

Une nouvelle forme de citoyenneté en Europe : les radios pour les diasporas. Comparaison Allemagne-Grande Bretagne- France

Article inédit faisant suite à une communication au 8^e colloque Brésil-France, à l'Institut de la communication et des médias (Université Stendhal), les 29 et 30 septembre 2006.

Mis en ligne le 22 janvier 2007.

Sirin Dilli

Université Paris III-CIM et Université Bilgi - Center for Migration Research.

Plan

Des mondes imaginés perplexes...

Les nouvelles voix qui émanent de l'Europe

Au-delà d'une fragmentation sonore de l'identité...

Références bibliographiques

Résumé en français

Nous essayerons de montrer la manière dont a réagi le paysage radiophonique en Europe face aux besoins exprimés de sa société multiculturelle – société en « germe » dès le début du 20^e siècle, mais qui arrive à son apogée au courant des années 80. Dans cette perspective, nous porterons notre attention à l'évolution des émissions dédiées aux diasporas dans l'espace radiophonique en Allemagne, en Grande Bretagne et en France.

Mots clés : Radios, diaspora, citoyenneté, nouvelle Europe.

Construit sur le verbe *speiro* (semer) et le préfixe *dia* (au-delà), le terme « diaspora » réfère aux notions de migrations et de colonisation dans la Grèce antique. Aujourd'hui, surchargé de sens aussi bien que vidé de sens, on parle de « diasporas culturelles » (Cohen, 1997), de « diasporas de la peur » (Appadurai, 1997), de « diasporas virtuelles »... Bref, la liste est longue. Certains, comme Shuval (2003) et Bruneau (1995), y ajoutent une dimension politique, et utilisent ce terme pour décrire des groupes migrants caractérisés par une identité ethnique et un sentiment communautaire fort. D'autres, comme Homi Bhabha ou Stuart Hall, y ajoutent une dimension plus métaphorique (Anteby-Yemini et William Berthomière, 2005). Ce terme de « diaspora », est synonyme pour eux des déracinements de la condition post-moderne et post-coloniale. Mais au final, tous ces éléments tendent à reléguer la notion de diasporas aux « migrants historiques ».

Notre interrogation sur les « radios/émissions diasporiques » repose sur cette réalité d'abriter sous un même toit des populations de cultures différentes, sur les manières de conjuguer différenciation culturelle et organisation d'un espace public commun, ce qui est une question récurrente des débats intellectuels et politiques sur la nature démocratique des États-Nations (Walzer, 1999).

Des mondes imaginés perplexes...

Les travaux d'Elihu Katz (1977) témoignent dès les années 70 de cette évolution des identités culturelles. Alors que l'espace national tend à se clôturer avec la résurgence des ethnonationalismes et des réglementations des États en matière de contrôle des flux migratoires, les interactions culturelles et le commerce des biens et des services se développent, révélant ainsi la porosité des frontières et l'hétérogénéité des États-nations.

C'est une hypothèse que nous adoptons, en considérant que la constellation de demandes et d'affirmations culturelles qui entreprennent à présent de se manifester occupent de plus en plus nettement, le devant de la scène, structurant la vie collective autour des thèmes, déjà de plus en plus centraux, à savoir l'identité, la subjectivité, la reconnaissance, la mémoire ou l'altérité.

Arjun Appadurai (2001) émet d'ailleurs sur ce point, l'hypothèse d'un changement radical dans la construction de nouveaux territoires ethniques et culturels. Cette rupture générale conduisant à l'émergence d'identités mixtes complexes, est, selon lui, la conséquence directe de nouvelles dynamiques initiées par les forces à la fois centrifuges et centripètes de la mondialisation. Parmi ces éléments, les médias et les mouvements de population jouent un rôle essentiel dans les reconfigurations identitaires. D'ailleurs, Appadurai se donne précisément pour objectif d'étudier « leur influence conjuguée sur le travail de l'imagination comme une caractéristique constitutive de la subjectivité moderne (des moi et des mondes imaginés) ». Les nouvelles localités de la modernité seraient donc de moins en moins dépendantes des territoires des États-nations où les constructions identitaires « se produisaient dans un jeu permanent d'opposition entre soi et l'Autre, entre l'intérieur et l'extérieur » mais plutôt liées à la « multiplication de sphères publiques, caractérisées par des modes d'appropriation collectifs des récits et images médiatiques » (Appadurai, 1996).

