la stratégie, donc la guerre est entrée dans Paris. (<i>Le Monde</i>, 16-11-2015)</p> <p>[...] aucune stratégie crédible pour combattre Daech n'a émergé. (<i>Le Monde</i>, 21-11-2015)</p> <p>[...] la stratégie diplomatique et de sécurité de la France doit être beaucoup plus offensive. (<i>Le Figaro</i>, 16-11-2015)</p> <p>Cet après-midi, le chef de l'État doit annoncer la stratégie de la France face à la menace terroriste. (<i>Le Figaro</i>, 16-11-2015)</p> <p>Les autorités françaises doivent, calmement et avec sang-froid, élaborer une nouvelle stratégie. (<i>Le Figaro</i>, 17-11-2015)</p> <p>Le premier ministre va détailler sa stratégie dans les jours à venir, avant de remettre sur la table un vote sollicitant l'autorisation des élus pour intervenir militairement en Syrie, en se joignant aux frappes de la coalition internationale. (<i>Le Figaro</i>, 18-11-2015)</p>

Dans les extraits d'articles reportés dans le Tableau 2, nous pouvons remarquer l'emploi de plusieurs mots appartenant au champ lexical de « guerre », utilisés par les journalistes pour traiter les événements qui viennent de se produire et la situation dans laquelle la France va se retrouver. Le sol français est décrit comme le « champ de bataille » où un nouveau conflit va éclater ; il s'agit d'un « combat » qui voit s'affronter la France et ses « alliés » contre l'« ennemi numéro un » du pays, le djihadisme.

Dans le cadre de « guerre » qui se profile, nous pouvons constater une tentative d'établir une démarcation nette entre les acteurs concernés dans cette nouvelle lutte, afin de les identifier clairement en créant une dichotomie entre « nous » et « eux ».

### 4.1.3 Un choc des civilisations?

Comme nous l'avons vu, la rhétorique politique concernant les attentats de Paris a eu une forte influence dans leur traitement journalistique, non seulement dans le choix des cadrages à employer, mais aussi dans les choix lexicaux. En excluant les citations, les mots choisis par les journalistes eux-mêmes révèlent une volonté d'adhérer aux choix lexicaux effectués par les acteurs politiques. Par exemple, en observant la collocation du mot « guerre » dans les articles, il est possible de constater la récurrence à son côté de certains termes avec lesquels il compose des locutions particulières. Entre ces locutions, nous pouvons individuer plusieurs expressions qui appartiennent au vocabulaire politique et militaire, comme « guerre civile », « guerre de civilisation », « guerre sainte », « guerre de religion », « guerre urbaine », « guerre totale ». Dans le Tableau 3 ci-dessous sont reportés des extraits d'articles contenant les locutions susmentionnées :

Tableau 3. Locutions contenant le mot « guerre ».

Expressions	Extraits
guerre civile	<p>[...] encourager le développement d'un climat de guerre civile dans notre pays ». (<i>Le Figaro</i>, 16-11-2015)</p> <p>Face à cette tentative de division nationale, cette « guerre civile » à laquelle l'État islamique veut nous acculer. (<i>Le Monde</i>, 16-11-2015)</p> <p>[Le terrorisme] est, fondamentalement, une mise en scène au service de la guerre civile. En tant que variété de guerre civile, il appartient à une grande famille multiséculaire [...] (<i>Le Monde</i>, 17-11-2015)</p> <p>Ce que souhaite l'EI, c'est déclencher la guerre civile. (<i>Le Monde</i>, 17-11-2015)</p> <p>[...] terroriser les Français et encourager le développement d'un climat de guerre civile dans notre pays. (<i>Le Figaro</i>, 16-11-2015)</p> <p>[...] l'État islamique cherche toujours à terroriser la population, à la fracturer et à créer les conditions d'une guerre civile qui aboutirait, selon ses vœux, à la destruction de l'Europe, de l'Occident, et à la victoire djihadiste. (<i>Le Figaro</i>, 16-11-2015)</p> <p>Du coup, la radicalisation islamiste de certains, et l'approbation apportée par les mêmes aux attentats de janvier 2015 évoquent les germes d'une guerre civile. (<i>Le Figaro</i>, 18-11-2015)</p> <p>Une guerre civile peut en découler. (<i>Le Figaro</i>, 19-11-2015)</p> <p>En effet, rien ne satisferait davantage Daech que de voir la France s'inscrire dans une logique de guerre civile, où une moitié du pays affronterait l'autre. (<i>Le Parisien</i>, 19-11-2015)</p>
guerre sainte	<p>Ce sont des appels à porter la « guerre sainte » en Europe, à tuer les « infidèles », les « juifs », les « croisés ». (<i>Le Monde</i>, 16-11-2015)</p> <p>Tant il s'est produit d'événements depuis les années 1990, liés à la « guerre sainte » dont l'Occident n'ait vu un protagoniste ou l'autre s'installer là-as,</p>

	ou au moins, traverser Molenbeek pour y ourdir quelque attentat. ( <i>Le Monde</i> , 19-11-2015) [...] une forme renouvelée de la guerre sainte [...] ( <i>Le Monde</i> , 19-11-2015) il donne des ordres à ses hommes, signe que celui qui n'est encore qu'un soutier de la guerre sainte commence sa rapide ascension dans la hiérarchie de l'EI. ( <i>Le Figaro</i> , 19-11-2015)
guerre de religion	Ces attentats confirment que la France se trouve en première ligne dans ce cycle de nouvelles guerres de religion. ( <i>Le Figaro</i> , 16-11-2015)
guerre urbaine	Les attaques du vendredi 13 novembre relèvent, en tout cas, du registre de la guerre urbaine. ( <i>Le Monde</i> , 16-11-2015)
guerre totale	Nous sommes entrés dans une guerre totale. ( <i>Le Figaro</i> , 20-11-2015) [...] la France réalise de jour en jour à quel point elle se trouve plongée dans une guerre totale. ( <i>Le Figaro</i> , 21-11-2015)
guerre de civilisation	Assiste-t-on à une nouvelle « guerre de civilisation » ? ( <i>Le Monde</i> , 17-11-2015) François Hollande rétorque qu'il refuse « la guerre de civilisation », mais oublie de dire comment la combattre. ( <i>Le Monde</i> , 18-11-2015) Le choix des cibles et des mots [...] fait de cette guerre contre les « croisés » une guerre de civilisation. ( <i>Le Monde</i> , 19-11-2015) Identité de la France, islam, djihad, déconstruction, déclin, décadence, suicide de la France, de l'Occident, guerre des civilisations : les livres se suivent, s'accumulent, et semblent se répondre les uns les autres. ( <i>Le Figaro</i> , 19-11-2015)
guerre classique	Un mouvement protéiforme capable de mener des actes de guerre classique, des raids dans le camp ennemi à coups de camions suicides, mais aussi des attaques terroristes de grande ampleur à l'étranger, comme vendredi soir à Paris. ( <i>Le Parisien</i> , 15-11-2015)

Les expressions figurant dans le Tableau 3 montrent les différentes façons dont les attaques ont été perçues et représentées dans la presse retenue et donnent aussi une vue d'ensemble de ceux qui sont les principales positions adoptées par les acteurs politiques.

Une lecture rapide des articles des journaux retenus semble confirmer leur adhésion à la volonté collective de refuser l'amalgame entre Islam et terrorisme. Néanmoins, certains choix linguistiques semblent prouver le contraire. En effet, dans des extraits d'articles, la situation qui va se dessiner est décrite comme une « guerre sainte » et une « guerre de religion ». Dans ces dénominations, il est clair que l'élément mis en évidence est celui religieux et donc les différences de culte sont présentées comme le principal facteur de division et de conflit. Cette perspective peut s'inscrire dans le concept plus général de « guerre de civilisations » (ou « choc de civilisations »), un terme qui a lui-même été repris

plusieurs fois dans les textes analysés. Cette notion se réfère à la théorie sur « le choc des civilisations » élaborée par Samuel Huntington. Selon le théoricien américain – qui a présenté sa théorie pour la première fois en 1993, dans un article intitulé précisément *The Clash of Civilizations?*<sup>159</sup> – le monde contemporain, issu de la guerre froide, est un monde qui peut être divisé en neuf civilisations différentes, parmi lesquelles figurent la civilisation occidentale et celle islamique. La division et les conflits de plus en plus violents entre ces civilisations, ne sont pas déterminés par des clivages idéologiques comme dans le passé, mais par des clivages culturels, où le facteur religieux occupe une place centrale. Il explique :

« Dans ce monde nouveau, la source fondamentale et première de conflit ne sera ni idéologique ni économique. Les grandes divisions au sein de l'humanité et la source principale de conflit sont culturelles. Les États-nations resteront les acteurs les plus puissants sur la scène internationale, mais les conflits centraux de la politique globale opposeront des nations et des groupes relevant de civilisations différentes. Le choc des civilisations dominera la politique à l'échelle planétaire. Les lignes de fracture entre civilisations seront les lignes de front des batailles du futur<sup>160</sup> ».

La théorie de Huntington a fait l'objet de nombreuses critiques dans le domaine académique, à cause de sa vision simpliste et manichéenne du monde et de sa conceptualisation inexacte des civilisations, au point d'être définie par Said comme « un manuel sur l'art de maintenir un perpétuel état de guerre dans les esprits des étasuniens et des autres<sup>161</sup> ». Malgré les critiques reçues, la théorie du « choc des civilisations » a rencontré de plus en plus de succès dans la politique et les médias, de façon concomitante avec le discours sur la « guerre contre le terrorisme ». La « fracture entre civilisations » dont Huntington parle représente une des frontières érigées dans la construction identitaire qui se fonde sur la vision dichotomique nous/eux, qui les journaux essayent de promouvoir pendant les périodes de crise d'un pays. L'identification comme nation, donc, dépend de la

159 HUNTINGTON Samuel « The clash of civilizations? », in *Foreign Affairs*, vol. 72, n° 3, 1993. 160 *Ibid.*

161 SAID Edward, *The Myth of « the Clash of Civilizations »* », New York, Columbia University of Mass. Amherst, 1996.

construction d'un « nous » collectif, mais aussi d'un processus d'« altérisation » qui a lieu à travers l'exclusion et la création de délimitations absolues entre les membres du groupe dominant et ceux qui y sont exclus. En définissant ce qu'ils sont, nous pouvons construire notre identité et cette démarcation est possible grâce aux limites identitaires établies. Dans cette perspective, sans la création de ces distinctions, ces fractures culturelles, l'« ennemi » ne pourrait pas être identifié<sup>162</sup> et sans un « ennemi extérieur » la propre identité serait impossible à déterminer.

#### **4.2 Deuxième cadre : « une attaque aux valeurs républicaines »**

Les attentats de novembre à Paris ont été présentés comme des « actes de guerre » inscrits dans le cadre de la lutte internationale contre le terrorisme. À côté de cette représentation nous pouvons toutefois individuer un deuxième cadre dominant dans les articles retenus, qui associe cet événement à une attaque spécifique à l'essence républicaine de la France. Nous verrons ci-dessous comment ce cadre s'appuie sur un discours sur l'identité française.

##### **4.2.1 Le « nous » national**

L'appel à l'identité – nationale, sociale, culturelle – est un des éléments omniprésents et essentiels dans le discours médiatique sur la « guerre contre le terrorisme ». La construction de l'identité se produit suivant la logique dichotomique de l'inclusion et de l'exclusion qui voit l'opposition entre deux catégories fondamentales : « nous » et « eux ». Dans les extraits mentionnés dans le paragraphe précédent, cette catégorisation dichotomique se manifeste dans les termes utilisés pour décrire les acteurs : l'image d'une France « unie », assistée par ses « alliés » et ses « amis », s'oppose à celle du groupe terroriste qui a immédiatement acquis le statut d'« ennemi numéro un de la France ».

Cette opération est aussi visible dans le choix grammatical des pronoms personnels et des adjectifs possessifs, qui voit l'opposition entre la première

---

162 CAMPBELL David, *Writing Security: United States Foreign Policy and the Politics of Identity*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1998, p. 54.

personne du pluriel – « nos ennemis », « la fierté de la nôtre [haine] », « nos alliés » – et la troisième personne du pluriel – « leur haine », « leurs actions ». Cette opération est répétée dans les articles, comme les extraits suivants le témoignent :

(4) Nous devons nous attaquer aux sources de recrutement et aux endroits où notre pays ne fait plus battre le cœur. (*Le Monde*, 20-11-2015)

(5) Notre responsabilité, c'est de refuser ce piège. Ils veulent nous diviser, réunissons-nous. (*Le Monde*, 20-11-2015)

(6) Sans cette réponse sociale et sociétale, nous ne gagnerons pas. Elle fait partie de l'effort de guerre que nous devons mener. (*Le Monde*, 20-11-2015)

(7) Mais, contrairement à nous, nos voisins et partenaires ne sont pas entrés en guerre. (*Le Figaro*, 21-11-2015)

(8) C'est à cette question qu'il nous faudra réfléchir froidement, sans hystérie sécuritaire, mais sans angélisme. (*Le Parisien*, 20-11-2015)

Le « nous » utilisé dans les extraits se réfère à l'ensemble du peuple français qui partage une identité commune et qui se trouve en opposition binaire à l'« autre », « l'ennemi de la République ». L'emploi d'un « nous » collectif est une pratique récurrente dans la presse et en particulier dans la presse nationale puisque, en tant que distribuée à l'échelle nationale, le « nous » dont elle se sert peut être compris comme faisant référence à la nation<sup>163</sup>. En outre, l'emploi du pronom personnel est un des éléments fondamentaux dans la négociation sur le sens qui est toujours présente entre l'émetteur et le destinataire d'un message<sup>164</sup>. Dans ce cas, le choix de la part des journalistes d'utiliser le pronom « nous » montre la volonté non seulement de s'adresser au peuple français, mais d'en devenir le porte-parole. Les auteurs des articles dont les extraits ont été tirés se croient autorisés à parler au nom de l'entière communauté française quand ils disent que les français « sont entrés en guerre » (Extrait 7) et quand ils parlent de l'« effort de guerre » que ils doivent « mener » (Extrait 6), en présumant une

---

163 BROOKES Rod, « Newspapers and national identity: The BSE/CJD crisis and the British press » en *Media, Culture & Society*, 21:2, 1999, p. 255.

164 FORTANET Immaculada, « The use of 'we' », in *Reference and function. English for Specific Purposes* 23, 2004, p. 46.

homogénéité et uniformité de pensée à l'intérieur du groupe. L'autorité dont les journalistes se sentent investis est renforcée par d'autres expédients linguistiques, comme l'emploi de verbes conjugués à l'impératif – « réunissons-nous » (Extrait 5) – ou l'emploi des verbes modaux « nous devons » (Extraits 4 et 6) et « il nous faudra » (Extrait 8). Les verbes modaux, en particulier, selon Fairclough, sont révélateurs de la position d'autorité implicitement adoptée par l'auteur envers les autres<sup>165</sup> qui, dans notre cas, assume le rôle de représentant et guide du peuple. La façon dont les journalistes des extraits considérés font « intervenir » la collectivité révèle celle qui est une des caractéristiques spécifiques de la presse française. En effet, Lamizet a observé dans ses études sur les médias européens que, bien plus que dans les autres pays, les médias français agissent comme un « miroir symbolique où les Français peuvent observer eux-mêmes et leurs comportements dans un contexte national<sup>166</sup> ». Comme nous l'avons vu, Lamizet explique cette théorie en affirmant que « les médias français fournissent une double image à leur public<sup>167</sup> », à travers laquelle il est montré à la fois comme un ensemble d'acteurs qui occupent un rôle politique actif et comme des usagers de systèmes d'information. Il est à partir de cette double image qui s'est formée – et continue à se former – la tradition de l'engagement politique et social qui est si bien enracinée dans les médias français, au point d'en devenir un trait saillant.

Comme mentionné précédemment, le sentiment d'identité du sujet – dans ce cas, un sujet collectif – est stimulé par la perception de l'altérité. En effet, comme Billig<sup>168</sup> a précisé, il ne peut pas exister un « nous national » sans un « autre étranger » et cela implique une « conscience idéologique du sentiment national ». Cette conscience, qui est aussi appelée « syntaxe nationalisée de l'hégémonie », est largement diffusée dans les médias d'information et elle est évoquée par les journalistes qui prétendent de parler pour et à la nation, en tant que patrie ou « communauté imaginée » constituée par des « gens comme nous<sup>169</sup> ».

---

165 FAIRCLOUGH Norman, *Language and Power*, London, Longman, 2001, p. 105.

166 LAMIZET Bernard, *op. cit.*, 2013, p. 77. Traduction de l'auteur.

167 *Ibid.*

168 BILLIG Michael, *Banal Nationalism*, Londres, Sage, 1995.

169 STUART Allan, *News Culture*, Londres, Open University Press, 2010, p.196. En citant Billig M. et Anderson B. Traduction de l'auteur.

Dans les jours immédiatement suivants les attaques de Paris, il est possible de reconnaître une pratique répandue de la part des journaux de construire une identité collective qui plonge ses racines sur une stratégie d'exclusion de l'autre, mais aussi à travers une stratégie de homogénéisation à l'intérieur du groupe : le « nous » collectif dont les journalistes se sont faits les porte-paroles est représenté par l'idée d'une collectivité homogène, où tous les membres partagent la même volonté d'action, les mêmes valeurs, la même façon de vivre. Il s'agit d'une image de la nation, comme nous l'avons vu, toujours largement évoquée dans la presse française, mais qui est particulièrement exploitée pendant les états de crise, puisqu'elle vise à renforcer un sentiment d'unité et de cohésion.

#### 4.2.2 Les symboles nationaux

La récurrence dans les articles du pronom personnel « nous » s'inscrit dans le processus de construction identitaire qui toujours accompagne le discours de la lutte contre le terrorisme. Le « nous » employé par les journalistes se réfère à un groupe homogène et cohésif qui appartient au même territoire bien limité, la nation. Dans cette vision, il ne s'agit pas seulement d'un territoire physique avec des limites géographiques, mais de la construction sociale d'une communauté cohérente, simple et homogène tant en termes de temps que d'espace<sup>170</sup>. Cette vision est proche du concept déjà mentionné de « communauté imaginée<sup>171</sup> » élaboré par Anderson, selon lequel le sens d'appartenance à une nation ne dépend pas tant de sa reconnaissance politique, que de l'« imagination » de ses citoyens qui leur permet de s'identifier comme membres d'une même communauté et donc de développer une identité nationale partagée.

