

Champs médiatiques et frontières dans la « Grande Région » SaarLorLux et en Europe

Mediale Felder und Grenzen in der Großregion

SaarLorLux und in Europa

Vincent Goulet
Christoph Vatter
(dir. / Hg.)



**SARAVI PONTES –
Beiträge zur internationalen Hochschulkooperation
und zum interkulturellen Wissenschaftsaustausch**

Band 1



Vincent Goulet, Christoph Vatter (dir. / Hg.)

**Champs médiatiques et frontières dans la
« Grande Région » SaarLorLux et en Europe**
Mediale Felder und Grenzen in der Großregion
SaarLorLux und in Europa



universaar

Universitätsverlag des Saarlandes
Saarland University Press
Presses Universitaires de la Sarre

© 2013 *universaar*
Universitätsverlag des Saarlandes
Saarland University Press
Presses Universitaires de la Sarre



Postfach 151150, 66041 Saarbrücken

ISBN 978-3-86223-131-7 gedruckte Ausgabe
ISBN 978-3-86223-132-4 Online-Ausgabe
ISSN 2198-0551 gedruckte Ausgabe
ISSN 2198-056X Online-Ausgabe
URN urn:nbn:de:bsz:291-universaar-1134

Projektbetreuung *universaar*: Susanne Alt, Matthias Müller

Satz: Daniel Werner
Umschlaggestaltung: Julian Wichert
Umschlagabbildung: Laëtitia Le Couédic

Gedruckt auf säurefreiem Papier von Monsenstein & Vannerdat

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

Vorwort zur Reihe

SARAVI PONTES – Beiträge zur internationalen Hochschulkooperation und zum interkulturellen Wissenschaftsaustausch

Saravi Pontes: Der Titel meint Brücken *über* die Saar, aber auch *von* Saarbrücken *in* die Welt. Die Reihe versteht sich als interdisziplinäres und interkulturelles Forum für die Dokumentation und Verbreitung der Ergebnisse, die aus dem dichten Netzwerk aus Kooperationen der Universität des Saarlandes mit internationalen Partnern und Partnerinnen, vor allem in den Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften, hervorgehen.

Die Universität des Saarlandes kann aufgrund ihrer Geschichte und der regionalen Verankerung im interkulturellen und transregionalen Raum des Dreiländerecks zwischen Frankreich, Deutschland und Luxemburg, in dem die Grenzen nicht nur als trennendes Element, sondern auch als Kontaktzone mit Gestaltungspotenzial verstanden werden können, als prädestiniert für eine weltoffene und international vernetzte Hochschule mit europäischer Orientierung gelten. Der mit mehr als 16 % sehr hohe Anteil ausländischer Studierender sowie wissenschaftliche Kooperationen und Austauschprogramme mit über 50 verschiedenen Ländern zeugen von der Vitalität dieses Anspruchs.

Saravi Pontes möchte die Früchte dieser wissenschaftlichen Zusammenarbeit sichtbar machen und zur Erweiterung des wissenschaftlichen interkulturellen Austauschs auch über die Universität des Saarlandes und ihre Kooperationspartner hinaus einladen. Gemäß der fachlichen Verortung der Herausgeberinnen und Herausgeber in der Anglistik/Amerikanistik, der Romanistik und der Slavistik steht *Saravi Pontes* für eine räumliche wie auch sprachliche Öffnung hin zum den Osten und Westen Europas, aber auch zu außereuropäischen Kulturräumen; mit dem Fach Deutsch als Fremdsprache rückt darüber hinaus auch die Rolle der Universität des Saarlandes als „terre d'accueil“ und wissenschaftliche Heimat zahlreicher ausländischer Forscherinnen und Forscher in den Fokus der Reihe.