Les nouvelles voix qui émanent de l'Europe

Les « radios diasporiques », elles, prennent leur place dans ce débat, en permettant de tisser au sein des communautés les modes de leurs identités. Elles s'adressent par définition à un groupe d'audience spécifique (une diaspora ou plusieurs) installées sur le territoire national du pays en cause.

L'ESPACE MÉDIATIQUE ALLEMAND ET SES « DIASPORAS »

Nous nous attachons en premier lieu à l'exemple allemand car son action s'inscrit dans une tradition de respect extrême des droits fondamentaux. Sa jurisprudence est souvent plus respectueuse des droits fondamentaux que la jurisprudence européenne. Du fait du contexte particulièrement tendu, certaines émeutes anti-turques, la cour allemande a attaché un intérêt particulier au respect des droits fondamentaux de ses « citoyens étrangers » et/ou de ses diasporas. L'introduction partielle du principe du jus soli à la loi concernant la citoyenneté en l'an 2000 (art. 116) indique clairement que la définition du *Germanness* n'est plus limitée à la descente ethnique. Elle suggère également que des membres « ethniquement non-Allemands » puissent être incorporés à la sphère politique via les chaînes civiques.

Ces changements légaux signifient d'une certaine manière, la transformation du projet-culturellement défini vers un projet habermassien de « société post-nationale », exigeant l'identification politique des nouvelles composantes de la société. En d'autres termes, les nouvelles lois nous distancent partiellement de l'hégémonie d'autrefois sur les identités ethniques telles que l'« allemand », le « polonais », le « turc » etc.

C'est dans ce principe qu'en Allemagne, le législateur a fixé des principes généraux pour les communications audiovisuelles et a ainsi défini les obligations des secteurs publics. Selon la cour constitutionnelle allemande, le *Bundesverfassungsgericht*, les chaînes publiques devraient de ce fait offrir des programmes au contenu diversifié et pluraliste et devraient en être les canaux principaux de diffusion (Meir-Braun, 2002).

Ainsi, c'est à la fin des années 1980 que sera créée et diffusée la première émission radio, en langue allemande, au sein des chaînes de l'ARD - groupe des radios et télévisions publiques

régionales incluant la WDR basée à Cologne- ciblant spécifiquement les populations issues de l'immigration (Dilli avec Blion et al, 2006). Jusqu'à cette création, les émissions visant ces populations étaient diffusées dans la langue d'origine du public ciblé. Par ailleurs, alors que les émissions en langue étrangère, diffusées depuis le début des années 60 connaissent une très forte baisse d'audience, la WDR crée, à la fin des années 1990, une station de radio dénommée *Funkhaus Europa*, diffusant des émissions en différentes langues et ciblant les diasporas. Pour créer cette station, la WDR s'est inspirée d'une station similaire lancée, en 1994, *Radio MultiKulti* par le diffuseur public SFB basé à Berlin. Ces différentes initiatives ont vu le jour dans une période où les diasporas s'installent sur le territoire allemand et s'ancrent dans la société ; les enfants nés de parent immigrés deviennent de plus en plus nombreux. Cependant, malgré ces évolutions et le succès de différentes actions engagées par ses stations régionales, l'ARD ne va ni augmenter ses budgets destinés aux productions ciblant les diasporas, ni démultiplier *MultiKulti* ou *Funkhaus Europa* dans d'autres *Länders*. D'autres part, depuis 2004, seulement ces deux stations de radios publiques diffusent en ondes moyennes. S'ajoute à cela le problème qu'en Allemagne, chaque chaîne radiophonique ayant l'intention d'élargir son écoute doit attendre l'appel d'offre du conseil de diffusion des *Länders* dans lequel elle aurait l'intention de diffuser. Ainsi, l'écoute de *Funkhaus Europa* et *Multi-Kulti*, Berlin restent limités, même si *Multi Kulti* a déjà reçu le prix européen de la meilleur diffusion médiatique prenant compte de la diversité.

Cette situation est révélatrice des hésitations des gouvernements régionaux, des autorités fédérales mais aussi de la société allemande en faveur d'une plus grande visibilité et expression de ses diasporas. Ces hésitations se sont fondées, pendant de nombreuses, sur deux préjugés. D'une part, les populations issues de l'immigration ne seraient que peu intéressées par les médias allemands. D'autre part, ces mêmes populations concentreraient leur consommation médiatique en direction des médias produits et diffusés à partir du pays d'origine. Ces deux préjugés vont être fortement remis en cause par différentes études début des années 2000 ; celles-ci montrant que les diasporas en Allemagne consomment tout autant les médias allemands que les médias minoritaires. Toutefois, malgré cette nouvelle donne, rares sont les initiatives au sein des radios grand public visant à y répondre.