La force imaginative qui permet l'identification collective est le résultat d'un long processus de construction et de transmission de valeurs, de traditions, de l'ensemble, en d'autres termes, des symboles culturels qui ne sont pas imposés d'en haut, mais acceptés par les membres de la communauté. Cette acceptation est

---

170 BISHOP Hywel, JAWORSKI Adam, « We beat 'em': Nationalism and the hegemony of homogeneity in the British press reportage of Germany versus England during Euro 2000 », in *Discourse & Society* 14, 2003, p. 247.

171 ANDERSON Benedict, *Imagined Communities : Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*, Londres, Verso, 1983.



déterminée par des processus de persuasion et rappelle le concept de « consensus<sup>172</sup> » traité par Gramsci : selon l'intellectuel italien, chaque société est promotrice de certaines valeurs qui sont plus influentes et qui donc prévalent sur les autres ; leur influence n'est pas déterminée au moyen de la coercition exercée par les élites dominantes, mais à travers le consensus, c'est-à-dire à travers l'identification des consciences avec ces valeurs auxquelles elles sont soumises.

Répondre à une situation de crise par la réaffirmation de la cohésion et de l'unité nationale se traduit, dans les médias, par l'emploi d'un ensemble d'instruments linguistiques. Outre les éléments purement linguistiques, il est intéressant d'observer l'emploi de représentations symboliques dans les pages des journaux analysés. Les symboles sont une puissante forme de communication véhiculant des messages et des sens à la fois évidents et cachés<sup>173</sup>. En particulier, les symboles nationaux représentent, selon Geisler, un « système de signification<sup>174</sup> » qui permet de construire une toile de communication qui naturalise notre expérience de la réalité, en nous rassurant sur notre identité collective, sur notre appartenance à une culture<sup>175</sup>.

Après les attaques de Paris, nous avons assisté à un fleurissement de symboles nationaux tant dans l'espace publique, que dans l'espace médiatique. Le dessin de la tour Eiffel a été incrusté dans un symbole de la paix, en devenant une image virale dans le monde entier. Les couleurs bleu, blanc et rouge du drapeau français ont coloré les pages des journaux, les façades des monuments et même les photos de profil Facebook de millions d'utilisateurs, grâce au filtre que le réseau a mis à disposition après les attaques, non sans s'attirer de nombreuses critiques. Encore, un symbole plus intangible, mais tout aussi puissant comme l'hymne national, la Marseillaise, a résonné partout, des congrès officiels aux rues des Paris, aux stades.

Derrière ces symboles, nous pouvons individuer différents messages : d'un

---

172 GRAMSCI Antonio, *op. cit.*

173 JACKSON Richard, *op. cit.*, p. 18.

174 GEISLER Michael, *National Symbols, Fractured Identities : Contesting the National Narrative*, Lebanon, Middlebury College Press, 2005.

175 GEISLER, « National Symbols », in *Nations and Nationalism : A Global Historical Overview*, vol. 1, Herb et Kaplan ed., 2008, p. 122.

côté, ils satisfont leur fonction la plus évidente, c'est-à-dire celle de mobiliser des sentiments généraux de solidarité<sup>176</sup> dans le monde; de l'autre côté, nous pouvons reconnaître une tentative de renforcer le sentiment d'appartenance et d'unité parmi les membres de la nation. En effet, en tant qu'entités facilement reconnaissables par tous les membres, les symboles nationaux sont employés comme des moyens pour communiquer l'histoire collective, le patrimoine et la culture communs, en faisant appel à la fierté nationale et « inculquant » un sentiment de cohésion à l'intérieur du groupe. En outre, selon Geisler, les symboles nationaux, notamment les hymnes nationaux, sont clairement un élément à associer au concept de « communautés imaginées », en tant que « [d]ès que les membres d'un groupe perdent le contact physique entre eux, la cohésion commence à s'estomper. Transférer les émotions dans des emblèmes totémiques conserve l'identité collective du groupe<sup>177</sup> », une identité collective qui plus que jamais dans un état de crise a besoin d'être renforcée.

Dans les pages des journaux analysés, nous pouvons retrouver des articles entièrement consacrés aux symboles nationaux, comme ceux intitulés « Quand 'La Marseillaise' fait vibrer le Congrès » (*Le Figaro*, 17-11-2015, p. 2) ou « Planète bleu-blanc-rouge » (*Le Monde*, 21-11-2015). L'extrait qui suit est tiré de ce dernier article de *Le Monde*, faisant partie de la rubrique « Culture & Idées » :

(9) Ceux-ci [les internautes] ont aussi posté des visages de Marianne ou une tour Eiffel en forme de signe de paix, ou encore un majeur dressé accompagné d'un « Fuck djihadistes ». Toujours en bleu, blanc, rouge. À lire les textes des internautes, il s'agit d'affirmer un message fort : face à la barbarie, nous les Français nous résistons aux assassins, nous n'avons pas peur. (*Le Monde*, 21-11-2015)

Dans cet extrait, encore une fois, nous assistons à l'emploi du pronom personnel « nous » à travers lequel le journaliste parle au nom de tous les Français, en présumant une uniformité d'intention et d'idées de la part du groupe entier. Selon

---

176 GEISLER, *op. cit.*, 2005.

177 *Ivi*, p. xxv. Traduction de l'auteur.

le journaliste le message véhiculé par les symboles nationaux qui ont fleuri au lendemain des attaques terroristes, se veut un message de solidarité, mais surtout un message de résistance contre la menace, comme l'affirmation « nous résistons » le prétend. La menace est représentée par la « barbarie » des « assassins ». L'emploi du mot « barbarie », qui rappelle les choix linguistiques faits et répétés dans les discours politiques officiels, montre comment, dans le discours médiatique et politique, certains mots sont employés stratégiquement dans le but de façonner la perception publique des événements et de ses acteurs, en démontrant que le langage n'est jamais un acte neutre<sup>178</sup>. Quand une des deux forces en présence est constituée par des « barbares » – un mot dont le sens aujourd'hui est celui de « gens non civilisés » –, cela implique nécessairement que l'autre partie concernée représente son exact contraire, c'est-à-dire la civilisation. La France apparaît comme porteuse de civilisation et les références continues, à travers l'évocation des symboles nationaux, au passé glorieux du pays et aux valeurs universelles dont il a toujours été le défenseur peuvent le confirmer. Cette façon de traiter la question sur la construction identitaire collective peut être vue, donc, comme le vestige d'un discours sur la « mission civilisatrice » et sur le « modèle français » qui la République a essayé d'exporter et de promouvoir dans le reste du monde et qui plonge ses racines dans son passé colonial.

La tentative de renforcer le sens d'unité nationale qui est évoqué par l'emploi des symboles nationaux peut être également retrouvée dans d'autres éléments linguistiques présents dans les textes retenus. Un exemple est représenté par la récurrence de la figure rhétorique de la personnification. Avec la personnification les auteurs des textes mettent en place celle qui Wodak et al. appellent une « stratégie constructive » en exigeant l'identification avec une nation anthropomorphe<sup>179</sup>. Prenons les exemples suivants :

(10) « Paris ne meurt jamais ». (*Le Figaro*, 18-11-2015)

(11) « La France pleure. Elle n'a pas peur ». (*Le Parisien*, 15-11-2015)

(12) « [...] une France libre, courageuse et fraternelle, capable de se rassembler

---

178 JACKSON Richard, *op. cit.*, p. 21

179 WODAK Ruth, DE CILLIA Rudolf, REISIGL Martin, LIEBHART Karin, *op. cit.*, p. 43.

et de faire front, quelles que soient les menaces ». (*Le Parisien*, 19-11-2015)

(13) La France ose le bleu-blanc-rouge, ose chanter sa « Marseillaise », brandir son drapeau, écrire des mots « Même pas peur » ou « Paris vaincra ». (*Le Parisien*, 18-11-2015)

Tous les extraits appartiennent à des éditoriaux et cela n'est pas sans raison : l'éditorial est normalement un article d'opinion et, en tant que tel, il véhicule des informations qui sont moins objectives et plus idéologiquement orientées par rapport aux autres genres d'articles de presse<sup>180</sup>.

Outre aux caractéristiques spécifiques du genre éditorial, nous devons tenir compte aussi de la particularité de la couverture de l'actualité de la presse française qui, comme a observé Lamizet, ne fait aucun effort pour cacher son engagement politique en tant que « le biais dans la présentation d'un fait est considéré comme une partie intégrante du discours relatif au fait en question<sup>181</sup> » ; cela explique pourquoi aucune tentative sérieuse n'est faite pour séparer l'information factuelle du commentaire de l'auteur. Forcément, cela se reflète dans la présence, dans les articles français, de plusieurs stratégies linguistiques et stylistiques employées dans le but d'exprimer l'opinion – et donc le jugement – de l'auteur, surtout quand il s'agit d'un éditorial. Entre les catégories linguistiques véhicules d'idéologie, Van Dijk reconnaît la métaphore et la personnification n'est autre qu'une « typologie particulière de métaphore<sup>182</sup> » en tant que implique une uniformité intérieure à l'entité considérée et donc favorise l'identification – précisément « métaphorique » – avec cette entité collective personnifiée.

Dans nos extraits, les entités collectives avec lesquels les lecteurs doivent s'identifier sont représentées par la France et sa capitale, qui se voient investies d'attributs humains et donc doivent passer à travers un processus d'anthropomorphisation : Paris passe d'entité abstraite à être vivant, en expérimentant des conditions auxquelles seulement les êtres vivants sont soumis,

---

180 VAN DIJK Teun, « Opinions and Ideologies in the Press », in *Approaches to Media Discourse*, Bell A. et Garrett P. eds., Oxford, Blackwell, 1998.

181 LAMIZET Bernard, *op. cit.*, pp. 81-82.

182 WODAK Ruth, DE CILLIA Rudolf, REISIGL Martin, LIEBHART Karin, *op. cit.* Traduction de l'auteur.

comme celle de mourir ; de la même façon, la France acquiert des caractéristiques humaines comme celle de pleurer, d'agir « en faisant front » aux menaces (Extrait 12), de les défier en brandissant ses symboles nationaux, de ressentir des émotions comme la peur, le sentiment de liberté, le courage, la fraternité. Dans cette stratégie, nous pouvons reconnaître une tentative visant à identifier les lecteurs avec la nation. En reprenant une réflexion de Billig, Chouliaraki et Fairclough expliquent que « la personnification et l'attribution concomitante d'intenses sentiments humains à la nation représentent une métaphore des relations qui doivent être retrouvées à l'intérieur de la nation, comme des relations d'affinité et de familiarité, afin de façonner un sens de communauté imaginaire parmi ses membres<sup>183</sup> ». S'identifier avec la nation signifie en revêtir les caractéristiques qui lui ont été attribuées qui, dans ce cas, sont représentées par le courage, la force, la solidarité et la fraternité envers les autres membres. Tous les attributs de la France et de Paris sont transportés dans leurs citoyens à travers l'emploi de la personnification afin de « créer, linguistiquement, une uniformité et une homogénéité à niveau temporel, interpersonnel ou territorial<sup>184</sup> » et de renforcer les sentiment identitaire dedans le groupe. Cela montre le rôle important que les métaphores jouent, avec d'autres éléments linguistiques et symboliques déjà mentionnés dans notre discours – comme les pronoms personnels, les auxiliaires, les symboles nationaux – dans « la construction mentale de la nation<sup>185</sup> ». Ces éléments s'inscrivent dans une plus générale stratégie constructive d'assimilation, de continuation et d'inclusion dans le groupe qui implique, toutefois, l'exclusion de ceux qui n'en font pas partie ou – nous le verrons plus loin dans notre analyse – l'exclusion de ceux qui ne résultent pas conformes à celles qui sont les valeurs de la communauté imaginée.

---

183 CHOULIARAKI Lilie, FAIRCLOUGH Norman, *Discourse in late modernity*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 1999. Traduction de l'auteur.

184 WODAK Ruth, DE CILLIA Rudolf, REISIGL Martin, LIEBHART Karin, *op. cit.*, p. 33. Traduction de l'auteur.

185 *Ivi*, p. 44. Traduction de l'auteur.

### 4.2.3 L'identité républicaine menacée

Comme nous l'avons vu, après les attaques de Paris, plusieurs personnalités ont parlé d'une « guerre de civilisation » entre la civilisation occidentale et celle islamique. Toutefois, en analysant les journaux retenus, la représentation la plus récurrente qui est donnée est celle d'une attaque spécifiquement à la civilisation française et à ses valeurs. Considérons les extraits suivants :

(14) Il est évident que ce qui vient de se passer est une déclaration de guerre à notre société et à ses valeurs. (*Le Parisien*, 16-11-2015)

(15) En France, Daech assassine au hasard parce que nous représentons tout ce que ces barbares détestent : la liberté, l'égalité, la fraternité. En un mot, la démocratie. (*Le Parisien*, 16-11-2015)

(16) Ils sont le fait d'une armée djihadiste, le groupe Daech, qui nous combat parce que la France est un pays de liberté, parce que nous sommes la patrie des droits de l'homme. (*Le Monde*, 18-11-2015)

(17) Aujourd'hui, nos ennemis visent la France non seulement parce qu'elle intervient en Syrie, mais avant tout parce qu'elle est fille de l'Église et mère de la République laïque et, à ce titre, doublement coupable. (*Le Figaro*, 19-11-2015)

Dans les extraits sous-mentionnés, les motivations pour lesquelles la France a été attaquées sont considérées comme acquises, comme les expressions « il est évident » (Extrait 14) et « avant tout » (Extrait 17) le montrent : selon les journalistes, la France a été choisie comme cible des attentats, non pas tant pour des raisons politiques, que pour ce qu'elle est et ce qu'elle représente pour le reste du monde. Dans ces affirmations, nous pouvons individuer l'emploi des présuppositions, c'est-à-dire des idées qui sont largement partagées et implicitement considérées comme vraies et qui donc légitiment, à leur tour, des autres affirmations. Dans ce cas, la présupposition de départ est que la France est depuis toujours promotrice et défenseur des valeurs positives et universelles et cette présupposition légitime l'idée qu'elle puisse avoir été attaquée pour cette raison, comme le soutient les extraits de presse.

La présupposition et l'emphase sur le caractère unique de la nation ont été insérées, par Wodak et al., dans celle qu'ils ont appelé une stratégie constructive de « singularisation<sup>186</sup> » à l'intérieur du discours sur l'identité nationale. Cette particulière stratégie se réalise à travers plusieurs schémas argumentatifs, appelés aussi *topoi*. Une de ces réalisations est représentée par le *topos* du *locus amoenus*. Le « *locus amoenus* », explique Wodak<sup>187</sup>, « ne doit pas être interprété comme un *topos* littéraire au sens restreint, comme un paysage idyllique d'Arcadie » mais plutôt comme un « territoire national commun » ou un « lieu politique idéal » où les gens vivent bien ensemble. Dans l'Extrait 16, nous pouvons voir concrétisé ce schémas dans l'image idéalisée d'une France qui est en même temps « un pays de liberté » et « la patrie des droits de l'homme ».

Le processus d'idéalisation de la nation est soutenu aussi par l'emploi d'autres figures linguistiques, comme celle déjà traitée de la personnification, qui dans l'Extrait 17 se réalise dans l'image d'une France qui est à la fois « fille de l'Église » et « mère de la République laïque ». Dans ce cas, attribuer à la France des caractéristiques humaines n'a pas la seule fonction de promouvoir une identification du peuple avec la nation, mais aussi celle de souligner son passé glorieux, qui plonge ses racines dans les valeurs chrétiennes et républicaines. Affirmer que la France est « fille de l'Église » signifie établir un lien direct entre la tradition française et le christianisme et donc s'éloigner de celle qui est la religion des « ennemis », c'est-à-dire l'islam. En même temps, la France est aussi « mère de la République laïque », le lieu où ont trouvé leur origine les principes fondamentaux de liberté, égalité et fraternité et qui maintenant la France a le devoir de défendre. Ce qui émerge est l'image d'une nation qui n'est pas seulement menacée, mais qui se voit investie d'une nouvelle « mission civilisatrice » face à la « barbarie » qui veut détruire la « démocratie » (Extrait 15) dont la France est la porte-parole et la fondatrice. Comme Blanchard et Bancel ont expliqué, la volonté d'accomplir une « mission civilisatrice » accompagne la République française dès la période coloniale et « se forge dans la représentation d'une unicité de la France, la croyance d'un lien particulier entre la France et le Monde, donc dans sa mission

---

186 *Ivi*, p. 38.

187 *Ibid.*

universelle 'd'éducation'<sup>188</sup> ».

L'analyse du lexique employé dans les articles révèle la présence, non sans raison, d'une évocation continuelle de la tradition républicaine de la France et de ses valeurs fondatrices. Cela s'inscrit dans celle que Stuart Hall appelle « la narration de la culture nationale<sup>189</sup> ». Dans son étude, qui a ensuite été reprise et approfondie par Wodak et al., le sociologue a individué des éléments essentiels – qu'il appelle « stratégies discursives » – dans le discours sur la construction et la perpétration de l'identité nationale. Une de ces stratégies est représentée par la répétition dans le discours du « mythe fondateur » ou « mythe de l'origine<sup>190</sup> » et consiste dans l'évocation continuelle, à travers l'emploi de déterminés choix linguistiques, de plusieurs éléments de l'histoire d'un pays afin d'établir un lien direct entre le sens d'appartenance et l'origine de la nation.

(18) Le défi, décidément, pour la République, est, depuis ses origines mêmes, de ne pas laisser porter atteinte, en profondeur, quels que soient les périls, aux principes mêmes qui justifient sa fierté, sa vitalité, l'unité de ses enfants dans leur diversité même et, en somme, sa raison d'être. Délicate balance. Devoir de toujours. (*Le Monde* 17-11-2015)

(19) [I]l va falloir du courage à nos politiques pour prendre de la hauteur, s'arracher de leurs certitudes, et reprendre la main sur le destin d'une nation qui n'attend qu'une chose : redevenir ce qu'elle a toujours été, la France, souveraine, courageuse et surtout... libre. (*Le Figaro*, 20-11-2015)

(20) Cette France si longtemps célébrée pour son message universel est désormais la cible haïe d'obscurantistes qui grandissent dans ses écoles. (*Le Parisien*, 15-11-2015)

Dans les extraits, la référence au « mythe fondateur » de la nation se concrétise dans l'évocation de l'origine républicaine de la France et de ses valeurs, qui doivent contribuer à renforcer le sentiment national : dans l'Extrait 18, l'auteur met en lumière la responsabilité de la France qui, en tant que République et malgré les

---

188 BANCEL Nicolas, BLANCHARD Pascal, *op. cit.*, p. 29.

189 HALL Stuart, « The Global, the Local, and the Return of Ethnicity », in *The Question of Cultural Identity*, Londres, Sage Publications, 1996, p. 613.