Der nun vorliegende erste Band der Schriftenreihe *Saravi Pontes* ist das Resultat intensiver deutsch-französischer Zusammenarbeit und setzt auch thematisch im Grenzraum des Dreiländerecks Deutschland-Frankreich-Luxemburg an. Die Beiträgerinnen und Beiträger widmen sich der Frage nach den Bedingungen grenzüberschreitender Informationsflüsse und erproben die Möglichkeiten und Grenzen des interkulturellen wie auch interdisziplinären Begriffs- und Methodentransfers in den Kulturwissenschaften. Damit weist

der Band auch deutlich über die Region hinaus ein europäisches Profil auf. Der Auftakt von *Saravi Pontes* ist in diesem Sinne als Einladung zu verstehen, den interkulturellen Wissenschaftsaustausch zu intensivieren und seine Ergebnisse einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Saarbrücken, Dezember 2013

Astrid M. Fellner, Roland Marti, Christoph Vatter, Elisabeth Venohr

Table des matières / Inhaltsverzeichnis

Introduction / Einleitung

Nationale, grenzüberschreitende und europäische Herausforderungen für die Produktion und Verbreitung von Medieninhalten in Grenzräumen <i>Vincent Goulet und Christoph Vatter</i>	1
La production et la circulation des informations médiatiques entre logiques nationales, transfrontalière et européenne <i>Vincent Goulet et Christoph Vatter</i>	11
Remerciements / Danksagung	19
I. Espaces transfrontaliers, champs journalistiques et barrières linguistiques / Grenzräume, journalistische Felder und Sprachbarrieren	
Champ journalistique et territorialité : Bruxelles/Luxembourg et « l'Europe Sans Frontières » <i>Christian Lamour</i>	23
B/Ordering in der Großregion. Mobilitäten – Grenzen – Identitäten <i>Christian Wille</i>	51
« B/Ordering » : Voisinage et arrangement socioterritorial en Grande Région. Mobilités – frontières – identités <i>Christian Wille</i>	65
Ce que le concept de « champ journalistique » peut dire de l'espace médiatique transfrontalier de la Grande Région <i>Bénédicte Toullec et Vincent Goulet</i>	81
Transnationale Regionen mit Sprachbarrieren: Wie überwindet der Journalismus die Grenzen? <i>Marlis Prinzing und Roger Blum</i>	109

II. Circulations transfrontalières des informations médiatiques :
Études de cas dans la Grande Région / Grenzüberschreitende mediale
Informationsströme: Fallstudien aus der Großregion

Die Nachrichtengeografie des Saar-Lor-Lox-Raums – Zentrum und
Peripherie der Großregion
Patrick Wiermer 125

Die Berichterstattung über den interregionalen Gewerkschaftsrat
SaarLorLux-Trier/Westpfalz: Medienwirkungen in der Großregion
Julia Frisch 167

Dispositif de pérennisation de l'information culturelle transfrontalière :
le cas de « Luxembourg et Grande Région Capitale européenne de la
culture 2007 »
Delphine Buzy-Christmann 181

III. Circulation des concepts et comparaisons entre médias français et
allemands / Interkultureller Begriffs- und Methodentransfer und
deutsch-französischer Medienvergleich

Der Begriff des journalistischen Felds in Deutschland. Transfer und
Anwendungspotenziale
Michael Meyen 197

Le concept du champ journalistique en Allemagne. Transfert et potentiel
d'utilisation
Michael Meyen 221

Acteurs ou témoins ? Le récit des affaires politiques dans la presse
française et allemande
Valérie Robert 247

Outils de la comparaison et intérêts à la circulation dans le cadre franco-
allemand.
Martin Baloge 267

Résumés / Zusammenfassungen 283

Auteurs / Autorinnen und Autoren 293

VINCENT GOULET
Universität de Lorraine, CREM

CHRISTOPH VATTER
Universität des Saarlandes

Einleitung – Nationale, grenzüberschreitende und europäische Herausforderungen für die Produktion und Verbreitung von Medieninhalten in Grensräumen