UN SYSTÈME CENTRALISÉ À LA PORTÉ DES « DIASPORAS » : LA GRANDE-BRETAGNE

La Grande Bretagne, qui prône « l'intégration des minorités », a fondé elle un système basé sur la reconnaissance de ses diasporas et la prise en considération de leurs spécificités culturelles, historiques et religieuses.

Une loi, le *Race Relations Act* (1976), officialise ce système qui implique des obligations tant pour les pouvoirs publics que pour les instances représentatives des *community* en tant que telles. Un conseil pour l'égalité des races est chargé de superviser le bon fonctionnement de ce dispositif. Les relations sont codifiées, l'information des diasporas institutionnalisée. De ce fait, la BBC apporte elle-même une contribution à la réalisation et à la diffusion des émissions ethniques sur l'ensemble du pays, à travers son réseau de 39 stations locales (Hulshoff, 1999). C'est le gouvernement qui, par l'intermédiaire du *Foreign Office* et du *Commonwealth Office*, indique en quelles langues il convient d'émettre et durant quelle durée. Les grandes stations régionales de la radio publique britannique (*Radio West Midlands, Radio Leicester*) diffusent ainsi en moyenne cinq heures de programmes par jour à l'intention des groupes ethniques. *Radio West Midlands* qui réalise un programme quotidien de cinq heures à l'intention de la diaspora asiatique, diffuse en supplément le bulletin en urdu et en bengali de *BBC World Service*.

En parallèle, une initiative a été prise par le regroupement des organismes de diffusions principaux tels que la *BBC*, la *Grenada*, le *Calton*, la *Channel 4* d'*ITV*, la *Channel 5*, le *Sky* pour établir le réseau culturel de la diversité (*Cultural Diversity Network*). Elle nous intéresse car, ce réseau établi en 2000, a pour ambition de favoriser l'élaboration également d'une base de données issue des radios diasporiques. Selon les indications contenues dans « Britain's Ethnic Minorities », publication du *Foreign Office*, outre la *BBC*, 59 radios indépendantes (commerciales) et 23 radios plurilingues participent au ciblage médiatique des diasporas en Grande Bretagne, à travers un cocktail de programmes (bulletins d'informations, émissions culturelles et pédagogiques, programmes de variétés, informations de service etc.). Il reste à voir si ce réseau prendra des décisions dans le domaine de la radiodiffusion, dans la mesure où il pourrait créer une influence sur les radiodiffuseurs principaux qui ne rejoignent guère les objectifs de la représentation des diasporas dans la production (Alibhai-Brown, 1998 ; Cottle, 2000).

En effet, le Royaume Uni, à la différence de la plupart des pays européens manque de perspective à long terme pour la radio et la télévision de ses diasporas. Seul le secteur public et le secteur commercial sont identifiés dans la législation de la radiodiffusion du pays. Ainsi, les quelques stations de radio et de télévision de minorités restent des initiatives commerciales.

De plus, les limitations dans la représentation des minorités ethniques, tant du côté de la production que dans la teneur des médias généralistes, renforce la position des médias diasporiques comme contrepoint vis-à-vis de ces médias et augmente le mécontentement et l'émotion d'exclusion de ces diasporas (Berqué, 1993). Surtout que dans la nouvelle loi de l'audiovisuel de 1996, il n'y a plus d'ambition politique concernant le besoin des médias de refléter la nature multiculturelle du pays (Georgiou et Silverstone, 2003) et l'expansion de la radio numérique n'a pas vraiment changé cette situation.

LE NOUVEL OUTIL DES DIASPORAS EN FRANCE : LA RADIO

En France, c'est au cours des années 80 qu'émergent de nouvelles interrogations sur les processus d'interaction et de transaction entre les cultures particulières et les flux transnationaux. Elles mettent en cause la vision monolithique de l'État tout autant du mode de fonctionnement des dispositifs de pouvoir que de la formation de la modernité (Tchibindat, 1999). Ainsi, on mentionne qu'une meilleure représentativité de la société française dans sa diversité doit constituer un objectif pour chaque diffuseur.