190 *Ibid.*



défis rencontrés « depuis ses origines », elle doit continuer à accomplir son « devoir de toujours » dans la défense des principes fondateurs ; ces principes sont tellement enracinés dans l'identité de la France qu'ils sont à l'origine même de « sa fierté, sa vitalité, l'unité de ses enfants dans leur diversité même et, en somme, sa raison d'être » et la rendent « ce qu'elle a toujours été, [...] souveraine, courageuse et surtout... libre » (Extrait 19).

Le discours républicain proposé par les journalistes est parfaitement compatible avec le développement de la cohésion sociale qui a toujours été un objectif de la presse française. En effet, une caractéristique des médias – en France plus qu'ailleurs – est celle de donner une « cohérence symbolique à l'identité socio-culturelle<sup>191</sup> » à travers la reconstitution d'une « mémoire populaire<sup>192</sup> » dans les pages des journaux et des autres outils d'information. Le processus de médiation de l'information mis en œuvre dans les articles de presse susmentionnés, évoquant constamment la tradition républicaine de la France, permet de développer une culture commune qui, à son tour, facilite la création d'une « réponse culturelle commune aux événements<sup>193</sup> » de la part de l'opinion publique française.

Ce qui émerge est une représentation plutôt figée de la France et du peuple français : la promotion de la cohésion sociale et du sens d'appartenance à la nation parmi ses membres paraît se faire au détriment de l'individualisme et en faveur de l'indifférenciation et de la neutralité ; l'image qui est donnée est celle d'un citoyen parfaitement conforme au « modèle français » qui est « par définition unique, universel, supérieur<sup>194</sup> ». Ce modèle est réaffirmé continuellement dans les textes à travers la répétition des principes républicains avec lesquels chaque membre doit s'identifier, en suggérant en quelque sorte, la façon « correcte » d'être français :

(21) On ne se défend pas contre la barbarie seulement par des armes, mais aussi et peut-être surtout par l'esprit, par l'affirmation des valeurs qui sont celles de la France : la laïcité, l'égalité, l'universalité de la citoyenneté. (*Le Figaro*, 17-11-

---

191 LAMIZET Bernard, *op. cit.*, p. 76. Traduction de l'auteur.

192 *Ibid.*

193 *Ibid.*

194 BANCEL Nicolas, BLANCHARD Pascal, *op. cit.*, 2005, p. 35.

2015)

(22) La meilleure réponse qu'on puisse leur opposer, c'est de rester fidèles à nos valeurs d'humanisme et de tolérance. Mais de ne plus jamais transiger avec elles : ceux qui les violent sont nos ennemis. (*Le Parisien*, 16-11-2015)

#### 4.2.4 Histoire d'inclusion et d'exclusion

L'analyse du discours sur l'identité nationale qui nous avons jusqu'ici traitée montre une particulière façon de concevoir l'appartenance à la France. D'une part, cette conception de l'identité nationale se fonde, selon Wodak et al., sur « les souvenirs historiques et mythifiés qui sont stockés dans la mémoire collective du groupe social<sup>195</sup> ». D'autre part, la « francité » des citoyens paraît être aussi déterminée par leur adhésion au « modèle français » et par le partage d'une série de valeurs universelles telles que l'universalité, l'humanisme, l'égalité, qui font du citoyen français un citoyen universel. Dans cette conception de l'identité française, nous pouvons individuer un paradoxe que Bancel et Blanchard appellent l'« utopie universelle » de la République française :

« la République s'enorgueillit de ne traiter que du citoyen universel et de ne jamais s'intéresser aux *identités* qui, relevant de la sphère de l'intime, ne regardent ni l'État, ni la chose publique. [...] Sollicitudes intéressées, considère la République, pour qui l'hypertrophie de l'expression des particularismes est destinée à évacuer la question des inégalités derrière un apparent respect des convictions et des pratiques. À cette mise en scène des identités et des communautés, la République oppose son credo de l'indifférenciation et de la neutralisation des espaces public et politique. Le citoyen universel joue sur un terrain neutre, mais il a choisi les règles et celles-ci semblent bien l'avantager. Car si l'universel tend à la neutralité, il s'incarne comme chacun sait dans des figures historiques qui représentent le groupe dominant. Si l'on devait décrire le citoyen universel idéal [...], le neutre est un homme blanc des classes moyennes et supérieures<sup>196</sup> ».

---

195 WODAK Ruth, DE CILLIA Rudolf, REISIGL Martin, LIEBHART Karin, *op. cit.*, p. 157.  
Traduction de l'auteur.

196 BANCEL Nicolas, BLANCHARD Pascal, *op. cit.*

L'identité française se fonde sur un principe d'exclusivité et d'exclusion qui se cache derrière un « credo de l'indifférenciation et de la neutralisation » professé par la République depuis toujours et qui bien se reflète et se diffuse à travers la presse française. Les stratégies d'assimilation et de continuation mises en place par les moyens d'information perpétuent une particulière représentation de la « francité », selon laquelle elle est directement liée à l'histoire et à la tradition du pays : être français signifie partager un passé commun et une mémoire collective. Afin de souligner le lien qui existe entre la dimension historique et l'identité française, plusieurs sont les références à événements cruciaux du passé national. Voyons des exemples :

(23) Parce que nous sommes la France et parce que nous sommes la République, il nous revient, en ces temps de douleur et de deuil, de dominer une autre tentation née de la peur : laisser jeter aux orties les raisons mêmes qui la définissent comme différente. Les soldats de l'An II et leurs chefs ont appuyé leur énergie, à Valmy et ailleurs, sur la certitude qu'ils portaient les valeurs des Lumières : à les violer, ils perdaient leur raison de tenir bon, et de vaincre. (*Le Monde*, 17-11-2015)

(24) La génération 68 voulait jouir sans entraves. Pouvait-elle se douter que ses enfants tomberaient sous les rafales de kalachnikovs tirées par des fous de Dieu haïssant les valeurs qu'ils avaient tant chéries ? (*Le Figaro*, 17-11-2015)

L'Extrait 23 fait clairement référence au passé révolutionnaire de la nation avec l'évocation de la bataille de Valmy de 1792, qui a représenté la première victoire décisive de l'armée française pendant les guerres de la Révolution. Le journaliste compare le peuple français d'aujourd'hui aux « soldats de l'An II ». Cette image, fréquemment évoquée dans la littérature nationale, incarne à la fois « un paradigme des valeurs révolutionnaires, une armée fondée sur les principes d'égalité et de citoyenneté, dont les soldats manifestent leur zèle et leur engagement pour la cause au nom de laquelle ils se battent » et « un nationalisme à une époque où le renouveau et les élans du romantisme encouragent à une renaissance du sentiment national et au développement du débat sur l'identité

française<sup>197</sup> ».

L'Extrait 24 évoque un autre moment clé de l'histoire française, le mouvement de proteste populaire qui a secoué les rues de Paris en mai 1968, en proclamant des idéaux de paie, d'égalité et de liberté. Le journaliste définit les victimes des attaques terroriste comme « les enfants » de la « génération 68 ».

Dans les deux extraits, la récollection des événements du passé implique une connexion entre l'histoire et l'appartenance à la nation. Ce lien, d'un côté renforce la cohésion sociale du groupe, mais d'un autre côté il implique l'exclusion symbolique de ceux qui n'arrivent pas à s'identifier avec cette conception d'identité française, c'est-à-dire de ceux qui n'entrent pas dans la catégorie des « Français de souche ». Cette dernière expression identifie les soi-disant Français « autochtones », qui sont représentés comme blancs, prioritairement chrétiens, instinctivement et naturellement fidèles au pacte laïco-républicain<sup>198</sup> et elle permet donc d'exclure automatiquement les « Français issus de l'immigration ».

### **4.3 Troisième cadre : le rapport entre terrorisme et immigration**

Un autre cadre de représentation des attaques de Paris proposé par les journaux sélectionnés dans notre analyse concerne l'établissement d'un lien entre les actions terroristes et la question de l'immigration. Il s'agit d'un cadre discursif très récurrent dans le traitement du terrorisme de la part des médias occidentaux. Notre analyse s'est toutefois focalisée non pas tant sur le lien supposé avec l'immigration contemporaine – qui est quand même un discours traité dans nos articles –, mais plutôt sur le le lien qui a été établi avec les « Français issus de l'immigration ».

#### **4.3.1 Le terrorisme et le société française**

Les attentats terroristes de Paris ont reçu une couverture médiatique impressionnante dans le monde entier. Pour des raisons compréhensibles, les

---

197 FORREST Alan, « L'armée de l'an II : la levée en masse et la création d'un mythe républicain », in *Annales historiques de la Révolution française*, 335, 2004, p. 111.

198 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, « L'ennemi intérieur : la construction médiatique de la figure de l'« Arabe », in *La Fracture Coloniale. La société française au prisme de l'héritage colonial*, Blanchard, Bancel, Lemaire éd., Paris, La Découverte, 2005, p. 194.

médias français ont accordé une attention particulière aux événements, en engendrant une série de discours liés entre eux. Entre les cadres discursifs qui ont occupé une position dominante dans les débats sur le terrorisme, nous avons individué le cadre primaire de la « guerre contre le terrorisme » et celui sur le renforcement de l'identité nationale. Les deux discours, sous-divisés eux-mêmes en différents thèmes, représentent des constructions narratives récurrentes dans le traitement du terrorisme de la part des médias occidentaux.

Un troisième discours individué dans le débat sur le terrorisme qui s'est déroulé, après les faits de novembre, dans les pages de la presse analysée est représenté par la relation entre le terrorisme et l'immigration et, plus précisément, entre le terrorisme et les immigrants de religion musulmane. Des titres comme « Craintes sur l'arrivée des terroristes avec les migrants » (*Le Monde*, 17-11-2015, p. 24), « Désormais, le lien entre terrorisme et immigration est présent dans les esprits » (*Le Figaro*, 23-11-2015) rappellent très clairement ce lien établi par le discours politique et médiatique en essayant, en même temps, de le faire passer pour naturel et inéluctable.

Il est bon de souligner que la relation entre le terrorisme et l'immigration n'est pas neuve dans le traitement du terrorisme par les médias occidentaux. En effet, « l'association entre l'immigré et le terroriste [...] s'inscrit dans le processus de construction de l'image de l'ennemi intérieur qui prend plusieurs figures en fonction des contextes et des enjeux différents<sup>199</sup> » explique Ceyhan. Devenue dominante après les attentats du 11 septembre 2001, l'image d'un « ennemi intérieur » plonge ses racines sur l'idée que la menace terroriste ne soit plus seulement représentée par des figures extérieures à la société comme c'était le cas auparavant, mais surtout par la présence à l'intérieur des frontières du pays envisagé de figures, issues de l'immigration, qui puissent attenter à la sécurité du pays lui-même. Cela a comporté, au cours des années, une adoptions de la part des pays occidentaux de politiques nationales sécuritaires qui, entre autres choses, se sont engagées dans le renforcement des contrôles aux frontières, l'intensification de la coopération internationale, ainsi que la surveillance des « personnes à

<sup>199</sup> CEYHAN Ayse, « Terrorisme, immigration et patriotisme. Les identités sous surveillance », in *Cultures & Conflits*, n° 44, 2001.

risques » dans les pays. Les médias ont toujours contribué par le développement et la diffusion de discours sécuritaires visant à construire des figures de la menace à l'intérieur du pays, notamment symbolisées par les immigrants.

L'association omniprésente dans les médias entre le terrorisme et l'immigration prend une forme particulière dans la couverture médiatique en France, à cause du caractère spécifique de l'histoire et de la société française. Avec environ 10 % de sa population de religion musulmane<sup>200</sup>, la France représente le premier pays européen par nombre de citoyens musulmans. Cette présence significative sur le sol français est à considérer comme un héritage du passé colonial de la nation. En effet, la plus part des musulmans de France font partie des deuxièmes et troisièmes générations d'immigrés, c'est-à-dire des descendants des habitants des ex-colonies françaises qui, au cours du XX<sup>e</sup> siècle, ont fait parties des vagues d'immigration vers la France qui se sont succédé. La plupart de ces flux migratoires venaient des ex-colonies africaines de religion musulmane et, pour cette raison, aujourd'hui en France la population provenant du monde musulman est majoritaire par rapport aux autres populations d'origine immigrée.

Dès le milieu des années 1980, c'est-à-dire lorsque la France comprend que les « immigrés » qu'elle avait accueilli au cours des années sont voués à rester dans le pays et qu'il sont ou seront inévitablement « Français », le traitement médiatique de l'immigration connaît des changements<sup>201</sup>. Au discours sécuritaire qui toujours accompagne et influence la perception de l'immigration dans les pays d'accueil s'ajoutent des thématiques identitaires qui sont devenues un vrai *leitmotiv* du débat sur l'identité collective et la cohésion sociale si cher aux médias français. À partir de ce moment-là, la représentation d'une identité française menacée de l'intérieur n'a plus quitté les pages des outils d'information nationaux et locaux, en revêtant un relief particulier pendant les périodes de crise nationale, comme des attentats terroristes.

---

200 Au nom de la protection de la liberté religieuse, la « Loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés » interdit de recenser les populations par religion. Cela empêche d'avoir un chiffre précis des personnes de toute confession en France, mais seulement des estimations tirées de sondages et enquêtes.

201 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, « L'ennemi intérieur : la construction médiatique de la figure de l'"Arabe" », in *La Fracture Coloniale. La société française au prisme de l'héritage colonial*, Blanchard, Bancel, Lemaire éd., Paris, La Découverte, 2005, p. 192.

Le discours sur le rapport entre la société française et la présence des immigrés se construit sur une double thématique identitaire qui deviendra une véritable obsession médiatique dans les années 1990-2000<sup>202</sup> jusqu'à nos jours : d'un côté, le thème de l'« islam de France » ; de l'autre côté, le thème de la « banlieue ». Comme Deltombe et Rigouste l'expliquent, « cette double thématique, qui mobilise des registres non racialisés de la logique identitaire, devient le prisme presque exclusif du traitement médiatique de la "présence arabe" en France<sup>203</sup> ». Comme nous le verrons ci-dessous, ces deux thématiques sont également présentes dans la presse analysée dans cette recherche.

#### 4.3.2 Le « pas d'amalgames » et les effets de la sécularisation

Dans le traitement médiatique du rapport entre le terrorisme et l'immigration, une attention particulière est accordée à la question religieuse et cela est en partie révélatrice de la relation qui existe depuis longtemps entre l'islam et la République française.

Au premier coup d'œil, les journaux retenus ont pris part à celle qui a été la générale condamnation de tout acte islamophobe. Cette condamnation a été manifestée au cri de « pas d'amalgame ». Le mot « amalgame » a été répété en boucle dans les pages des quotidiens en devenant un véritable leitmotiv-argumentaire dans le traitement médiatique de l'événement. Observons les extraits suivants :

(25) Nous appelons toute la société civile à faire front commun dans cette épreuve et à rester unie et solidaire. Ne tolérons ni amalgame ni stigmatisation.  
(*Le Parisien*, 16-11-2015)

(26) « Les musulmans ont aujourd'hui doublement peur, explique M. Ounissi. Peur de l'amalgame et peur d'être eux-mêmes victimes d'attentats, au même titre que les autres Français. » (*Le Monde*, 17-11-2015)

Dans les deux extraits, la référence au risque représenté par l'amalgame entre

---

202 *Ibid.*

203 *Ibid.*

les Français de religion musulmane et les terroristes peut s'inscrire dans le plus vaste discours sur l'identité nationale qui, comme nous l'avons vu, est régulièrement présent dans l'espace médiatique français. Ainsi que comme prise de position contre n'importe quelle forme de discrimination à l'égard de la communauté musulmane, la formule de « pas d'amalgame » peut être aussi interprétée comme une tentative de renforcement de la cohésion sociale dans le pays. En effet, dans les extraits susmentionnés, le refus de l'amalgame est accompagné par l'invitation à préserver l'unité nationale : dans l'Extrait 25, le journaliste lance un appel à « toute la société civile » – et donc à toutes ses composantes – afin qu'elle puisse « rester unie et solidaire », en signe de rejet de l'« amalgame » et de la « stigmatisation » des musulmans. Dans la même perspective, à travers une stratégie constructive d'inclusion et d'assimilation, l'Extrait 26 parle du double risque – l'amalgame et l'exposition aux attentats terroristes – auquel les musulmans français doivent faire face en tant que citoyens « au même titre que les autres Français ».

La formule de « pas d'amalgame » semble donc bien s'adapter à la rhétorique de l'identité nationale, en promouvant l'image d'une société « unie » et « solidaire » où les musulmans de France sont reconnus citoyens français « au même titre que les autres ». Une société, donc, qui bien reflète les principes fondamentaux de liberté, égalité et fraternité sur lesquelles elle repose.

Cette formule a été empruntée au discours politique du Président de la République et de son entourage. Déjà au lendemain des attaques du 7 janvier 2015 à la rédaction du journal satirique Charlie Hebdo, Hollande n'avait pas hésité à affirmer : « Nous ne devons faire aucun amalgame [...]. Ceux qui ont commis ces actes, ces terroristes, ces illuminés, ces fanatiques, n'ont rien à voir avec la religion musulmane ». Ses mots ont été immédiatement suivies par des affirmations similaires de la part de son entourage, telles que celles des ministres Valls et Cazeneuve.

Derrière les messages d'unité nationale et de soutien à la communauté musulmane dont l'appel au rejet de l'amalgame se fait porte-parole, nous pouvons individuer un autre message implicitement – et peut-être involontairement –



véhiculé par l'expression, qui est révélateur du rapport complexe qui existe entre le fait religieux et l'État français depuis longtemps. Le succès qui a connu le *leitmotiv* de « pas d'amalgame » dans l'espace d'abord politique et puis médiatique peut passer pour une façon simpliste et plutôt superficielle d'affronter la question religieuse liée aux événements. Ce n'est pas sans raison si cet argument est souvent accompagné et soutenu par la thèse que Birnbaum appelle du « rien-à-voirisme<sup>204</sup> », une expression qui vient précisément de la phrase « rien à voir avec » employée, parmi les autres, par le Président lui-même : selon l'intellectuel français, ceux qui se cachent derrière un discours fondé sur la thèse selon laquelle il n'existe aucun lien entre l'islam et le terrorisme montrent la difficulté récurrente que la politique française – notamment celle de gauche – rencontre dans le traitement du fait religieux. La tendance à refuser d'aborder la question religieuse qui a été affichée dans le discours politique et médiatique peut être en partie ramenée au caractère séculier de la société française.