Auf zivilgesellschaftlicher Ebene schreitet die europäische Integration bekanntermaßen nur langsam voran. Während die wirtschaftliche und monetäre Integration bereits sehr weit gediehen ist, sind die Beziehungen und der Austausch zwischen den Bewohnern der verschiedenen Länder Europas, gemeinsame kulturelle Praktiken und das Gefühl der Zugehörigkeit zu einem gemeinsamen politischen Raum, kurzum eine europäische Öffentlichkeit, deutlich weniger ausgeprägt. Dies zeigen auch Indikatoren wie die schwache Beteiligung an den Wahlen zum Europäischen Parlament¹, die geringe berufliche Mobilität² und der stagnierende Studierendenaustausch³ innerhalb der EU oder auch der Rückgang der Fremdsprachenkenntnisse in den europäischen Sprachen – mit Ausnahme des Spanischen und des Englischen, das vor allem aufgrund seines Status als internationale Verkehrssprache eine Vorrangstellung einnimmt.

In seinem klassisch gewordenen Werk *Imagined Communities* (1983) arbeitete Benedict Anderson die zentrale Rolle der Medien für die Ausbildung einer nationalen Identität heraus. Trotz einer zunehmenden Digitalisierung und damit auch Mobilität von Daten und Informationen in immer dichteren

¹ 2009 lag die Wahlbeteiligung im EU-Durchschnitt lediglich bei 43 %.

² Die Zahl der EU-Bürger, die in einem anderen Land leben und arbeiten, liegt bei etwa 2% – ein weitgehend stagnierender Anteil trotz aller Anstrengungen von Eures („EUropean Employment Services“, der 1993 durch die EU-Kommission gegründete Dienst zur Erleichterung der beruflichen Mobilität in Europa).

³ Die Teilnehmerzahlen am Erasmus-Programm gehen zurück oder stagnieren in den meisten der „alten“ EU-Mitgliedsstaaten wie z.B. Frankreich. Von den 31 Millionen europäischen Studierenden verbringen nur 550 000 ein Studienjahr im Ausland – eine Zahl unterhalb der im Rahmen des „Bologna-Prozesses“ formulierten Zielsetzungen.

Kommunikationsnetzwerken stehen dem Aufbau einer europäischen Medienöffentlichkeit eine Reihe von Hindernissen im Weg: kulturelle und sprachliche Grenzen, aber auch ökonomische und soziale Faktoren tragen dazu bei, grenzüberschreitende Informationsflüsse durch nationale Rahmensetzungen zu regulieren und einzugrenzen. Darüber hinaus ist offensichtlich auch ein mangelnder politischer Wille zu beklagen, die Idee einer „europäischen Identität“ durch transnational agierende europäische Medien zu befördern; stattdessen scheinen sie sich vielmehr damit zufrieden zu geben, eine breitere Berichterstattung über gemeinschaftliche europäische Fragen in nationalen Medien zu empfehlen⁴.

Da sich der Aufbau und die Intensivierung der Begegnungsmöglichkeiten und des Austauschs – ob in direkter face-to-face oder medienvermittelter Kommunikation – zwischen den Einwohnern der verschiedenen europäischen Ländern in ihrer Gesamtheit offensichtlich als schwierig erweisen, ermutigen die europäischen Institutionen seit 1989 die transnationale Zusammenarbeit in Grenzregionen innerhalb der EU. Zu den bekanntesten Instrumenten der europäischen Regionalpolitik gehören die Interreg-Initiativen für die europäische territoriale Zusammenarbeit, die zuletzt mit einer Summe von insgesamt 7,7 Milliarden Euro aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) gefördert wurden (Interreg IV 2007 bis 2013).

Der Elan der europäischen Einigung und die zunehmende Schwächung nationalstaatlicher Hemmnisse, die Notwendigkeit der wirtschaftlichen Entwicklung auf der Ebene der Regionen sowie die Möglichkeit der finanziellen Förderung aus den Strukturfonds begünstigten die Gründung von mittlerweile mehr als 100 „Euroregionen“ oder „Euregios“⁵, die sich als privilegierte Räume und Vorreiter des Aufbaus eines gemeinsamen Europa verstehen. Hier ist auch die „Großregion“ zu verorten, zu der ein Nationalstaat (das Großherzogtum Luxemburg), eine französische *région* (Lothringen), zwei deutsche Bundesländer (Rheinland-Pfalz und das Saarland) und eine Region Belgiens (Wallonien) mit ihren beiden Sprachgemeinschaften (Französische Gemeinschaft Belgiens und Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens) gehören, und die sich häufig als „Laboratorium Europas“ oder eines „Europas im Kleinformat“ an der Schnittstelle zwischen dem germanischen und romanischen Kulturkreis versteht. Die Lebensrealitäten in diesem Raum erweisen sich dagegen als vielschichtiger und nuancierter. Auch aus Sicht der Wissenschaft stellt sich ein grenzüberschreitendes Forschungsfeld demnach als ein