Amorcée dès 1981 en France, avec l'autorisation des radios libres, la libéralisation des ondes a fait l'objet d'une lecture politique maintes fois commentée encore aujourd'hui. François Mitterrand décrivait en ces termes cette évolution qu'il avait appelée de ses vœux. Mitterrand déclarait ainsi :

"Je propose qu'à partir de 1980 [...] soit mis en œuvre un vrai réseau autonome de radio de service public, avec une possibilité d'expression accrue, et pour ceux qui disent qu'ils ne peuvent pas parler, l'occasion de parler. À eux de se faire entendre ».

À verser au compte de l'histoire de la radio locale : les premières radios ont en effet toujours mis en avant l'idée de « donner la parole à ceux qui en sont traditionnellement exclus » (Bistoffi, 1995). Ainsi, les diasporas, ont-elles l'idée de se doter d'un outil de formation et de communication plus puissant : une radio.

Par la suite, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), définit dans son communiqué du 29 août 1989 les catégories de services radiophoniques. Une distinction est apportée selon leur caractères commerciale ou non commerciale, local ou non local, généraliste ou thématique, indépendant ou affilié... De ces catégories, la catégorie A concerne les radios

associatives, l'unique catégorie où apparaît le terme « communautaire » (Dahman, 2002). Une distinction est faite par le Conseil entre radios dites « communautaires » et « culturelles ». Un paradoxe puisque les radios « communautaires » sont également des radios à vocation culturelle. Le dictionnaire Larousse définit d'ailleurs le terme « communautaire » comme « relevant de la communauté linguistique, culturelle ». Donc pour le CSA, une radio communautaire est une radio qui utilise une langue autre que le français.

Pour les autres catégories, puisqu'il n'y a aucune autre précision, on est en droit de penser que les radios communautaires sont uniquement des radios associatives. Or, en lisant le compte-rendu des débats du colloque de l'EPRA en 2002, on s'aperçoit du malaise de beaucoup de radios mis en catégorie A. A titre d'exemple, le responsable de la première radio communautaire créée en 1980 à Roubaix, Radio Pastel, précise qu'« au moment où notre radio a été créée, notre radio étions évidemment dans l'illégalité, et nous avons tout de suite été catalogué de « radio communautaire », avec tout ce que cela charriait de signification, de perception... Pastel FM est une radio de citoyenneté, qui s'est posée très clairement sur les thématiques de droit à l'existence, de droit à l'expression, de droit à la citoyenneté... On a inventé une radio plurielle, ouverte à tous, aux communautés africaine, polonaise et autres... Je considère donc que nous exerçons une mission de service public ».

La seule radio à se revendiquer « communautaire » est Beur FM, mais sa définition diffère de la perception officielle du terme. Nacer Kettane, l'un de ses créateurs, insiste sur ce fait : « Je me rappellerais toujours des difficultés que j'ai rencontrés pour faire admettre au ministère de la communication que Radio Beur n'était pas une radio d'immigrés au sens où ils l'entendaient, dans la mesure où son projet embrassait le passé et l'avenir des communautés maghrébines, que dans cette radio s'exprimait une nouvelle communauté » française" au sens ethnique, comme on pouvait envisager une radio Corse ou Arménienne à Paris, on pouvait envisager une radio maghrébine » (Fettah Allah, 1988).

De nos jours, la France compte près de 400 radios associatives, dont le huitième est constitué de radios diasporiques (juive, arménienne, portugaise...). Une trentaine d'entre elles sont subventionnées par le Fond d'Action Social pour l'Intégration et la Lutte contre les Discriminations (FASILD), devenu l'Agence Nationale pour la Cohésion Sociale et l'Égalité des chances (l'Acisé).

Pourtant, la situation française reste ambiguë et contradictoire. D'une part, il y a cette « volonté de neutraliser les différences » et, d'autre part, il y a « une ethnicisation des problèmes ». Même si les années 2000 témoignent l'émergence des réflexions critiques sur la question de la diversité, en termes de programmation et de représentation, la dynamique reste fragile.

Au-delà d'une fragmentation sonore de l'identité...