La sécularisation représente un processus d'expulsion de la religion de l'espace public. Il s'agit d'un vaste processus de déclin et de déprise du religieux dans la société des Hommes de nature civilisationnelle, qui s'inscrit dans le temps long<sup>205</sup> et qui en France s'est traduit par la laïcisation de l'État. Le rôle de la religion dans l'histoire des sociétés commence à se fragiliser à partir de l'époque moderne, mais c'est la Révolution française à être considérée comme le « premier seuil de laïcisation<sup>206</sup> », grâce au détachement de la sphère politique de celle religieuse. L'acte fondateur de cette séparation est représenté par la « Déclaration des droits de l'Homme et du Citoyen » de 1789, le texte fondamental de la Révolution dans lequel à l'article X il est déclaré : « Nul ne doit être inquiété pour ses opinions, même religieuses, pourvu que leur manifestation ne trouble pas l'ordre public établi par la loi<sup>207</sup> ». Cet article est particulièrement significatif puisqu'il affirme la liberté religieuse sur le sol français mais, en même temps, il cantonne la religion au rôle de simple opinion personnelle.

---

204 BIRNBAUM Jean, *Un silence religieux. La gauche face au djihadisme*, Paris, Seuil, 2016.

205 MILBACH Sylvain, *Les chaires ennemies : l'Église, l'État et la liberté d'enseignement secondaire dans la France des notables : 1830-1850*, Paris, Champion, 2015.

206 BAUBÉROT Jean, *Histoire de la laïcité française*, Paris, PUF, 2007 [2002].

207 *Déclaration des droits de l'Homme et du Citoyen*, [www.gallica.bnf.fr](http://www.gallica.bnf.fr).

Cette première prise de position de la part de l'État sur la question religieuse a puis évolué dans la « Loi de séparation des Églises et de l'État » de 1905, avec laquelle la France est officiellement devenue un État laïc qui « assure la liberté de conscience [et] garantit le libre exercice des cultes » (article I) mais, en même temps, « ne reconnaît, ne salarie ni ne subventionne aucun culte » (article II). Dans ces deux déclarations il est possible de reconnaître « [l]a tension entre une acception libérale et une acception combative de la laïcité [qui] est au cœur de l'histoire de la construction de la laïcité en France<sup>208</sup> » : d'un côté nous pouvons individuer une dimension libérale issue du principe révolutionnaire de liberté qui garantit la liberté individuelle de culte ; de l'autre côté, nous pouvons reconnaître l'application pratique, dans une forme de laïcité plus combative, de l'autre principe révolutionnaire fondamental, celui de l'égalité, qui se réalise dans l'exclusion de toute expression de religiosité de l'espace public en faveur d'une neutralité religieuse entre les citoyens qui a abouti, dans le temps, à l'imposition de contraintes sociales conformes au modèle assimilationniste adopté par le cadre politique.

Cette « laïcité à la française<sup>209</sup> » explique la tendance de la part de la politique française de cantonner la religion à la sphère purement individuelle et privée, en se désintéressant de toute question religieuse dans le pays : dans cette perspective, ce qui concerne le religieux ne doit pas préoccuper la sphère politique et, vice versa, là où une question politique est abordée, la présence d'une influence religieuse est niée. Cette conception séculière du rapport entre la religion et la vie publique a abouti dans le temps à une attitude politique de désintérêt et parfois de méconnaissance du fait religieux. Les messages que des expressions telles que « pas d'amalgame » et « rien à voir avec l'islam » veulent véhiculer dans le discours politique et dans celui médiatique, donc, expriment à la fois une volonté de préserver la cohésion d'une société très diversifiée comme celle française et une difficulté dans le traitement du fait religieux, qui est révélatrice du rapport difficile qui existe entre l'État et la religion, notamment celle musulmane.

---

208 MUHLMANN Géraldine, ZALC Claire, « La laïcité, de la IIIe à la Ve République. », in *Pouvoirs*, n° 126:3, 2008, p. 101.

209 *Ibid.*

### 4.3.3 La représentation de l'islam de France

À côté du discours qui nous venons de traiter dans le paragraphe précédent, nous pouvons individuer dans les articles analysés une tendance inverse dans le traitement du lien entre la religion et le terrorisme et, par conséquent, dans la représentation des musulmans en France. En effet, en dépit de la condamnation générale de la part de la presse de toute amalgame entre l'islam et les événements traités, il est possible individuer une seconde argumentation avec la mise en place de formes d'amalgames et d'ambivalences autour de la figure du « musulman français ». Cette dernière tendance est conforme à celle qui est le double discours qui a été employé dans les médias français pour dépeindre la figure de l'« immigré » à partir des années 1970.

Dans notre cas, cette seconde argumentation a notamment été observée dans les pages de *Le Figaro*, bien qu'elle peut même être retrouvée dans des journaux généralement considérés plus « modérés » comme *Le Monde* et *Le Parisien*, les mêmes journaux qui, dans d'autres pages, ont condamné l'amalgame. Ce double comportement ne doit pas surprendre : dans le traitement médiatique de la « présence arabe » en France, il est facile de constater qu'un même outil d'information, comme un journal quotidien, est capable de mettre en place une double argumentation, « [en] construi[sant] par un faisceau d'amalgames (culturels, religieux, économiques et sociaux...) sur l'« Arabe » des figures ethniques de la menace tout en critiquant parallèlement leur fondement raciste<sup>210</sup> ». Deltombe et Rigouste mentionnent, à titre d'exemple, le journal *Le Nouvel Observateur* qui, dans le cadre de l'affaire du « voile islamique » à Creil à l'automne 1989<sup>211</sup>, avait été « l'un des fers de lance de la croisade anti-"tchador"<sup>212</sup> » ; toutefois, son engagement dans cette lutte n'avait pas empêché son éditorialiste Jacques Juillard, à la fin de l'affaire, de déclarer, sans craindre d'être accusé d'hypocrisie : « [l']argument anti-islamique est de longue date un

---

210 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, *op. cit.*, p. 193.

211 L'affaire de Creil est née en septembre 1989, lorsque deux jeunes musulmanes ont été expulsées du collège qu'elle fréquentaient à Creil, en tant que le voile qu'elle portaient avait été considéré incompatible avec le caractère laïc de l'institution scolaire française.

212 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, *op. cit.*

alibi commode qui habille de respectabilité la haine de l'Arabe et le refus de l'accueillir<sup>213</sup> ».

Une telle double attitude peut être observée à propos du traitement médiatique de l'islam de France face aux événements qui se sont déroulés à Paris en novembre dernier : à côté des messages de condamnation de toute forme de stigmatisation reportés par les journalistes, nous pouvons aussi observer l'articulation de thématiques identitaires visant à construire une représentation plutôt stigmatisée des « musulmans de France ». Observons les extraits suivants :

(27) Mais on aura tendance à oublier, pour ne pas « stigmatiser », selon la formule désormais consacrée, que cette action était d'abord et avant tout religieuse. (*Le Figaro*, 19-11-2015)

(28) Nous nous sommes cachés derrière des discours lénifiants et sympathiques (« l'islam est une religion de paix », « l'islam est l'ennemi de la violence ») incontestablement vrais, mais qui oublient que l'islam, c'est aussi ce qu'en font les musulmans. Et, notamment, les musulmans qui font le plus de bruit. (*Le Monde*, 20-11-2015)

Une première observation qui peut être faite concerne la critique formulée dans l'Extrait 27 : selon le journaliste de *Le Figaro*, il est nécessaire de souligner que le caractère des actions qui se sont passées est éminemment religieux et, pour cette raison, il s'élève contre ceux qui continuent à s'opposer à la stigmatisation des musulmans en s'appuyant sur des « formule[s] » qu'il considère – sans le dire explicitement – fausses. Entre les « formule[s] désormais consacrée[s] » dont il parle, nous pouvons reconnaître le « pas d'amalgame » très utilisé dans la couverture médiatique de ces jours-là. Cela est révélateur de la double attitude de la presse française, qui peut montrer une prise de conscience autocritique à propos des dangers que toute forme d'homogénéisation peut comporter et, en même temps, la mettre en place. La même attitude peut être observée dans l'Extrait 28, dans lequel l'auteur critique les « discours lénifiants et sympathiques » en faveur de l'islam qu'il considère toutefois « incontestablement

---

213 *Le Nouvel Observateur*, 23 novembre 1989, [www.europresse.com](http://www.europresse.com).

vrais » mais, en même temps, il les conteste en déclarant que « l'islam, c'est aussi ce qu'en font les musulmans [...] qui font le plus de bruit ». Dans cet extrait, la volonté de l'auteur est non seulement celle de réfuter l'argumentation selon laquelle l'islam serait une religion de paix, mais aussi celle de mettre en relation les musulmans et ceux – auxquels le journaliste se réfère avec l'euphémisme « faire de bruit » – qui représentent une menace.

Dans les extraits qui nous venons d'analyser, il est possible de reconnaître la tendance des médias à présenter les musulmans comme un groupe extérieur à la République française, conformément au discours identitaire qui soutient l'idée d'un peuple homogène et uniforme. Prenons en considération les extraits de presse suivants:

(29) Mais pourquoi diable le chef de l'État s'applique-t-il à ne désigner sa cible que sous son acronyme fumeux, Daech ? Pourquoi n'ose-t-il dénoncer l'islam radical, rejeton des Frères musulmans, comme l'ennemi de la nation ? (*Le Figaro*, 20-11-2015)

(30) Mais l'attentat du 13 novembre a sonné comme une claque cinglante au sein de la communauté musulmane, dont les responsables sont essentiellement de la première génération de l'immigration. Ils ont vraiment pris conscience qu'ils ont perdu le contact avec une partie des jeunes musulmans de seconde et de troisième génération et le contrôle des plus radicaux. (*Le Figaro*, 20-11-2015)

L'auteur de l'article dont l'Extrait 29 est tiré critique Hollande pour ne pas vouloir dénoncer comme le réel « ennemi de la nation » l'islam radical qui représente, selon lui, un « rejeton des Frères musulmans ». Dans cette affirmation nous pouvons reconnaître un double processus d'« altérisation ». D'un côté, tous les musulmans de France sont rattachés à une même catégorie avec une identité distincte de celle du reste des Français ; la volonté de les isoler dans un *out-group* par rapport au groupe dominant est masquée derrière l'appellation de « Frères ». De l'autre côté, nous pouvons individuer un autre processus d'« altérisation » à l'intérieur du *out-group* lui-même qui consiste dans une division supplémentaire

entre les « bons » musulmans et une sous-catégorie<sup>214</sup> représentée par l'islam radical qui est décrit comme l'« ennemi de la nation ».

Partant de ces observations, nous pouvons mener une réflexion sur la façon dont les Français de confession musulmane sont représentés dans la presse. Une première réflexion concerne le lien qui est établi entre l'islam et le terrorisme : malgré la condamnation officielle et unanime de toute forme d'amalgame et de toute association entre la religion et le fanatisme, il est possible de constater une tendance contraire en tant que l'islam radical est présenté comme une sous-catégorie issue des « Frères musulmans » et, donc, en relation directe avec eux. En outre, cette représentation véhicule le message selon lequel la communauté musulmane est en partie responsable des actions criminelles qui se sont passées, comme l'Extrait 30 le montre : l'attentat de 13 novembre est décrit comme une « claque cinglante au sein de la communauté musulmane », puisqu'il est la preuve que ceux qui appartiennent à « la première génération de l'immigration [...] ont perdu le contact avec une partie des jeunes musulmans de seconde et de troisième génération et le contrôle des plus radicaux ».

Une autre réflexion qui peut être menée à propos du traitement médiatique de l'islam de France dans les articles retenus concerne la représentation dichotomique d'un islam qui est divisé entre « bons » et « mauvais » musulmans, c'est-à-dire entre « immigrés intégrés » et « non intégrés ». Ce manichéisme médiatique n'est pas nouveau pour la presse française mais, au contraire, il s'inscrit dans le cadre du discours sur l'identité nationale qui s'est construit depuis le début des années 1990<sup>215</sup>. Les figures des « Frères musulmans » et de « l'ennemi de la nation » peuvent sembler contradictoires, mais, en réalité, elle sont présentées comme deux faces de la binarité qui caractérise l'image de l'« Arabe » dans l'imaginaire collectif<sup>216</sup>. Ces figures contribuent à l'essentialisation et à la stigmatisation de la nature du « musulman français » qui est cristallisé et réduit à une dichotomie entre « bons » et « mauvais ».

---

214 PETERSOO Pille « What does 'we' mean? National deixis in the media », in *Journal of Language and Politics* 6, 2007.

215 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, *op. cit.*, p. 194.

216 *Ibid.*

En tout état de cause, l'image de l'islam de France qui est véhiculée est celle de quelque chose qui est « autre » par rapport à la collectivité des Français. En analysant la couverture de la presse française au lendemain des attaques à la rédaction de Charlie Hebdo du 7 janvier 2015, Gugle<sup>217</sup> a individué une attitude ambivalente dans le traitement de la communauté musulmane qui bien reflète la position de la République française et qui se retrouve également dans la couverture médiatique des attaques de novembre. D'abord dans le cadre juridique et puis dans celui médiatique, les musulmans français font toujours l'objet d'un traitement paradoxal : des lois comme celles sur le port du voile cherchent à réduire au minimum les différences religieuses entre les citoyens, au nom du principe de laïcité sur lequel se fonde le modèle assimilationniste français. Toutefois, face aux attaques qui se sont déroulées – tant celles de janvier que celles de novembre 2015 – la presse n'a pas hésité à s'adresser à la communauté musulmane comme à un groupe avec une identité distincte. Cela peut être observé dans l'appel général que la presse a lancé aux musulmans de France afin qu'ils se prononcent ouvertement contre les actes terroristes : cette requête montre une prise de distance du groupe dominant – dont les journalistes sont les représentants – par rapport à la communauté musulmane, en essayant de distinguer leur différente identité ; la même identité que la loi française normalement essaie d'assimiler à la sienne.

Les représentations de l'islam de France qui nous avons jusqu'ici observé montrent comment dans la couverture médiatique des attaques de novembre nous pouvons reconnaître deux définitions de l'identité française qui ne sont pas nouvelles : une définition « extensive, que les journalistes ne manquent pas de rappeler explicitement, qui inclut juridiquement l'ensemble des nationaux quelles que soient leur cultures, leur religion et leur couleur de peau<sup>218</sup> » ; et une autre définition qui peut être définie « restrictive, persistante dans l'implicite du discours médiatique [...], qui tend à exclure symboliquement ceux qui n'entrent

---

217 GUGLE Indraja, *The attack on Charlie Hebdo and the representation of Islam. A comparison of the international press coverage (France, USA and Pakistan)*, 2015, [www.academia.edu](http://www.academia.edu).

218 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, *op. cit.*, p. 194.

pas dans la catégorie des "Français de souche"<sup>219</sup> ».

L'exclusion implicite à laquelle sont soumis les Français de confession musulmane aboutit, dans les extraits qui suivent, à une véritable contraposition entre les deux groupes, celui des « Français de souche » et celui des « Français issus de l'immigration » :

(31) Nous n'avons pas d'autre choix qu'entre les Lumières et l'islam, entre Voltaire et le djihad. (*Le Figaro*, 19-11-2015)

(32) Quarante ans de culpabilisation et de fascination pour l'Autre ont amené à cette aberration de devoir observer une civilisation lumineuse être contestée sur son propre sol par une civilisation concurrente dont le rêve de contre-colonisation est de revenir à l'obscurantisme du VIII<sup>e</sup> siècle. (*Le Figaro*, 20-11-2015, p. 21)

Dans l'Extrait 31, le journaliste se fait l'écho des préoccupations du peuple français – comme l'emploi du pronom personnel « nous » le montre – et affirme la nécessité d'un inévitable choix entre les valeurs de la France et l'islam. Les valeurs françaises sont présentées à travers la métaphore des « Lumières », qui renvoie clairement au mouvement intellectuel né en France au XVIII<sup>e</sup> siècle et dont Voltaire est le père fondateur. Encore une fois, la presse établit une relation entre l'identité française et la dimension historique : être Français signifie faire siens les principes de l'âge des Lumières tels que ceux de liberté, d'égalité et de fraternité – qui deviendront ensuite les pierres angulaires de la République – ainsi que la confiance dans la raison et le progrès. À ces valeurs le journaliste oppose ceux représentées par l'islam et ce faisant, il rapproche le concept de « djihad » à celui de « islam ».

Le message qui nous livre cette représentation est celui d'une essentielle dichotomie entre l'identité française et l'identité musulmane : le fidèle musulman est présenté comme une figure qui possède un caractère naturel d'« inassimilabilité<sup>220</sup> » par rapport à la société française en tant que ses valeurs

---

219 *Ibid.*

220 *Ibid.*



sont considérées incompatibles avec les valeurs déclarées par la République. Conformément à la conception la plus restrictive de l'identité française, nous voyons véhiculé ici le message selon lequel il n'est pas possible d'être à la fois musulman et citoyen français.

L'Extrait 32 pousse à l'extrême cette dichotomie en préfigurant un combat qui voit se ranger « une civilisation lumineuse » contre « une civilisation concurrente », dans un discours plutôt apocalyptique qui s'approche à la théorie du « choc de civilisations<sup>221</sup> » avancée par Huntington. À l'image de l'éclairement produit et diffusé par la culture française dans le monde au cours des siècles – qui bien évoque le concept de « mission civilisatrice » si cher à l'empire colonial –, le journaliste oppose l'image d'un ancien « obscurantisme » avec lequel la civilisation musulmane veut menacer la France et réaliser son « rêve de contre-colonisation ». En outre, le journaliste réduit l'histoire récente de la France et de son rapport avec l'immigration à « [q]uarante ans de culpabilisation et de fascination pour l'Autre » en opérant une occultation et une simplification de certains événements du passé national, ainsi qu'une déformation de certains éléments, comme le montre le fait que la responsabilité historique de la France remontant à la colonisation est réduite à une forme de « culpabilisation » envers les populations dont les musulmans sont originaires.