⁴ Vgl. den Beitrag von Christian Lamour in diesem Band.

⁵ Eine Gesamtliste wurde von der Arbeitsgemeinschaft europäischer Grenzregionen erstellt: <http://www.aebr.eu/de/mitglieder/mitgliederliste.php> [01.10.2013].

sehr komplexes Untersuchungsterrain dar. Aufgrund der Verflechtung mehrerer Maßstabebenen von der Mikro- (der lokale Raum) über die Meso- (der interregional-grenzüberschreitende Raum) bis zur Makro-Ebene des nationalen und europäischen Raums ergeben sich eine Vielzahl möglicher geographischer wie auch thematischer Zugänge zur Erforschung grenzüberschreitender Phänomene. Allen offiziellen Verlautbarungen zum Trotz, bleiben vielfältige Grenzen und Grenzziehungen in sehr lebendiger und wirkungsmächtiger Art und Weise bestehen; manchmal erschließen sich diese eher einfach wie zum Beispiel im Fall von administrativen, sprachlichen oder nationalstaatlichen Grenzen, manchmal sind sie eher schwer ersichtlich, wie z.B. soziale, kulturelle oder mentale Grenzen (Deshayes / Francfort, 2010). Demgegenüber steht eine stetig wachsende Zahl von Instanzen der mehr oder weniger intensiven grenzüberschreitenden Kooperation. In dem hier in erster Linie betrachteten Kooperationsraum Großregion können etwa zwei Städtenetzwerke, QuattroPole⁶ und Tonicités⁷, ein gemeinnütziger Verein, die Euroregion SaarLorLuxRhein⁸, sowie mit dem Eurodistrict Saar-Moselle⁹ und dem Interreg Programm Großregion zwei Europäische Verbände für territoriale Zusammenarbeit (EVTZ) sehr unterschiedlicher Natur verzeichnet werden.

Diese komplexen institutionellen Strukturen führen zu einer gewissen Unübersichtlichkeit einer im Grunde auch nur unscharf abgrenzbaren und schwer definierbaren grenzüberschreitenden Region, in der die Protagonisten und Institutionen der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit jedoch darum bemüht sind, sie als möglichst homogenes Gebilde oder doch zumindest exemplarisch für eine starke ökonomische, politische und kulturelle Integration darzustellen. Dabei wird auch der Aspekt einer gemeinsamen Identität hervorgehoben, manchmal unter Rückgriff auf eine Neulektüre der Geschichte, die eine „geteilte Vergangenheit“ unterstreicht, beispielsweise durch das fränkische „Mittelreich“ oder „Lotharii Regium“ (frz. Lotharingie) (Kmec, 2010). Die Bedeutung der immer noch wirkungsmächtigen Grenzen werden, ebenso wie deren Verschiebungen und ihr Funktionswandel, demgegenüber häufig unterschätzt oder sogar geleugnet, zumindest aber durch die zwischen Integration und Kooperation oszillierenden Diskurse überlagert (Clément

⁶ Luxemburg – Metz – Saarbrücken – Trier.