Après avoir brièvement décrit les émissions radiophoniques pour les diasporas en Allemagne, en Grande-Bretagne et en France, nous avons observé que progressivement, et en partie à la suite de mobilisations politiques et/ou culturelles successives, que ces États à base démocratique ont été contraints de reconnaître, dans une certaine mesure, le bien-fondé, la légitimité des revendications qui leur ont été adressées au nom des principes universels dont ils se sont constitués garants. Aussi, tendent-ils de plus en plus à reconnaître un déficit de service vis-à-vis de ses populations, une dette symbolique (la dette « matérielle », dépossessions, spoliations, ségrégation, représentant un problème beaucoup plus épineux) qu'ils s'efforcent d'atténuer, en garantissant et/ou permettant aux diasporas un accès, certes très limité, à la production symbolique car le monde des médias est un

espace où se jouent la place et la reconnaissance des différentes composantes de la société. Il n'en demeure pas moins que, via les médias, l'espace public (au sens habermassien) de ces sociétés se perpétue (même si sa fonction de « facilitateur » du débat et des échanges d'opinions, ainsi que l'usage des pratiques argumentatives, sont à présent à atténuer), qu'il s'élargit (toutes les classes et catégories sociales y prennent part, mais à des titres divers), qu'il voit ses fonctions s'étendre singulièrement, et qu'il a tendance à se fragmenter (Wieviorka, 2001).

Références bibliographiques

- Allibhai-Brown Yasmin (1998), « The Media and Race Relations » in T. Blackstone, B. Parekh and P. Sanders (eds.), *Race Relations in Britain*, Londres : Routledge.
- Anteby-Yemini Lisa et Berthomiere William (2005), « Les diasporas », *Géographes associés*, No.29, pp. 27-33.
- Appadurai Arjun (2001), *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris : Payot.
- (1996) *L'Inclusion de l'Autre*, Paris : Arthème Fayard.
- Berque Pascal, Foy Evelyne, Girard Bruce (1993), *La passion radio : 23 expériences de radio participative et communautaires à travers le monde*, Paris : Syros, p. 12.
- Bistoffi Robert et Zabbal François (1995), « Européens musulmans », *Islam d'Europe, intégration ou insertion communautaire ?*, La Tour d'Aigues : L'Aube (coll. L'aube essai).
- Blion Reynald et al. (2006), « La représentation et la représentativité des immigrés au sein des médias », Paris : Rapport acsé.
- Bruneau Michel (1995), *Diasporas*, Montpellier : GIP Reclus.
- Cohen Robin (1997), « Diasporas, the Nation-State and Globalisation » in Wang Gungwu (Ed.), *Global History and Migrations*, Boulder, Westview Press.
- Cottle Simon (dir.) (2000), *Ethnic Minorities and the Media. Changing Cultural Boundaries*, Buckingham, Open University Press.
- CSA (2002), *Créer une radio FM en France*, Paris : Les brochures du CSA.
- EPRA (2002), « L'Épra et Les Radios Associatives dans la dynamique des nouveaux territoires », Actes du colloque Paris : Bibliothèque François Mitterrand.
- Fettah Allah Abdennasser (1988), *L'expression Beur en France, la ces de Radio Beur de Paris*, Paris : Université Panthéon - Assas.
- Georgiou Myria et Silverstone Roger (2003), *Mapping Diasporic Minorities and Their Media in Europe. Studying the Media. Investigating Inclusion and Participation in European Societies, European and Transnational Communities, European Media Technology and Everyday Life Network (EMTEL 2)*, <http://www.lse.ac.uk/Depts/Media/EMTEL/Minorities>.
- Hulshoff Georges (1999), *Multicultural Radio in an International Perspective*, Report, STOA.
- Katz Elihu (1977), *Social research on broadcasting : proposals for further development*, London : British Broadcasting Cooperation.
- Meir-Braun, Karl-Heinz et Kilgus Martin A. (2002), *Integration durch Politik und Medien ?*, Baden-Baden, 7. Medienforum Migranten bie uns.
- Shuval Judith T. (2003), « The Dynamics of Diaspora : Theoretical implications of ambiguous concepts » in Rainer Münz and Rainer Ohliger, *Diasporas and Ethnic Migrants : Germany, Israël and Russia in Comparative Perspective*, London : Frank Cass.

Tchibindat Sylvestre (1999), « Colloque : les médias communautaires, repli ou ouverture », *CIRTA : Revue d'analyses et de débats sur l'histoire sociale, la culture et la formation*, Vol. 12, p. 35.

Walzer Michel (1999), *On Toleration*, New Haven and London : Yale University Press.

Wieviorka Michel (2001), « Le grand défi des différences », *Le monde des débats*, No 24, pp. 22-26.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Références