L'analyse de la presse retenues montre que le traitement médiatique des événements de novembre 2015 suivie, en France, des tendances communes. À travers une analyse du débat public qui s'est animé après les attentats de janvier 2015 – mais qui également s'adapte à notre réflexion – Gomart explique que « [l]es attentats ont largement été interprétés comme un retour du problème religieux – et spécifiquement de la place de l'islam en France – sur l'identité nationale<sup>222</sup> ». Cette interprétation s'est traduite, sur le cadre politique et médiatique français, par une « laïcité de combat » qui est révélatrice d'une certaine phobie des religions, en particulier de l'islam<sup>223</sup> et, à la fois, par le renforcement

---

221 HUNTINGTON Samuel, *op. cit.*

222 GOMART Thomas, « La politique étrangère française est-elle *Charlie* ? », en *Études* 11/2015, p. 25.

223 *Ibid.*

d'une stratégie d'exclusion des musulmans de France dans le discours sur l'identité nationale.

#### **4.3.4 La territorialisation de la menace: la banlieue**

Comme mentionné précédemment, le discours sur l'identité nationale qui a été construit par les médias français à partir des années 1970 jusqu'à nos jours est fondé sur une dissociation entre une identité menacée et une altérité menaçante<sup>224</sup> qui coexistent à l'intérieur du territoire. Le discours a mené au développement d'une double thématique dans le traitement de cette « altérité » intérieure à la France : d'un côté – nous l'avons vu – une thématique qui concerne l'islam de France et le rapport qui existe entre la République et la religion ; d'un autre côté – nous le verrons ci-dessous – une thématique visant le traitement médiatique de la banlieue et des enjeux sociaux auxquels son image est liée.

Au lendemain des attaques de Paris du 13 novembre, comme la première, la seconde thématique est également apparue sur la scène médiatique française. Cela est dû au fait que les terroristes étaient des jeunes de nationalité européenne – français et belges – et provenaient des zones de banlieue. En outre, cinq jours après les attaques, une opération policière s'est déroulée dans la banlieue de Saint-Denis, hors de Paris, où des terroristes étaient cachés. Cet événement a ramené l'attention de l'opinion publique sur la question des banlieues et des « jeunes de banlieue », qui sont depuis longtemps des sujets brûlants dans les médias français et dont les représentations se caractérisent par des éléments récurrents.

(33) Depuis Khaled Kelkal en 1995, et par exemple Mohamed Merah en 2012, la France est répétitivement frappée selon un immuable schéma. Élément humain : toujours ou presque il s'agit de criminels fanatisés basculant dans la rage homicide. Élément collectif : de Merah en Kouachi et en Abdeslam, on constate une prédominance de fratries dans lesquelles s'instaure ce que la psychiatrie nomme un « délire à plusieurs ». Élément topographique : toujours en cause, comme lieu de naissance ou de vie, comme bases de prédatations et de repli, les territoires de la « politique de la ville », trop souvent devenus des

---

224 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, *op. cit.*, p. 192.

pépinières à fanatiques. (*Le Figaro*, 20-11-2015)

Dans l'Extrait 33, tiré de *Le Figaro*, le journaliste identifie comme un des dénominateurs communs aux terroristes qui ont frappé le territoire français depuis une vingtaine d'années, l'« élément topographique » : tous ces jeunes criminels proviennent des territoires qu'il définit « des pépinières à fanatiques ». Bien que le problème de la radicalisation en France soit réel et concret, définir les banlieues comme des « pépinières » où le fanatisme religieux naît et grandit représente une tentative de circonscription du problème qui aboutit, dans d'autres passages, à des formes de stigmatisation. En même temps, le journaliste de *Le Figaro* se réfère aux banlieues comme à des zones de la « politique de la ville », se référant aux plusieurs projets politiques mis en place par les pouvoirs publics afin de revaloriser ces zones urbaines en difficulté et de réduire les inégalités entre les territoires<sup>225</sup>. Le choix de cette appellation de la part du journaliste peut être vu, donc, comme une tentative de montrer l'engagement de la République dans la récupération de ces zones et, donc, son absence de responsabilité par rapport aux problèmes auxquels les banlieues sont confrontées. Prenons en considération l'extrait suivant :

(34) Dans ces territoires, où le taux de pauvreté est trois fois supérieur au reste du pays, où les enfants ont une scolarité plus courte d'un an en moyenne, où les tissus associatif et civique n'ont plus les moyens de mener leurs actions en faveur de la solidarité, nos valeurs ne restent que des mots au perron de nos bâtiments. [...] Dans ces villes où le message de la République ne porte plus, dans ces quartiers où rien de ce qui représente nos valeurs et notre attachement à la liberté, à l'égalité, à la fraternité, à la laïcité, ne trouve écho, ce sont les fanatiques, les fondamentalistes, les extrémistes qui parviennent à ce que leur voix de haine s'entende. (*Le Monde*, 20-11-2015)

(35) Le 48 de la rue de la République, est un concentré de misère humaine [...]. « C'est tellement pourri là-dedans... Il y a des dealers, de la prostitution, des marchands de sommeil. Tu passes mais tu ne t'arrêtes pas », raconte un vieux

---

225 [www.ville.gouv.fr](http://www.ville.gouv.fr)

Dionysien. (*Le Monde*, 20-11-2015)

Si l'Extrait 33 souligne l'engagement de la part de l'État dans la récupération des banlieues, les Extraits 34 et 35 semblent donner une image de ces zones bien plus négative. En quelques lignes, les journalistes énumèrent les éléments que Derville définit comme des « clichés [qui] sont sans cesse mobilisés pour décrire [les banlieues]<sup>226</sup> » dans les médias français depuis des décennies : la pauvreté, le faible niveau scolaire, la drogue, la prostitution. Face à la situation désespérée qui se perpétue dans les banlieues, l'auteur de l'Extrait 34 explique que « les tissus associatif et civique n'ont plus les moyens de mener leurs actions en faveur de la solidarité », en soulignant, ici aussi, la non-responsabilité de l'État français.

Plus loin dans le même article, le journaliste souligne comme ces zones urbaines représentent un lieu parfait pour la montée de la radicalisation, en tant que « ce sont les fanatiques, les fondamentalistes, les extrémistes qui parviennent à ce que leur voix de haine s'entende » et cela est dû au fait que « dans ces quartiers rien de ce qui représente nos valeurs et notre attachement à la liberté, à l'égalité, à la fraternité, à la laïcité, ne trouve écho ». Quant à ces affirmations, deux observations peuvent être faites. Tout d'abord, nous pouvons reconnaître une tendance à réduire la population des banlieues à une population de foi musulmane, en oubliant que « les personnes issues de l'immigration, et notamment de l'immigration maghrébine, ne représentent qu'une part marginale de la population de la plupart des banlieues<sup>227</sup> » ; cela représente, selon Derville, un « stéréotype stigmatisant<sup>228</sup> » parmi les plus récurrents dans les articles consacrés à la banlieue. En second lieu, nous assistons, encore une fois, à l'évocation du discours sur l'identité nationale : la banlieue est représentée comme un lieu désolé et stérile où les valeurs universelles et positives que la République avait semé n'ont jamais pris. Cela implique que la banlieue n'est qu'une exception par rapport au reste de la nation où il est tenu pour acquis que ces valeurs sont fortes et partagées entre ses membres. L'« attachement » aux valeurs dont le journaliste parle est

---

226 DERVILLE Grégory, *op. cit.*, p. 107.

227 *Ibid.*

228 *Ibid.*

l'attachement de la collectivité des citoyens qui vivent hors de la banlieue, comme l'utilisation de l'adjectif possessif pluriel « nos » veut souligner et cela implique, donc, l'homogénéité et l'uniformité à l'intérieur du groupe dominant. Cette séparation implicite entre les territoires de la France et les banlieues montre la constitution, de la part des médias, d'un espace symbolique bien limité qui est à la fois « musulman » et « délinquant »<sup>229</sup>, en représentant une forme de territorialisation de l'immigration et de la menace. Cet espace est également soumis à un processus d'altérisation dans les pages de la presse analysée, en donnant l'idée d'un espace qui est « autre » par rapport à la nation. Observons d'autres exemples :

(36) Car il ne faut pas se leurrer : quelque part dans le monde, les assassins nourris de haine qui ont semé la terreur dans la capitale sont des stars ; peut-être même chez nous, dans des banlieues dont on n'ose plus pousser la porte. (*Le Figaro*, 16-11-2015)

(37) Nous devons nous attaquer aux sources de recrutement et aux endroits où notre pays ne fait plus battre le cœur. (*Le Monde*, 20-11-2015)

(38) Ces terroristes sont français, une nouvelle fois, ils ont grandi dans nos villes et dans nos cités. Interrogeons-nous aujourd'hui sur les territoires où la République a tant reculé qu'elle a laissé les siens se tourner vers la folie, vers la barbarie, vers le fanatisme. (*Le Monde*, 20-11-2015)

Dans les extraits susmentionnés, nous observons l'emploi d'expressions métaphoriques comme « n'ose[r] plus pousser la porte [des banlieues] » (Extrait 36) et de la personnification de la République française qui « ne fait plus battre le cœur » et qui « a [...] reculé » dans ces zones (Extraits 37 et 38). Ces images véhiculent le message que les territoires des banlieues ne font plus vraiment partie du territoire national en tant que la République ne peut plus exercer aucun contrôle sur eux ; elle a laissé la place à des phénomènes comme « la folie », « la barbarie » et « le fanatisme » qui sont présentés comme implicitement opposés et incompatibles avec les valeurs républicaines. Cette représentation de la banlieue

---

229 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, *op. cit.*, p. 193.

n'est pas nouvelle pour la presse française et elle a été particulièrement exploitée afin d'expliquer des épisodes négatifs comme la violence urbaine ou la radicalisation qui se sont déroulés dans ces zones au cours des années. Dans cette façon, les habitants des banlieues sont placés en dehors des frontières de l'homogène société française et cela permet de donner une explication à leurs actions et, en définitive, de maintenir les relations de discrimination et de domination sociale entre groupes<sup>230</sup>.

L'altérisation à laquelle est soumise la banlieue de la part des médias peut être aussi identifiée dans le choix d'utiliser le terme « ghetto », notamment en ce qui concerne les articles de *Le Figaro* :

(39) Les solutions passent aussi par une suspension de l'immigration extraeuropéenne qui alimente les ghettos, et par une réhabilitation de l'assimilation comme objectif à atteindre. (*Le Figaro*, 20-11-2015)

(40) Les attentats terroristes à Paris doivent obliger à regarder la réalité en face. Ces mois de préparatifs ; ces multiples allées et venues, de la zone grise de Molenbeek (dans ce qu'on appelait voici dix ans déjà le « Bruxellistan ») à nos propres ghettos suburbains ; ces véhicules chargés d'armes et d'explosifs ; ces appartements conspiratifs ; l'agitation d'individus dix fois fichés, repérés, parfois condamnés. (*Le Figaro*, 20-11-2015)

Le mot « ghetto » est utilisé par les journalistes comme synonyme de « banlieue ». Dans ce choix lexical nous pouvons individuer une autre prise de distance symbolique par rapport au segment de population comprenant les habitants des banlieues<sup>231</sup>. L'image du « ghetto » donne un sens de séparation et de nette distinction entre les groupes sociaux impliqués dans le discours qui bien s'applique à la « logique d'enfermement<sup>232</sup> » que les médias français semblent suivre dans le traitement de la banlieue et qui démontre comment aujourd'hui

---

230 COSTELLOE Laura, « Discourses of sameness: Expressions of nationalism in newspaper discourse on French urban violence in 2005 », in *Discourse and Society*, n° 25:3, Londres, Sage, 2014, p. 315.

231 DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, *op. cit.*, p. 193.

232 KOKOREFF Michel, « Dix ans après, l'incapacité d'agir ? », in *Mouvements*, n° 83:3, 2015, p. 68.

« les distances ont remplacé les conflits de classe<sup>233</sup> ».

---

233 LAPEYRONNE Didier, *Ghetto urbain. Ségrégation, violence, pauvreté en France aujourd'hui*, Paris, Robert Laffont, 2008, p. 122.





## CONCLUSIONS

Pour conclure, ce mémoire a engagé une réflexion sur le traitement médiatique de l'islam et des musulmans en France dans le but de répondre à une question de départ : est-ce que, dans les médias d'aujourd'hui, les musulmans de France reçoivent un traitement discriminant ou égalitaire par rapport aux autres citoyens ?

Pour répondre à notre question, nous avons choisi d'analyser la couverture médiatique réservée à un événement récent qui a attiré l'attention sur le thème de la relation complexe qui existe, depuis longtemps, entre la République et la religion musulmane : les attaques terroristes de Paris du 13 novembre 2015. Plus précisément, nous avons soumis à une analyse thématique et linguistique les articles tirés de *Le Monde*, *Le Figaro* et *Le Parisien* et publiés dans les dix jours immédiatement suivants les attentats.

L'objectif de ce mémoire était d'individuer les principaux types de représentations de l'événement données par les journaux retenus et de retrouver les éventuels discours sous-jacents concernant le rapport entre l'identité française et l'islam.

L'analyse empirique des articles sélectionnés nous a permis d'individuer deux représentations principales des attentats de Paris. Une première observation des données, nous montre que les attaques ont été représentées comme des « actes de guerre », s'inscrivant dans le contexte international de celle qui est considérée la lutte de l'Occident contre le terrorisme islamiste. Cela nous a montré la volonté, de la part des trois journaux, d'adhérer à la position prise par le gouvernement français et de légitimer les discours officiels, tels que ceux concernant une réponse militaire à l'extérieur et l'élaboration d'un contrôle sécuritaire à l'intérieur du pays.

Une observation plus détaillée des données a mis néanmoins en évidence la tendance très récurrente dans les articles de presse à représenter les attentats des Paris comme une attaque spécifiquement destinée à la civilisation française et à ses valeurs. L'idée transmise est que la France a été choisie comme cible des attentats non pas tant pour des raisons politiques, que pour ce qu'elle est et ce qu'elle représente pour le reste du monde. Nous avons individué dans ce discours

un processus d'idéalisation de la nation et une emphase sur son caractère unique. L'évocation continuelle de la tradition républicaine et du passé glorieux à travers les symboles nationaux, l'insistance sur les valeurs universelles qui représentent le « modèle français » de citoyenneté, l'emploi du « nous » collectif de la part des journalistes et de la personnification de la France constituent l'ensemble des stratégies discursives et linguistiques adoptées par les journalistes dans le but de renforcer l'identité nationale.

Le processus de construction identitaire qui a émergé de notre recherche confirme deux théories que nous avons précédemment abordé. D'un côté, l'appel à l'identité nationale dans la couverture médiatique d'un pays répond à l'exigence de renforcer la cohésion sociale et le sens d'appartenance nationale qui, face à des situations de crise comme le terrorisme, s'avèrent nécessaire. De l'autre côté, l'élaboration d'une réponse culturelle commune aux événements représente une des caractéristiques principales des médias français ; cela est dû au fait que, depuis leur origine, en France les médias ont été conçus – au même titre que les autres institutions officiels – comme des moyens de transmission des valeurs françaises, dans le but de consolider l'unité nationale. L'appel récurrent à l'identité républicaine qui nous avons observé dans les articles retenus bien reflète ce trait saillant du journalisme « à la française ».

L'accent qui a été mis sur l'identité nationale dans la presse analysée s'est toutefois fait au détriment de l'individualisme et en faveur de l'indifférenciation et de la neutralité : le message qui a ressorti est que, pour être vraiment « français », il est nécessaire de répondre aux conditions essentielles de « francité » proposées par les journaux : être d'origine française et chrétienne, partager une mémoire collective et être instinctivement fidèles aux valeurs républicaines, notamment à celle de laïcité.

La façon dont l'identité française a été construite a donc suivi la logique dichotomique de l'inclusion et de l'exclusion qui, comme nous l'avons vu, est un élément révélateur de la complémentarité des concepts d'« identité » et d'« altérité ». Toutefois, dans les articles considérés cette exclusion n'a pas seulement concerné les groupes à l'extérieur du contexte national, mais aussi les

catégories intérieures à la population française qui ne peuvent pas s'identifier avec la conception de « francité » imposée par le discours médiatique. Entre ces catégories, ressortent les « Français issus de l'immigration » et notamment les musulmans.

La recherche empirique nous a donc permis de comprendre la façon dont la presse française analysée a traité le rapport entre l'islam et la société française. Les articles analysés se sont montrés en accord avec la tendance commune aux médias occidentaux de mettre en relation la question du terrorisme international et l'immigration musulmane. Plus spécifiquement, dans nos articles cette relation s'est traduite par une condamnation explicite de toute forme de discrimination et d'amalgame entre le terrorisme et la religion et, en même temps, par un discours implicite visant à montrer l'essentielle incompatibilité de l'islam avec la société française. Cette dernière image a été véhiculée par l'idée, identifiable dans certains passages, que l'islam possède un caractère intrinsèque de dangerosité et que cet élément est incompatible avec les valeurs positives de la République. La représentation négative des banlieues – décrites comme un territoire extra-national intérieur au pays et à prédominance musulmane – constitue un exemple de l'idée que l'islam ne peut pas être tout à fait assimilé à la société française.

La condamnation de l'amalgame explicitée dans les articles n'est pas en contradiction avec la construction d'une dichotomie entre l'identité française et l'« autre » musulman. En effet, elle s'avère être l'expression de la tendance, typique de la façon française de concevoir la laïcité, d'exclure de la sphère publique le fait religieux. Le refus d'aborder la question de l'islam dans le cadre des actes terroristes s'est donc avéré non seulement une approche simpliste au problème de la part des médias, mais aussi une expression des contradictions dérivées du pacte laïque républicain et de la politique française de l'assimilation qui en constitue son application concrète.

Il est important de tenir compte des limites que notre recherche présente. Avant tout, il s'agit de l'analyse d'une étude de cas et cela implique que les données et les résultats obtenus ne peuvent pas être généralisés. De plus, le cas pris en considération concerne une situation très particulière : la couverture

médiatique française immédiatement suivant une attaque terroriste au cœur de Paris. Il est donc nécessaire de tenir compte de l'envergure limitée de notre analyse. Néanmoins, notre travail a fait ressortir des aspects intéressants concernant la représentation contemporaine des musulmans dans les médias et dans la société française et peut donc fournir un aperçu actuel, bien que limité, de la France contemporaine.