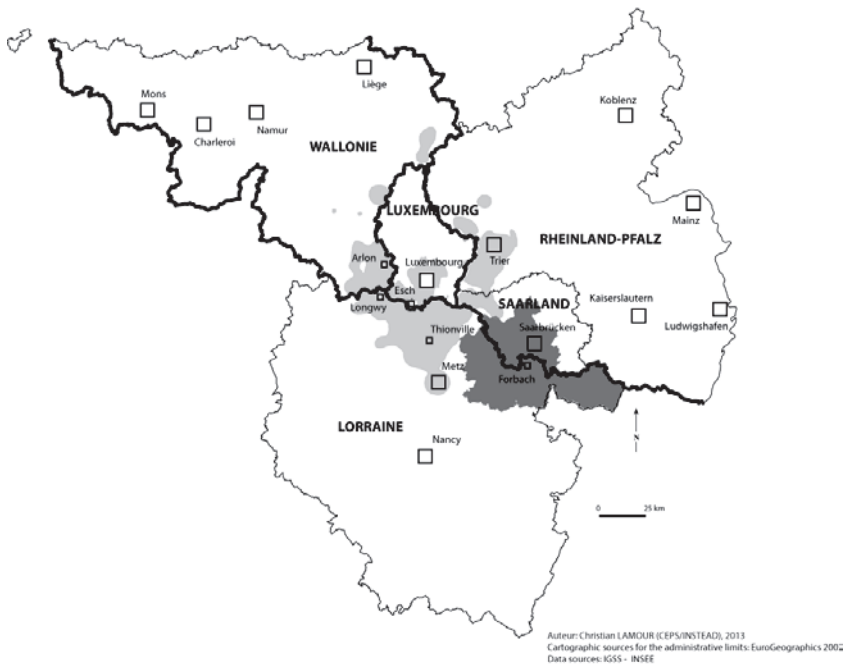
⁷ Luxemburg – Esch-sur-Alzette – Longwy – Arlon – Metz – Thionville.

⁸ Gemeinnütziger Verein luxemburgischen Rechts, in dem 80 Kommunen bzw. Gebietskörperschaften aus Belgien, Deutschland, Frankreich und Luxemburg zusammenarbeiten.

⁹ Zum Eurodistrict gehören der Stadtverband Saarbrücken, die beiden „communautés d’agglomérations“ Forbach und Sarreguemines sowie fünf benachbarte „communautés de communes“ in Frankreich; er umfasst somit insgesamt etwa 600 000 Einwohner.

2010; Kmec 2010). Dies wirft die Frage auf, inwiefern der Begriff „grenzüberschreitend / transfrontalier“ nicht zu einem Konzept geworden ist, das nach und nach seinen Status als ein gewisse Eigenschaften beschreibendes Adjektiv verloren hat und stattdessen auf ein territoriales Konstrukt verweist, das genauso unbestimmt bleibt wie die Grenze, auf der es beruht.

Abbildung 1: Die institutionelle Großregion und ihr funktionaler Kern.



LORRAINE Composantes territoriales majeures de la Grande Région

- Centres urbains importants
- ◻ Villes moyennes des bassins d'emploi transfrontaliers
- 🗺 Frontières nationales

Bassins d'emploi transfrontaliers

- Bassin d'emploi luxembourgeois
- Bassin d'emploi sarrois

Richtet man den Fokus auf den „funktionalen Kern“ (ESPON 2010: 73)¹⁰ der Großregion – d.h. das Gebiet unmittelbar um die Staatsgrenzen mit zahlreichen Anreizen und Gelegenheiten, diese zu überqueren –, so kann man dennoch ein gemeinsames Substrat ausmachen: nämlich den konkreten Austausch von Gütern und Personen zwischen den Regionen, oder – in marxistischer Terminologie ausgedrückt – eine *Basis*, und eine gemeinsame Infrastruktur aus sozialen und ökonomischen „materiellen“ Beziehungen, die als Fundament für den *Überbau* einer politischen und ideologischen Struktur mit Institutionen und gemeinsamen Überzeugungen fungieren, für die die Medien eine zentrale Rolle spielen.

Dieses gemeinsame Fundament stützt sich auf den Arbeitsmarkt mit über 200.000 Grenzgängern, die in einem anderen Land wohnen als arbeiten (Wille 2012; Belkacem, Pigeron-Piroth 2013), auf den Konsumgütermarkt sowie auf kulturelle und touristische Praktiken, die zumindest teilweise grenzüberschreitend sind. In diesem Rahmen schreibt sich das Lehr- und Forschungsprogramm Infotransfront ein, ohne den Gehalt dieser grenzüberschreitenden Zusammenarbeit bewerten oder grenzüberschreitende Identitätskonstruktionen als Bedingung für seine Arbeit voraussetzen zu wollen. Das Projekt Infotransfront verfolgt vielmehr die Zielsetzung, mit seinen wissenschaftlichen Aktivitäten zum Verständnis grenzüberschreitender Informationsströme und ihrer Medien beizutragen, und erforscht daher die kulturellen, ökonomischen, politischen und sozialen Bedingungen, unter denen Medien und Informationen die Grenzen überwinden. Als erster Schritt in der Arbeit des Wissenschaftlerteams erfolgte eine Bestandsaufnahme der wissenschaftlichen Arbeiten zu Grenzräumen und Euroregionen im Allgemeinen sowie der Großregion im Besonderen in geographischer, historischer, politischer, ökonomischer und kultureller Perspektive, um darauf aufbauend für den Bereich der Medien entsprechende Fragestellungen zu entwickeln. Über diese Bestrebungen hinaus war es ein zentrales Anliegen der Forschergruppe, die Frage nach der Rolle der Medien auch im europäischen Kontext zu verorten und im Hinblick auf vergleichende Ansätze zu öffnen, insbesondere in deutsch-französischer Perspektive. Schließlich bot die – ebenfalls grenzüberschreitende – Forschungskooperation Anlass zum interkulturellen Wissenschaftsdialog und Austausch über Methoden und Konzepte, die diskutiert und auf ihr

¹⁰ In der Praxis konzentriert sich die grenzüberschreitende Zusammenarbeit vor allem auf dieses Kerngebiet der Großregion, das in etwa das *département* Moselle, das *arrondissement* Briey in der Meurthe-et-Moselle, die belgische Provinz Luxemburg, die deutschsprachigen Kantone im Osten Belgiens, das Großherzogtum Luxemburg, das Saarland und die Region Trier umfasst – insgesamt ca. 3,5 Millionen Einwohner auf etwa 22.000 km².

Transferpotenzial hin überprüft werden sollten, vor allem in Hinsicht auf den Bourdieuschen Begriff des „medialen“ oder „journalistischen Feldes“.

Der vorliegende Band versammelt einige Beiträge zur grenzüberschreitenden Medienkommunikation, die im Rahmen der Kolloquien und Forschungsateliers des Lehr- und Forschungsprogramms PFR Infotransfront präsentiert und diskutiert wurden. Mit der Veröffentlichung der Texte sollen diese Arbeiten, die durch die Ergebnisse der Diskussionen in den Veranstaltungen des PFR Infotransfront ergänzt und erweitert wurden, einer breiteren Öffentlichkeit in der Großregion und darüber hinaus zugänglich gemacht werden, um so weitere wissenschaftliche Studien zur Problematik grenzüberschreitender Medienarbeit und Medienöffentlichkeiten in interkulturell geprägten Räumen anzuregen. Die Beiträge dokumentieren weiterhin den Prozess eines intensiven deutsch-französischen Austauschs und einer interkulturellen Verständigung über wissenschaftliche Methoden und Theorien sowie der Erprobung ihrer Transferpotenziale über die Grenzen hinweg.

Diese Zielsetzung spiegelt sich in den hier publizierten Aufsätzen von Autoren aus Deutschland, Frankreich, Luxemburg und der Schweiz wieder. Einige Texte liegen zudem sowohl in deutscher und als auch in französischer Sprache vor und laden so zum interkulturellen und interdisziplinären wissenschaftlichen Dialog und zur Diskussion von methodischen Ansätzen und Konzepten ein, wie dem des „champ journalistique“ (Bourdieu) oder des „B/Ordering“ (van Houtum).