À la lumière des résultats obtenus dans notre analyse nous pouvons affirmer que, dans la couverture médiatique des attentats du 13 novembre 2015 à Paris, les musulmans de France n'ont pas reçu le même traitement des autres citoyens français, en tant qu'il a été possible d'individuer leur implicite exclusion de la citoyenneté française. Ce discours est partagé par les trois journaux analysés, en confirmant la tendance à l'uniformisation du contenu médiatique à laquelle la presse française est soumise depuis longtemps. Cette uniformisation est aussi révélatrice du lien d'interdépendance qui existe entre les médias français et le pouvoir politique. En effet, la construction médiatique d'une identité républicaine culturellement supérieure et d'une altérité intérieure inassimilable, mais néanmoins tolérée, reflète la discrimination réelle, mais savamment masquée, dont sont victimes les musulmans de France dans la société française contemporaine.

Les médias se confirment le « miroir symbolique » d'une République qui célèbre l'universalisme, mais neutralise les différences ; qui traduit l'intégration par l'assimilation forcée ; qui applique la laïcité au moyen du refus du religieux.

## ANNEXES



## ÉCHANTILLON DES ARTICLES CITÉS

*Le Figaro*, 16 novembre 2015

Auteur : Paul-Henri du Limbert

Source : [www.europresse.com](http://www.europresse.com)

### **Impitoyable ?**

Face à l'épouvantable tragédie qui a glacé d'effroi la France et le monde, François Hollande et Manuel Valls ont su trouver les mots. Qu'ont-ils dit sinon inviter des Français traumatisés par tant de vies fauchées aux cris d'« Allah Akbar » à puiser en eux la force d'âme nécessaire pour relever l'effarant défi du terrorisme islamiste. La France sera « impitoyable » (Hollande) et entend bien « anéantir » ses ennemis (Valls). Soit. Mais comment faire ? Il suffit de se poser la question pour éprouver l'ombre d'un doute. Car si la gauche au pouvoir entend se donner les moyens de remporter cette guerre, elle doit renoncer à elle-même. Comment François Hollande peut-il, sur le plan judiciaire, lui imposer des procédures d'exception lorsqu'une partie de sa majorité tresse des couronnes à Christiane Taubira, championne revendiquée d'une justice bienveillante et, à entendre certains juges, fière de l'être ? On reste sans voix en apprenant que l'un des kamikazes, un Français répondant au nom d'Ismaël Omar Mostefaï, délinquant multirécidiviste, n'a jamais fréquenté la prison. Comment revoir toute la chaîne pénale, durcir l'ensemble de l'arsenal (rétentions, expulsions, interdictions de territoire, déchéances de nationalité) quand le PS se complaît encore et toujours dans une vision rousseauiste de la justice ? S'il veut se donner des chances de réussite, François Hollande devra donc dire non à Christiane Taubira et à tout ce qu'elle symbolise. Il devra aussi dire non à Angela Merkel et la convaincre - comme tentent de le faire certains responsables de la CDU - que sa politique généreuse à l'endroit des migrants constitue une redoutable erreur historique. Qui ne voit que cette grande migration est une aubaine pour tous ceux qui, sur l'autre rive de la Méditerranée, rêvent de faire couler le sang en Occident au nom du grand califat ? La gauche peut-elle s'avouer ces vérités ? Peut-elle concevoir d'abandonner toutes ses lubies (le communautarisme, le différentialisme, le soixante-huitardisme geignard et le droit de l'hommisme sermonneur) qu'elle chérit tant et qui fondent son identité ? Hélas, le doute est permis. Faire la guerre requiert d'avoir derrière soi des guerriers déterminés et sans états d'âme. Et non des troupes qui réclament des pistolets à bouchon quand il faudrait des mitrailleuses. À cette aune, nul n'osera prétendre que la majorité socialiste est la plus à même de mener le titanesque combat contre l'État islamique. Le président de la République devra donc la brutaliser. Et, si la chose est possible, impitoyablement.

*Le Figaro*, 20 novembre 2015

Auteur : Ivan Rioufol

Source : [www.europresse.com](http://www.europresse.com)

### **La gauche sécuritaire, du bout des lèvres**

« Même pas peur », disent des messages griffonnés au pied de la statue, place de la République, à Paris. Ce slogan était déjà parmi ceux du 11 janvier, après les attentats contre Charlie Hebdo et l'Hyper Cacher. « Même pas peur », semble reprendre à son tour François Hollande, après le carnage (129 morts, 350 blessés) perpétré, vendredi soir, par huit islamistes, Français pour la plupart, dans les Xe et XIe arrondissements de la capitale, ainsi qu'à Saint-Denis. Le chef de l'État n'a pas craint, cette fois, de parler de « guerre ». Il a ordonné le bombardement intensif des positions syriennes de l'État islamique, qui a revendiqué l'attentat. Mais pourquoi diable le chef de l'État s'applique-t-il à ne désigner sa cible que sous son acronyme fumeux, Daech ? Pourquoi n'ose-t-il dénoncer l'islam radical, rejeton des Frères musulmans, comme l'ennemi de la nation ? Pourquoi ? Parce que sa main tremble. Le totalitarisme islamique prospérera tant qu'il ne sera pas nommé, afin d'être combattu. Le communisme et le nazisme ont profité jadis de cette indulgence, de cette lâcheté, des démocraties affaiblies. Aujourd'hui, le même adversaire est en Syrie et en France, dissimulé au cœur des cités musulmanes. C'est donc et là-bas et ici que la guerre devrait être menée. Or ce n'est pas ce qu'annonce le chef de l'État. Certes, la concentration des raids sur l'État islamique est un revirement heureux : il enterre la stratégie absurde de Laurent Fabius contre le président syrien, Bachar el-Assad. La conversion de Hollande à la politique sécuritaire peut aussi être saluée, bien que son évidence révèle surtout l'insouciance d'hier. Lundi, devant le Congrès réuni à Versailles, il a répété quatre fois, comme pour s'en convaincre : « Nous éradiquerons le terrorisme. » Mais le défi du salafisme n'est toujours pas posé. Les marmonnements de Christiane Taubira lors de La Marseillaise, reprise lundi par les parlementaires à l'issue du discours présidentiel, symbolisent les partitions que les « progressistes » vont devoir reprendre, eux aussi, du bout des lèvres. La ministre de la Justice, qui moquait les « karaokés d'estrade » pour justifier son silence lors des hymnes, s'est fait cette fois une petite violence. Mais toute la Hollande, universaliste et droit-de-l'hommiste, est désormais contrainte, avec elle, d'avalier ce qu'elle vomissait. Ce n'est plus seulement le retour aux frontières qui s'impose. Depuis l'« état d'urgence » du 14 novembre, elle va devoir aussi défendre les assignations à résidence, les déchéances de nationalité pour des binationaux, les surveillances d'individus fichés, les expulsions rapides, l'usage des armes par la police en légitime défense, etc. La gauche est déjà au bord de l'indigestion. Pourtant, ces mesures ne sont rien en regard du cancer islamiste qui se propage dans le déni officiel. Il gangrène les cités françaises, aussi bien que le quartier bruxellois de Molenbeek, plaque tournante du terrorisme européen d'où venaient certains des assassins des spectateurs du Bataclan et des clients des bistrotiers alentour. Cette idéologie totalitaire se nourrit de la haine de la France, de sa civilisation, de son mode de vie. Ce sont majoritairement des jeunes



« Français », issus de la diversité bénie par la pensée conforme, qui se sont acharnés à la kalachnikov sur des « compatriotes » de leur âge, coupables d'aimer le rock, la danse, le vin, la gaité. Or ces monstres, qui combattent la « perversité », sont les produits hideux d'une contre-société qui a été encouragée, par l'idéologie relativiste, à rester elle-même, dispensée de s'intégrer à la culture d'accueil. Ce différentialisme est l'autre source du mal.

Choc de civilisations L'islam radical - raciste, sexiste, alterophobe - est fort de la faiblesse de la République. La peur, qui empêche Hollande de le désigner comme l'ennemi intérieur à abattre, dit les doutes qui habitent le chef de l'État, tant sur la légitimité d'un bras de fer à engager que sur les risques que ferait courir une riposte des cités inflammables. Ce n'est pourtant pas en bombardant Raqqa, en Syrie, que la nation chassera ses loups et consolidera sa cohésion fracturée. Les solutions passent par une traque aux mosquées salafistes, aux agitateurs de djihad, aux soldats de l'ombre, aux associations pyromanes, aux imams à double discours, aux « collabos » du Grand Soir, version Coran.

Les solutions passent aussi par une suspension de l'immigration extra-européenne qui alimente les ghettos, et par une réhabilitation de l'assimilation comme objectif à atteindre. Quarante ans de culpabilisation et de fascination pour l'Autre ont amené à cette aberration de devoir observer une civilisation lumineuse être contestée sur son propre sol par une civilisation concurrente, dont le rêve de contre-colonisation est de revenir à l'obscurantisme du VIIe siècle. À Saint-Denis, où des islamistes ont été tués, dont le djihadiste Abdelhamid Abaaoud, et d'autres capturés mercredi lors d'un assaut du Raid, la basilique des rois est devenue une enclave dans une ville musulmane (voir mon blog). Un choc de civilisations menace la paix civile, n'en déplaise aux joueurs de pipeau qui ont conduit à cette situation et qui refusent d'en voir les conséquences. Une guerre civile peut en découler. C'est pourquoi les Français musulmans sont les plus légitimes pour conjurer ce risque d'affrontement. Pour cela ils doivent accepter de monter en première ligne afin de combattre, à travers une grande manifestation, par exemple, le totalitarisme qui défigure leur religion et qui les prend pour cibles. Continuer à soutenir que le terrorisme « n'est pas l'islam » revient à refuser de se confronter à sa maladie qu'est le fanatisme. C'est au nom d'Allah et en référence à la sourate 59, verset 2, que l'État islamique a revendiqué ses attaques contre les « idolâtres ».

*Le Parisien*, 16 novembre 2015

Auteur : Jean-Marie Montali

Source : [www.europresse.com](http://www.europresse.com)

### **Nos ennemis**

Combattre Daech, c'est combattre Hitler et Pol Pot. En Syrie, en Irak, cette secte d'égorgeurs pille, viole, crucifie et fusille par milliers des innocents sur le bord de fosses communes. Aucun texte, aucune religion, aucun dogme ne justifie cette sauvagerie féodale qui défigure l'idée que les gens sains d'esprit se font de la religion et de l'humanité. En France, Daech assassine au hasard parce que nous représentons tout ce que ces barbares détestent : la liberté, l'égalité, la fraternité. En un mot, la démocratie. Combattre Daech, c'est frapper le nid de vipères en Syrie. Mais pas seulement. Si on veut que le 7 janvier et le 13 novembre ne se répètent plus, il faut arrêter, au nom d'on ne sait quel principe mal placé, de refuser de voir que, même en France, cette idéologie mortifère qu'est l'islamisme est capable de séduire des esprits faibles et d'en faire des assassins. La meilleure réponse qu'on puisse leur opposer, c'est de rester fidèles à nos valeurs d'humanisme et de tolérance. Mais de ne plus jamais transiger avec elles : ceux qui les violent sont nos ennemis.

ombattre Daech, c'est combattre Hitler et Pol Pot. En Syrie, en Irak, cette secte d'égorgeurs pille, viole, crucifie et fusille par milliers des innocents sur le bord de fosses communes. Aucun texte, aucune religion, aucun dogme ne justifie cette sauvagerie féodale qui défigure l'idée que les gens sains d'esprit se font de la religion et de l'humanité. En France, Daech assassine au hasard parce que nous représentons tout ce que ces barbares détestent : la liberté, l'égalité, la fraternité. En un mot, la démocratie. Combattre Daech, c'est frapper le nid de vipères en Syrie. Mais pas seulement. Si on veut que le 7 janvier et le 13 novembre ne se répètent plus, il faut arrêter, au nom d'on ne sait quel principe mal placé, de refuser de voir que, même en France, cette idéologie mortifère qu'est l'islamisme est capable de séduire des esprits faibles et d'en faire des assassins. La meilleure réponse qu'on puisse leur opposer, c'est de rester fidèles à nos valeurs d'humanisme et de tolérance. Mais de ne plus jamais transiger avec elles : ceux qui les violent sont nos ennemis.

*Le Monde*, 21 novembre 2015

Auteur : Frédéric Joignot

Source : [www.europresse.com](http://www.europresse.com)

### **Planète bleu-blanc-rouge**

Bleu, blanc, rouge. Les trois couleurs du drapeau français ont été partout arborées à l'étranger, samedi 14 novembre. En signe de solidarité avec les victimes des attentats. Et plus largement, avec tous les Français. Bleu, blanc, rouge l'Opéra de Sydney, le Christ du Corcovado à Rio de Janeiro, l'hôtel de ville de San Francisco, le London Bridge à Londres, la porte de Brandebourg à Berlin, les remparts de Jérusalem, l'Oriental Pearl Tower à Shanghai. En France aussi, le drapeau national a fleuri, porté au cours des manifestations silencieuses, posé avec des fleurs autour du Bataclan, accroché aux balcons. Mais aussi sur les réseaux sociaux. Dès le samedi 14 novembre, Facebook a mis en ligne un filtre permettant de coloriser sa photo en bleu, blanc, rouge, ce qu'ont fait des dizaines de milliers d'internautes. Ceux-ci ont aussi posté des visages de Marianne ou une tour Eiffel en forme de signe de paix, ou encore un majeur dressé accompagné d'un « Fuck djihadistes ». Toujours en bleu, blanc, rouge. A lire les textes des internautes, il s'agit d'affirmer un message fort : face à la barbarie, nous les Français nous résistons aux assassins, nous n'avons pas peur.

« Dans la peine ou dans la gloire » Sur Facebook, quelques-uns ont vu dans ces images un signe d'agressivité. Une Française, Charlotte, a expliqué : « Je ne changerai pas ma photo de profil pour le drapeau français, même si je suis française et de Paris. (...) Mon cœur appartient au monde, sans frontières ni hiérarchie, je tiens à toute vie humaine attaquée par des croyances extrémistes, qu'elles soient basées sur la religion, les préjugés ou le profit. » Ce post a recueilli 150 000 « J'aime ». Ailleurs, un texte écrit par une féministe trouve que cette cascade de bleu, blanc, rouge « donne une allure FN à Facebook ». D'autres refusent de laisser réduire leur colère et leur vie à une réaction qui serait « nationaliste » ou « cocardière ». Des réactions qui révèlent une méconnaissance de l'histoire qui a mené notre drapeau à adopter ces couleurs. Fabrice D'Almeida, professeur d'histoire à l'université Panthéon-Assas (Paris-II), l'a rappelé sur son blog en réponse à ces critiques : « Ces couleurs devaient manifester le retour de la concorde en un temps où le pays frisait la guerre civile, à l'aube de la Révolution. » Elles n'ont jamais été, ajoutet-il, « l'apanage d'une force politique ». Au contraire, elles ont été choisies pour les rassembler toutes. En 1789, alors que Paris se soulève, les insurgés, les clubs révolutionnaires, la garde municipale portent des cocardes bleu et rouge, qui sont les couleurs de la ville de Paris. Mais aussi, et c'est la première fois, des cocardes tricolores. Selon l'historien Michel Pastoureaux, auteur de *Bleu. Histoire d'une couleur* (Le Seuil, 2000), le tricolore révolutionnaire s'inspire du drapeau de l'indépendance américaine – bleu semé d'étoiles, blanc et rouge – adopté le 14 juin 1777, que tous les antimonarchistes français d'alors chérissent. C'est le marquis de La Fayette qui va officialiser ces trois couleurs comme emblème de la France unie, le 17 juillet 1789, quand Louis XVI se rend à l'hôtel de ville de Paris, au milieu de la garde nationale portant la

cocarde. Il en offre une au roi, qui s'empresse de l'arborer. La Fayette aurait alors déclaré : « Sire, Henri IV avait reconquis son peuple, aujourd'hui le peuple a reconquis son roi. » Le tricolore symbolise ce jour-là l'alliance du peuple de Paris, représenté par le bleu et le rouge, et de la royauté, incarnée par le blanc. Il sera omniprésent, sur les tribunes, les habits, lors de la Fête de la Fédération du 14 juillet 1790, où une immense foule et les 83 députés de la nation se réunissent autour du roi pour fêter la prise de la Bastille. La communion ne durera pas. Le 15 février 1794, la monarchie défaite, l'Assemblée nationale conserve les trois couleurs comme emblème d'unité nationale, et adopte le drapeau tel que nous le connaissons aujourd'hui – « bleu au mâ, blanc au centre et rouge flottant » –, dont l'idée émane du peintre Jacques-Louis David. Il devient l'étendard de la République et de l'armée révolutionnaire. En 1814, lors de la Restauration, le tricolore est abandonné. Le blanc royal redevient la couleur du pays, mais pour peu de temps. En juillet 1830, pendant les Trois Glorieuses Paris se couvre de bleu, blanc, rouge. Si les républicains échouent à prendre le pouvoir, le roi Louis-Philippe restaure le drapeau de 1794, et Eugène Delacroix peint La Liberté guidant le peuple, où une femme marche en tête des barricadiers drapeau bleu, blanc, rouge à la main. L'image a fait le tour du monde. Pendant la révolution de 1848, qui met à nouveau fin à la monarchie, nombre d'insurgés réclament que le drapeau rouge devienne l'étendard national. Mais le poète Lamartine, qui a proclamé la République, prend la défense des trois couleurs sur le parvis de l'Hôtel de Ville. « Le drapeau rouge que vous nous rapportez n'a jamais fait que le tour du Champ-de-Mars traîné dans le sang du peuple en 1791 et en 1793, alors que le drapeau tricolore a fait le tour du monde avec le nom, la gloire et la liberté de la patrie », s'écrie-t-il. Il est ovationné. Le bleu, blanc, rouge redevient le symbole de la concorde nationale. « Depuis l'apparition de la cocarde, résume Fabrice D'Almeida, ces couleurs ont traversé tous les régimes, dans la peine ou dans la gloire, avant d'être adoptées par notre Constitution, en 1958. Ce symbole appartient à tous et à chacun. Ne pas le comprendre aujourd'hui paraît totalement décalé. » C'est pourquoi l'historien regrette que certains puissent le rejeter dans ce « moment où le tricolore porte un idéal de solidarité et de paix à l'heure du deuil ».

## BIBLIOGRAPHIE

### Bibliographie

- ABDERRAHIM Lamchichi, « L'islam de France à l'épreuve de la laïcité et du "vivre ensemble" », in *Confluences Méditerranée*, n°41, 2002.
- ALBERT Pierre, *La presse française*, Paris, Éd. La Documentation française, coll. Études de la presse française, 2008.
- ALTHEIDE David, *Creating reality : how TV news distorts events*, Beverly Hills, Londres, Sage, 1974.
- ALTHEIDE David L., SNOW Robert P., *Media Logic*, Beverly Hills, Sage, 1979.
- ANDERSON Benedict, *Imagined Communities : Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*, Londres, Verso, 1983.
- ANDRÉANI Gilles, HASSNER Pierre, *Justifier la guerre ? De l'humanitaire au contre-terrorisme*, Paris, Presses de Sciences Po, 2013.
- BANCEL Nicolas, BLANCHARD Pascal, « La fondation du républicanisme colonial. Retour sur une généalogie politique », in *Mouvements* n°38:2, 2005.
- BANCEL Nicolas, BLANCHARD Pascal, « Les origines républicaines de la fracture coloniale », in *La Fracture Coloniale. La société française au prisme de l'héritage colonial*, Blanchard, Bancel, Lemaire éd., Paris, La Découverte, 2005.
- BAUBÉROT Jean, *Histoire de la laïcité française*, Paris, PUF, 2000 ; nouv. éd., 2007.
- BERNARD René, « La censure au journal télévisé », in *La Nef*, octobre-novembre, n°8, 1961.
- BHABHA Homi, *The Other Question: Stereotype, Discrimination and the Discourse of Colonialism. The Location of Culture*, Londres et New York: Routledge, 2004.
- BILLIG Michael, *Banal Nationalism*, Londres, Sage, 1995.
- BIRNBAUM Jean, *Un silence religieux. La gauche face au djihadisme*, Paris, Seuil, 2016.
- BISHOP Hywel, JAWORSKI Adam, « We beat 'em': Nationalism and the hegemony of homogeneity in the British press reportage of Germany versus England during Euro 2000 », in *Discourse & Society*, n°14, 2003.

- BOURDIEU Pierre, « Le critique ou le point de vue de l'auteur », in *L'Œuvre et son ombre. Que peut la littérature secondaire ?*, M. Zink éd., Paris, Éditions de Fallois, 2002.
- BROOKES Rod, « Newspapers and national identity: The BSE/CJD crisis and the British press », in *Media, Culture & Society*, n°21:2, 1999.
- CAMPBELL David, *Writing Security: United States Foreign Policy and the Politics of Identity*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1998.
- CARACCIOLO Lucio, « Quel che resta del colonialismo », in *Limes*, 2013.
- CEYHAN Ayse, « Terrorisme, immigration et patriotisme. Les identités sous surveillance », in *Cultures & Conflits*, n° 44, 2011.
- CHARAUDEAU Patrick, « Identité sociale et identité discursive. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière », in Charaudeau P. (dir.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, Paris, L'Harmattan, 2009.
- CHARON Jean-Marie, *La Presse en France de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil, 1991.
- CHOULIARAKI Lilie, FAIRCLOUGH Norman, *Discourse in late modernity*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 1999.
- COHEN-SÉAT Gilbert, « Une politique de l'information », in *La Nef*, n° 27, mai-juillet 1966.
- COLLET Jules, *Études*, Paris, 1973.
- COSTELLOE Laura, « Discourses of sameness: Expressions of nationalism in newspaper discourse on French urban violence in 2005 », in *Discourse and Society*, Vol. 25(3), Londres, Sage, 2014.
- D'ALMEIDA Fabrice, DELPORTE Christian, *Histoire des médias en France : de la Grande Guerre à nos jours*, Paris, Flammarion, 2010.
- DAL LAGO Alessandro, *Non-persone. L'esclusione dei migranti in una società globale*, Milano, Feltrinelli, 2012 [2004].
- DE CHAMBURE Auguste, *À travers la presse*, Paris, Th. Fert, Albouy Cie, 1914.
- DE COCK Rozane, DU PONT Koenraad, « Comparison of News Reporting on Islam in Wallonia and France », in *Representations of Islam in the News: A Cross-Cultural Analysis*, Martens et de Smaele ed., Londres, Lexington Books, 2016.
- DELTOMBE Thomas, RIGOUSTE Mathieu, « L'ennemi intérieur : la construction médiatique de la figure de l'« Arabe », in *La Fracture Coloniale. La société française au prisme de l'héritage colonial*, Blanchard, Bancel, Lemaire éd., Paris, La Découverte, 2005.

- DERVILLE Grégory, « La stigmatisation des "jeunes de banlieue" », in *Communication et Langages*, n°113, 1997.
- DURKHEIM Émile, *De la division du travail social*, Paris, Félix Alcan, 1893.
- ELIAS Norbert, *The Civilizing Process*, Oxford, Blackwell, 1994 [1939].
- ENTMAN Robert M., « Framing : Toward Clarification of a fractured Paradigm », in *Journal of Communication*, n° 43:4, 1993.
- ESQUENAZI Jean-Pierre, *L'écriture de l'actualité: pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble, PUG, 2002.
- FAIRCLOUGH Norman, *Language and Power*, Londres, Longman, 1989.
- FAIRCLOUGH Norman, *Critical discourse Analysis. The Critical Study of Language*, Londres et New York, Longman, 1995.
- FAIRCLOUGH Norman, *Media discourse*. Londres, Edward Arnold éd., 1995.
- FAIRCLOUGH Norman, *Language and Power*, London, Longman, 2001.
- FORREST Alan, « L'armée de l'an II : la levée en masse et la création d'un mythe républicain », in *Annales historiques de la Révolution française*, 335, 2004.
- FORTANET Immaculada, « The use of 'we' », in *Reference and function. English for Specific Purposes* 23, 2004.
- FOUCAULT Michel, « Entretien avec Michel Foucault », in *Michel Foucault, Dits et écrits II*, Paris, Gallimard coll. Quarto, 1994.
- FOWLER Roger, HODGE Bob, KRESS Gunther, TREW Tony, *Language and Control*, Londres, Routledge, 1979.
- GALLOTTI Cecilia, MANERI Marcello, « Elementi di analisi del discorso dei media : lo "straniero" nella stampa quotidiana », in *Io non sono razzista ma... Strumenti per disimparare il razzismo*, Torino, Anicia, 1998.
- GARCIN-MARROU Isabelle, *Terrorisme, Médias et Société*, Lyon, PUL, 2001.
- GARCIN-MARROU Isabelle, « Des "jeunes" et des "banlieues" dans la presse de l'automne 2005 : entre compréhension et relégation. », in *Espaces et sociétés*, Paris, n° 128-129, 2007.
- GEISLER Michael, *National Symbols, Fractured Identities : Contesting the National Narrative*, Lebanon, Middlebury College Press, 2005.
- GEISLER, « National Symbols », in *Nations and Nationalism : A Global Historical Overview*, vol. 1, Herb et Kaplan éd., 2008.

- GÉRARD André-Marie cité par BERNARD René, « La censure au journal télévisé », in *La Nef*, Cahier N° 8. octobre-novembre 1961.
- GITLIN Todd, *The Whole World is Watching*, Berkeley, University of California Press, 1980.
- GOFFMAN Erving, *Frame analysis : An essay on the organization of experience*, New York, Harper & Row, 1974.
- GOFFMAN Erving, *Les cadres de l'expérience*, Paris Muinuit, Coll. « Le sens commun », 1991.
- GOMART Thomas, « La politique étrangère française est-elle Charlie ?. », in *Études*, n°11, 2015.
- GRAMSCI Antonio, *Quaderni del carcere*, Torino, F. Platone, 1948-1951.
- GUGLE Indraja, *The attack on Charlie Hebdo and the representation of Islam. A comparison of the international press coverage (France, USA and Pakistan)*, 2015.
- HALL Stuart, « The Global, the Local, and the Return of Ethnicity », in *The Question of Cultural Identity*, Londres, Sage Publications, 1996.
- HALL Stuart, conférence *Representation and the Media*, The Open University, 1997.
- HALL Stuart, "Foucault: Power, Knowledge and Discourse", in *Discourse Theory and Practice: A Reader* (Wetherell, Taylor, Yates), Sage Publications Ltd, Londres, 2005.
- HARMAND Jules, *Domination et Colonisation*, Paris, A. Colin, 1910.
- HOFFMAN Bruce, *La mécanique terroriste*, Paris, Calmann-Lévy, 1999.
- HORKHEIMER Max, *Studies in Philosophy and Social Science*, vol. IX , 1941.
- HUNTINGTON Samuel, « The clash of civilizations? », in *Foreign Affairs*, vol. 72, n. 3, 1993.
- JACKSON Richard, *Writing the War on Terrorism: Language, Politics and Counter-terrorism*, Manchester, Manchester University Press, 2005.
- KIPLING Rudyard, « The White Man's Burden: The United States & The Philippine Islands », in *Rudyard Kipling's Verse: Definitive Edition*, New York, Doubleday, 1929 [1899].
- KOKOREFF Michel, « Dix ans après, l'incapacité d'agir ? », in *Mouvements*, n°8:3, 2015.
- LAGARDE A., MICHARD L. *Textes et littérature, XVIIIème siècle*. Paris, Bordas, 1953.



- LAKOFF George, JOHNSON Mark, *Metaphors we live by*, Chicago, University of Chicago Press, 1980.
- LAMIZET Bernard, « Comptes rendus », in *Langage et société*, n°99:1, 2002.
- LAMIZET Bernard, « The Media in France », in *Markets and Myths : Forces for Change in the European Media*, Weymouth A. et Lamizet B. ed., New York, Routledge, 2013.
- LANTERNARI Vittorio, *Problemi di etnocentrismo e di identità*, Roma, La Goliardica, 1979.
- LAPEYRONNE Didier, *Ghetto urbain. Ségrégation, violence, pauvreté en France aujourd'hui*, Paris, Robert Laffont, 2008.
- LARRAIN Jorge, *Ideology and cultural identity. Modernity and the Third World presence*, Cambridge, Polity Press, 1994.
- LEVI-STRAUSS Claude, *Le regard éloigné*, Paris, Librairie Plon, 2001.
- LEYENS Jacques-Philippe, *Sommes-nous tous des psychologues ? Approche psychosociale des théories implicites de personnalité*, Bruxelles, Mardaga, 1983.
- LIOGIER Raphaël, *Le mythe de l'islamisation : essai sur une obsession collective*, Paris, Seuil, 2012.
- LIPPMANN Walter, *Public Opinion*, Minneapolis, Filiquarian Publishing LLC, 2007.
- MANERI Marcello, « Peacetime war discourse. The political economy of bellicose metaphors » en Dal Lago A., Palidda S., *Conflict, Security and the Reshaping of Society. The civilization of war*, Londres New York, Routledge, 2010.
- MANNONI Pierre, BONARDI Christine, « Terrorisme et Mass Médias. », in *Topique*, n°83, 2003.
- MANNONI Pierre, « Le terrorisme, un spectacle sanglant » in « Violences », in *Sciences humaines*, Hors-série n° 47, décembre 2004-janvier-février 2005.
- MC LUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Paris, Points Essais, 1997.
- MILBACH Sylvain, *Les chaires ennemies : l'Église, l'État et la liberté d'enseignement secondaire dans la France des notables : 1830-1850*, Paris, Champion, 2015.
- MIŠČEVIĆ Nenad, « Après Foucault. L'épistémologie sociale face aux savoirs anciens et nouveaux », in *Transeuropéenne*, 2001.
- MONTESQUIEU, *Lettres persanes*, Paris, Poche, 2012 [1721].
- MORIN Edgar, *L'Esprit du temps*, Paris, Éditions Grasset Fasquelle, 1962.

- MUHLMANN Géraldine, ZALC Claire, « La laïcité, de la III<sup>e</sup> à la V<sup>e</sup> République. », in *Pouvoirs*, n° 12, 2008.
- O'HALLORAN Kiernan, « Casualness vs Commitment. The use in Critical Discourse Analysis of Lakoff and Johnson's approach to metaphor » in *Cognitive Linguistics in Critical Discourse Analysis : Application and Theory* par Hart et Lukeš, Newcastle, Cambridge Scholars Publishing, 2007.
- PETERSOO Pille « What does 'we' mean? National deixis in the media », in *Journal of Language and Politics* 6, 2007.
- PETITCLERC Adèle, « Introduction aux notions de contexte et d'acteurs sociaux » in *Critical Discourse Analysis* », Semen, n°27, 2009.
- RAGI Tariq, « Islam et laïcité », in *Agora débats/jeunesses*, n°30, 2002.
- SAID Edward, *Orientalism*, Londres, Penguin, 1977.
- SAID Edward, *The Myth of « the Clash of Civilizations »*, New York, Columbia University of Mass. Amherst, 1996
- SALANT Richard cité par ALTHEIDE David, *Creating reality : how TV news distorts events*, Beverly Hills, Londres, Sage, 1974.
- SALEMI Giancarlo, *L'Europa di carta : guida alla stampa estera*, Milano, Franco Angeli éd., 2002.
- SCHEUFELE Dietram A., « Framing as a Theory of Media Effects », in *Journal of Communication*, n° 49:1, 1999.
- SERVIER, *Le terrorisme*, Paris, Presses Universitaires de France, « Collection Que je-sais ? », 1979.
- SHOHAT Ella, STAM Robert, *Unthinking Eurocentrism: Multiculturalism and the Media*, New York, Routledge, 2014.
- STERN Jessica, *Terror in the Name of God: Why Religious Militants Kill*, New York, Harper Collins, 2003.
- STUART Allan, *News Culture*, Londres, Open University Press, 2010.
- TAJFEL Henri, « Social identity and intergroup behaviour », in *Social Science Information/sur les sciences sociales*, n°13:2, 1974.
- TRUC Gérôme, *Sidérations. Une sociologie des attentats*, Paris, Presses Universitaires de France, 2016.
- VAN DIJK, *Il discorso razzista*, Catanzaro, Rubbettino, 1995.
- VAN DIJK Teun, « Opinions and Ideologies in the Press », in *Approaches to Media Discourse*, Bell A. et Garrett P. eds., Oxford, Blackwell, 1998.

- VAN DIJK Teun, « Ideology and discourse analysis », in *Journal of Political Ideologies*, n°11:2, 2006.
- VAN DIJK Teun, « Critical Discourse Studies: a sociocognitive approach », in *Methods of Critical Discourse Analysis* Wodak Ruth et Meyer Michael éd., Londres, Sage, 2009.
- WIEVIORKA Michel, WOLTON Dominique, *Terrorisme à la une. Media, terrorisme et démocratie*, Paris, Gallimard, 1987.
- WIEVIORKA Michel, *L'espace du racisme*, Paris, Seuil, 1991.
- WODAK Ruth, « What CDA is about » in *Methods of Critical Discourse Analysis* Meyer M. et Wodak R. éd., Londres, Sage, 2001.
- WODAK Ruth, « Critical Discourse Analysis », in *Qualitative Research Practise*, Londres, Sage, 2004.
- WODAK Ruth, DE CILLIA Rudolf, REISIGL Martin, LIEBHART Karin, *The Discursive Construction of National Identity*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2009.

## **Sitographie**

*Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias*, consulté le 15 avril 2016,  
<http://www.acpm.fr/Chiffres/Diffusion>

*Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*, consulté le 20 février 2016,  
<http://www.cnrtl.fr/lexicographie/mass-media>

« Déclaration des droits de l'homme et du citoyen », in *Gallica*, consulté le 15 mars 2016, <http://gallica.bnf.fr>

*Dictionnaire Lexilogos*, consulté le 12 janvier 2016,  
<http://www.lexilogos.com/latin/gaffiot.php?q=medium>

*Europresse*, <http://www.europresse.com/>

*Institut de Sondages TNS Sofres*, consulté le 20 mai 2016, <http://www.tns-sofres.com/>

*International Centre for the Study of Radicalisation*, consulté le 23 mars 2016,  
<http://icsr.info/>

*Le Figaro*, <http://www.lefigaro.fr/>

*Le Monde*, <http://www.lemonde.fr/>

*Le Parisien*, <http://www.leparisien.fr/>

*Ministère de la ville, de la jeunesse et des sports*, consulté le 24 mai 2016,  
<http://www.sports.gouv.fr/>

## RÉSUMÉ

## RIASSUNTO

L'idea di questa tesi nasce da un fatto di cronaca recente: nella notte del 13 novembre 2015, una serie di attacchi terroristici ha colpito diverse zone di Parigi, provocando la morte di 130 persone. Questi attentati sono stati perpetrati ad opera di un commando di kamikaze appartenente all'autoproclamato Stato Islamico, un'organizzazione terroristica di matrice islamica che ha immediatamente rivendicato i fatti avvenuti.

Gli attentati di novembre si inseriscono all'interno di un lungo ciclo di azioni terroristiche di matrice islamica di cui, negli ultimi decenni, è stato vittima l'Occidente. Tra le tante questioni sollevate da questi ultimi attacchi, una riguarda il ruolo, sempre più rilevante, occupato dall'islam nelle società occidentali contemporanee. Questo dibattito assume una connotazione particolare se inserito nel contesto francese. La Francia è infatti il paese dell'Europa occidentale che conta il maggior numero di cittadini di fede musulmana, molti dei quali appartenenti a prime o seconde generazioni di immigrati provenienti dai territori dell'ex-impero coloniale francese.

La presente tesi ha come oggetto un'analisi sul modo in cui i recenti attentati di Parigi sono stati rappresentati nelle pagine di tre quotidiani francesi – *Le Monde*, *Le Figaro* e *Le Parisien* –, rivolgendo un'attenzione particolare alla costruzione discorsiva del rapporto tra la società francese e la presenza musulmana al suo interno.

Due sono gli obiettivi che questa tesi si pone: da un lato, individuare le rappresentazioni degli attentati che sono state proposte dai tre quotidiani e, dall'altro, individuare e analizzare gli eventuali discorsi legati al tema dell'identità e dell'alterità.

Questa tesi si divide in due parti, una prima teorica e una seconda riguardante l'analisi empirica. Nella prima parte prenderemo in esame la letteratura riguardante le varie tematiche coinvolte nella nostra riflessione; nella seconda

parte verrà dapprima presentata la metodologia di analisi da noi scelta e, in un secondo momento, verranno riportati i risultati ottenuti attraverso la nostra analisi.

## Capitolo 1

### La stampa in Francia

I mezzi di comunicazione di massa – o mass media – si affermano verso la fine de XIX secolo, con l'avvento della cultura di massa. Essi comprendono tutti quei mezzi di comunicazione – scritta, orale, audio-visuale e, in un secondo momento, informatica – accomunati dalla capacità di trasmettere lo stesso messaggio ad un vasto pubblico in tempi molto rapidi. Essi si distinguono, quindi, dai precedenti sistemi di comunicazione per il forte impatto sulla società, per l'immediatezza della comunicazione, per l'ampiezza del pubblico.

Nell'ambito della comunicazione, tuttavia, il termine “massa” presenta anche un'accezione negativa, che mette in luce un aspetto paradossale dei mass media. Horkheimer (Horkheimer; 1941) ha infatti osservato che nonostante essi si facciano promotori di una maggiore libertà di espressione e di una nuova forma di comunicazione interpersonale, allo stesso tempo impongono delle abitudini di consumo prescritte, attraverso la standardizzazione dei prodotti – i messaggi – e una progressiva omologazione dei gusti del pubblico. Essi fanno parte della cultura di massa che Horkheimer chiama “industria culturale”.

I mass media sono controllati dalle classi dominanti che, attraverso la persuasione del pubblico, cercano di legittimare la loro ideologia. Secondo Gramsci (Gramsci; 1948-1951), nelle società moderne il potere non può essere esercitato tramite la coercizione, ma solo tramite il consenso da parte delle classi dominate, che permette di legittimare il sistema di credenze dominante.

Ciò che viene trasmesso dai mezzi di comunicazione, quindi, non è una fedele riproduzione della realtà, ma una sua ricostruzione. Questa caratteristica riguarda tutti i mezzi di comunicazione, compreso quello che per molto tempo è stato considerato uno strumento di informazione attendibile e oggettiva: la stampa.

La stampa, come gli altri media, è soggetta a processi di selezione e costruzione dell'informazione da parte dei giornalisti. Una notizia non è mai oggettiva, perché il giudizio e il punto di vista del giornalista sono sempre alla base della costruzione della notizia stessa.

Sin dalla sua nascita, la stampa francese è stata caratterizzata da un assoggettamento al potere politico nazionale e da una costante lotta per la libertà di espressione. Il primo giornale francese, pubblicato nel 1631, diventa da subito il giornale ufficiale della politica di Richelieu. Questa prima fase di sottomissione al potere sembra concludersi con la Rivoluzione francese, quando la lotta per la libertà si estende anche a quella per la libertà di espressione, la quale viene proclamata nell'Articolo 11 della “Dichiarazione dei diritti dell'uomo e del cittadino” del 1791.

Dopo la fase rivoluzionaria, la stampa viene nuovamente assoggettata al potere politico, rappresentato prima dal Direttorio e successivamente da Napoleone. Nonostante i vari sconvolgimenti politici, la lotta per la libertà di espressione non si ferma e, nel 1881, viene ufficialmente riconosciuta con una legge specifica sulla libertà di stampa.

Il passaggio dal XIX al XX secolo segna una svolta importante per il giornalismo francese, che passa dall'essere un giornalismo di opinione all'essere un giornalismo d'informazione. Esso si adatta alle nuove esigenze del pubblico, ora più interessato all'attualità; il progresso tecnologico, inoltre, permette di fornire un'informazione sempre più rapida ed estesa. Non a caso, è in questo periodo che si diffondono i quotidiani, giornali con frequenza di pubblicazione giornaliera.

Il periodo compreso tra le due guerre mondiali è un momento di profonda evoluzione per i media francesi ed è caratterizzato da due fattori principali: da un lato, la richiesta costante di informazioni aggiornate riguardanti l'attualità favorisce la diffusione dei quotidiani e lo sviluppo di nuovi strumenti comunicativi, come la radio, il cinema e la fotografia; dall'altro lato, essi sono sfruttati a fini propagandistici e sottoposti a censura da parte dello Stato.

Il termine della seconda guerra mondiale non segna la fine dei rapporti tra il

potere politico e i mezzi di comunicazione. Tra gli anni 1940 e gli anni 1960, lo Stato francese esercita un monopolio quasi assoluto sui principali mezzi comunicativi, in particolar modo sulla stampa a tiratura nazionale e sulla televisione.

Con gli anni 1970 si apre la lunga fase di crisi della stampa francese, crisi di cui è ancora oggi vittima: il successo dei mezzi di comunicazione audiovisiva, il declino definitivo dei giornali d'opinione e la crisi finanziaria sono solo alcuni dei fattori che segnano questo periodo difficile per la stampa. Nonostante la crisi generale che ha investito il settore, la posizione di rilievo di alcuni quotidiani – tra cui *Le Monde*, *Le Figaro*, *Le Parisien libéré* – si consolida in questo periodo.

Il successo di Internet degli ultimi anni ha rappresentato – e rappresenta tuttora – una nuova sfida per la stampa scritta. Nonostante la maggior parte dei quotidiani si sia adeguata a questa nuova realtà comunicativa con l'apertura dei propri siti ufficiali, Internet continua a rappresentare una minaccia per la stampa scritta e per la figura del giornalista.

Nel panorama giornalistico dell'Europa contemporanea, si possono individuare diversi modelli di giornalismo. In quello francese si delineano alcuni elementi specifici e costanti.

Un primo elemento caratteristico del giornalismo francese è rappresentato dallo stretto legame che da sempre esiste tra la stampa d'informazione e il potere statale. Questo costante rapporto di interdipendenza può spiegare, in parte, la diffidenza che oggigiorno il pubblico francese dimostra nei confronti dell'attendibilità delle notizie diffuse dai mass media.

Un altro carattere specifico del giornalismo francese riguarda la concezione della figura del giornalista: il suo ruolo nei confronti del pubblico non è tanto quello di semplice informatore, ma quello di “educatore” e per questo i giornalisti francesi non fanno alcuno sforzo per nascondere la propria opinione. Questa concezione deriva direttamente dalla tradizione francese di un giornalismo d'opinione impegnato.

Un'altra caratteristica tipica del giornalismo francese è rappresentata dal ruolo



di rilievo occupato dai quotidiani regionali e locali, molto più letti rispetto a quelli a tiratura nazionale. Questa particolarità, che risulta piuttosto anomala se confrontata con gli altri paesi europei, trova la sua origine nella Rivoluzione, periodo in cui i quotidiani locali erano il primo strumento di diffusione degli ideali repubblicani.

Infine, un altro elemento importante del giornalismo contemporaneo consiste nella tendenza all'uniformazione e alla conseguente standardizzazione dei contenuti a cui sono soggetti i quotidiani. Nel processo di selezione e costruzione delle notizie gioca un ruolo decisivo *Le Monde*, che da molti anni rappresenta il quotidiano di riferimento per la maggior parte degli altri.

## Capitolo 2

### Discorsi di identità e di alterità in Francia

La grande copertura mediatica che è stata riservata agli attacchi del 13 novembre di Parigi ha messo in evidenza il “legame simbiotico” (Hoffmann; 1999) che esiste tra il terrorismo e i mass media. Il reale obiettivo di un'azione terroristica non sono tanto le persone direttamente coinvolte nell'evento, quanto piuttosto l'audience che viene a crearsi grazie alla comunicazione di massa. Senza i mass media, quindi, un atto terroristico non avrebbe lo stesso impatto.

Un elemento ricorrente della copertura mediatica di un atto terroristico è l'appello all'identità nazionale. Nelle situazioni di crisi nazionale è infatti ricorrente il tentativo di rafforzare la coesione sociale del paese attraverso la costruzione di un'identità comune.

Il concetto di identità non può essere dissociato da quello di alterità. Si tratta di due concetti opposti e allo stesso tempo complementari, in quanto l'uno è necessario per definire l'altro. Senza la presenza di qualcosa che è “altro”, non sarebbe possibile determinare ciò che siamo noi e viceversa. La costruzione di un'immagine stereotipata dell'altro, all'interno di una comunità, rappresenta quindi

una sorta di meccanismo di difesa contro qualcosa che è diverso da noi, che non conosciamo e che è quindi potenzialmente minaccioso.

Nel corso della storia il rapporto tra l'Occidente e il resto del mondo si è sempre fondato su questa logica dicotomica. Passando dallo sguardo affascinato del primo orientalismo, all'atteggiamento di superiorità che ha caratterizzato la fase coloniale, l'“altro” è sempre stato vittima di forme di stereotipizzazione imposte secondo una prospettiva etnocentrica.

La Francia è stata una delle più grandi potenze coloniali della storia. Nonostante siano passati circa settant'anni dall'inizio della fase di decolonizzazione che ha portato all'indipendenza la maggior parte delle sue colonie, la Francia esercita ancora oggi una forte influenza – politica, economica e socio-culturale – su quei territori. Alla base della logica imperialista francese vi era l'idea che la Francia fosse stata investita di una “missione civilizzatrice” e che avesse quindi il dovere di conquistare ed educare gli altri popoli, considerati “non civili” e quindi inferiori. Si trattava di un colonialismo fondato sul principio di assimilazione culturale: conquistare significava imporre i valori francesi di libertà e uguaglianza, la fiducia nel progresso, l'idea della superiorità della Francia. Questa logica coloniale è poi stata adottata dal sistema repubblicano francese.

Dal passato coloniale, la Repubblica ha quindi ereditato l'idea di un rapporto con l'“altro” basato sulla sua presunta inferiorità rispetto alla *grandeur* francese. L'“altro” nella Francia contemporanea è rappresentato da quelle identità minoritarie residenti all'interno del territorio nazionale e provenienti da un contesto migratorio; in particolar modo, dall'immigrazione musulmana post-coloniale.

I mass media francesi hanno avuto un ruolo importante nella costruzione del rapporto tra l'identità francese e l'alterità musulmana. Dopo la fase di decolonizzazione degli anni 1950 e 1960, molti immigrati provenienti dalle ex-colonie hanno deciso di stabilirsi definitivamente sul suolo francese. Da questo momento, la percezione e la rappresentazione dell'“altro” da parte dei mass media ha subito una lunga evoluzione. Molte sono le figure stereotipate dell'“altro” che

hanno dominato la copertura mediatica francese degli ultimi decenni, da quella della “minaccia interna” ricorrente negli anni 1980, a quella del “terrorista” consolidatasi durante gli anni 1990, a quella del *jeune de banlieue*, il giovane della periferia che domina la copertura mediatica degli anni 2000.

È interessante vedere come viene oggi rappresentata l'alterità interna alla società francese.

### Capitolo 3

#### Metodo di analisi

La nostra ricerca empirica ha per oggetto un'analisi del modo in cui gli attentati del 13 novembre 2015 a Parigi sono stati rappresentati nelle edizioni cartacee di tre quotidiani francesi. L'obiettivo è quello di individuare la presenza di discorsi sottostanti alle rappresentazioni degli attentati che riguardino il rapporto tra la società francese e la presenza musulmana al suo interno. La ricerca si concentra soprattutto sull'analisi della costruzione di eventuali discorsi legati al tema dell'identità nazionale e dell'alterità.

I tre giornali selezionati nella nostra analisi sono i quotidiani nazionali *Le Monde* e *Le Figaro* e il quotidiano regionale *Le Parisien*. Sono stati selezionati sulla base di diversi criteri, come l'influenza del giornale, il livello di diffusione e la linea editoriale seguita. I tre quotidiani occupano una posizione di rilievo nel giornalismo francese, hanno una larga diffusione sul territorio nazionale e possiedono delle linee editoriali generalmente moderate, anche se politicamente diversificate: *Le Monde* è da sempre considerato come un quotidiano orientato verso il centro-sinistra, mentre *Le Figaro* verso il centro-destra; *Le Parisien* è invece ritenuto un quotidiano politicamente neutrale.

Nella nostra analisi abbiamo preso in esame solo le edizioni dei tre quotidiani che sono state pubblicate nei dieci giorni successivi agli attentati di Parigi (dal 14 al 23 novembre 2015). La scelta di focalizzarci su un periodo di tempo limitato ci ha permesso di condurre una ricerca di tipo qualitativo e di analizzare in modo più

approfondito i contenuti degli articoli selezionati.

Infine, abbiamo deciso di prendere in esame le edizioni cartacee, in quanto queste offrono generalmente un maggiore approfondimento dei contenuti rispetto alle edizioni online. Tra tutti gli articoli, abbiamo preso in considerazione solo quelli riguardanti gli attentati o il tema del terrorismo in generale. In totale, sono stati reperiti 201 articoli di *Le Monde*, 235 di *Le Figaro* e 198 di *Le Parisien*. Di questi, trenta sono direttamente citati nella nostra analisi.

Il metodo di analisi impiegato in questa ricerca si basa su una combinazione di diversi approcci analitici appartenenti al settore dell'analisi critica del discorso e a quello dell'analisi dei *frame*.

L'analisi critica del discorso (*Critical Discours Analysis*) è un tipo di ricerca analitica e multidisciplinare che appartiene al settore dei *Discourse Studies* e che affonda le radici del proprio pensiero nella linguistica critica. I teorici di questo tipo di analisi (tra i quali Van Dijk, Wodak, Fairclough) sostengono la teoria secondo cui gli atti linguistici e i fenomeni sociali sono strettamente correlati tra loro e si influenzano a vicenda. Lo scopo di questo tipo di ricerca è quello di individuare la relazione dialettica tra testo e contesto e, nello specifico, il modo in cui il discorso riflette e sostiene le strutture del potere nella società.

La nostra ricerca si è servita di due tra i molti approcci all'analisi critica del discorso: quello proposto da Fairclough (Fairclough; 1989, 1995) e l'“approccio storico-discorsivo” (*Discourse-Historical Approach*) elaborato da Wodak (Wodak; 2001). Questi due approcci sono accomunati da un'analisi del discorso articolata su più livelli: un livello linguistico, che concerne l'analisi degli elementi sintattici, lessicali e semantici del discorso; un livello tematico, che riguarda l'analisi delle tematiche dominanti di un testo; un livello, che Wodak chiama “strategico”, che permette di individuare le varie strategie discorsive celate in un testo.

Un altro concetto chiave della nostra ricerca è quello di *frame*. Nella dimensione mediatica, il termine *frame* identifica quel processo di selezione e di messa in rilievo da parte del discorso di determinati aspetti della realtà piuttosto che di altri, dando in questo modo un'interpretazione prestabilita, ma non

dichiarata, della realtà stessa. Nell'analisi che segue abbiamo individuato alcuni dei *frame* elaborati nella rappresentazione mediatica degli attentati di Parigi e li abbiamo sottoposti ad un'analisi critica.

## Capitolo 4

### Analisi dei quotidiani

Dalla nostra analisi sono emersi diversi *frame* discorsivi riguardanti la rappresentazione degli attentati di Parigi. Tra questi abbiamo selezionato e analizzato quelli più utili alla nostra riflessione riguardante la costruzione del rapporto tra identità francese e alterità.

Il primo *frame* preso in considerazione è quello della “guerra contro il terrorismo”. Gli attentati di novembre sono stati rappresentati nelle pagine dei tre quotidiani come l'inizio di un nuovo conflitto internazionale, che vede schierati da un lato l'Occidente e dall'altro, il terrorismo islamico.

A livello linguistico, diversi sono gli elementi che hanno messo in rilievo l'uso di questo *frame*: la ricorrenza della metafora della “guerra”, il largo uso di termini appartenenti al campo lessicale del “conflitto”, le numerose citazioni di esponenti del governo francese. La scelta di rappresentare gli attacchi di Parigi attraverso questo *frame* ci ha mostrato la volontà, da parte dei tre quotidiani, di aderire alla posizione assunta dal governo francese nei confronti dell'avvenimento e di legittimarne le decisioni politiche.

Un secondo *frame* ha dipinto gli attentati come un “attacco ai valori repubblicani”. L'idea che è emersa è che la Francia sia stata scelta dagli attentatori come bersaglio, non tanto per il suo ruolo nella politica internazionale, quanto piuttosto per i valori che essa rispecchia. Da questa rappresentazione abbiamo visto emergere un discorso sull'identità nazionale francese e la concomitante costruzione di un'alterità.

Abbiamo individuato negli articoli diversi elementi che mettono in atto un processo di idealizzazione della nazione: l'evocazione continua della tradizione

repubblicana e dei suoi valori universali, i riferimenti al passato glorioso della Francia attraverso l'uso dei simboli nazionali, l'impiego del “noi” collettivo da parte dei giornalisti, la personificazione dell'immagine della nazione. Queste strategie discorsive sono state adottate dai giornalisti con lo scopo di rafforzare la coesione sociale e il senso di unità nazionale che possono venire a mancare in situazioni di crisi come un attacco terroristico.

Con la costruzione dell'identità nazionale da parte dei quotidiani, ha coinciso la costruzione di un'alterità interna alla nazione stessa: i cosiddetti *Français issus de l'immigration*, i cittadini francesi figli di immigrati. Il modo in cui è stata rappresentata l'identità francese, infatti, ha trasmesso il messaggio implicito secondo cui, per essere francesi, sia necessario rispondere a determinati requisiti: essere di origine francese e di fede cristiana, condividere una memoria collettiva con gli altri membri della comunità, essere istintivamente fedeli ai valori repubblicani. Il “modello” di cittadino francese presentato nei quotidiani, quindi, ha escluso automaticamente i cittadini di origine straniera dall'appartenenza nazionale.

La terza parte della nostra analisi si è focalizzata sulla costruzione del discorso sul legame tra terrorismo e islam che è stato individuato nei quotidiani analizzati. La nostra ricerca ha messo in evidenza il fatto che, nonostante tutti i quotidiani abbiano condannato esplicitamente qualsiasi forma di discriminazione nei confronti della comunità musulmana e dell'islam, è stato possibile individuare un discorso implicito che ha trasmesso l'idea dell'incompatibilità tra la religione musulmana e la società francese. In alcuni passaggi, infatti, l'islam è stato dipinto come intrinsecamente pericoloso e quindi incompatibile con i valori positivi della Repubblica francese. Lo spazio mediatico dedicato alla rappresentazione delle *banlieues* come luoghi di degrado, fortemente islamizzate ed escluse da quello che è il territorio della Repubblica ha confermato questa idea dell'inassimilabilità della religione musulmana alla società francese.