Zu den Beiträgen dieses Bandes

Der Band ist in drei Teile gegliedert. Der erste vereint unter dem Titel *Grensräume, journalistische Felder und Sprachbarrieren* grundlegende Beiträge zum Verhältnis von Medien, Räumen und Identitäten sowie zu Hindernissen und Barrieren einer grenzüberschreitenden Medienkommunikation. Christian Lamour (CEPS, Esch-Belval) hinterfragt die Beziehungen zwischen Medien und ihrem territorialen Umfeld vor dem Hintergrund der Ausbildung einer europäischen Medienöffentlichkeit. Am Beispiel von Brüssel und Luxemburg skizziert er die Entstehung von journalistischen Feldern unter transnationalen und grenzüberschreitenden Bedingungen. Die Frage nach der Möglichkeit von grenzüberschreitenden Identitäten stellt Christian Wille (IPSE, Universität Luxemburg) auf Basis einer empirischen Befragung von Grenzgängern und der Luxemburger Wohnbevölkerung. Er arbeitet die identitätsstiftend-konstitutive Funktion von Grenzen für die Bewohner der Region heraus und unterstreicht die Bedeutung von B/Ordering-Prozessen als Grundbedingung für die Einbeziehung grenzüberschreitender Praktiken und Raumkonzeptionen in

Identitätskonstruktionen¹¹. Vincent Goulet (CREM, Université de Lorraine) und Bénédicte Toullec (CRAPE, Université de Rennes 1) schlagen in ihrem Beitrag einen explorativen Methodentransfer vor: Kann das Bourdieusche Konzept des „journalistischen Feldes“ mit seinen spezifischen Machtverhältnissen und Wirkungszusammenhängen auf einen grenzüberschreitenden Raum wie die Großregion angewandt werden? Die Antwort fällt zwar weitgehend negativ aus; das Experiment zeigt jedoch, dass dieses Prozedere die Hindernisse und Barrieren in der grenzüberschreitenden Medienkommunikation besonders deutlich hervortreten lässt. Marlis Prinzing (Macromedia Hochschule – Köln) und Roger Blum (Universität Bern) stellen diese Hürden ins Zentrum ihrer Erhebung. An Beispielen aus den Regionen Aachen-Maastricht-Liège und Freiburg-Strasbourg-Mulhouse-Basel analysieren sie die journalistische Praxis der regionalen Presse und arbeiten so die Bedingungen, aber auch die Grenzen interregionaler Medienarbeit heraus.

Der Schwerpunkt der Beiträge im zweiten Teil des Buches liegt auf der Situation in der Großregion SaarLorLux. Der Journalist und Geograph Patrick Wiermer (Saarbrücken) verfolgt in seiner Studie zu grenzüberschreitenden medialen Informationsströmen in den Tageszeitungen aus allen Teilen der Großregion den Ansatz der Nachrichtengeographie. Die Auswertung eines Korpus von über 15 000 Artikeln zeigt, dass die Region als ein in periphere und zentrale Räume zerteiltes Gebiet wahrgenommen wird, dessen Geographie je nach Standort und Medium stark variieren kann. Am Beispiel der Berichterstattung über den interregionalen Gewerkschaftsrat SaarLorLux-Trier/Westpfalz analysiert Julia Frisch (Universität des Saarlandes), welche Medienaufmerksamkeit eine dezidiert interregional und grenzüberschreitend wirkende Institution auf ihrem Territorium erzielt. Sie zeigt mediale Asymmetrien in der Berichterstattung der Medien der Großregion auf, für die neben internen Strukturen der Organisation auch nationale Unterschiede in der Rolle und Funktion von Gewerkschaften ebenso wie medienbezogene Faktoren Erklärungsansätze bieten. Auch der Aufsatz von Delphine Buzy-Christmann (Université de Lorraine) setzt an grenzüberschreitenden Strukturen und deren Rolle in der interregionalen Medienlandschaft an. Die Einbeziehung der Großregion in Luxemburgs Kulturhauptstadt Europas-Konzept 2007 führte zu einem beispiellosen Austausch an Kulturinformationen über Grenzen hinweg. Buzy-Christmanns Studie über die Nachfolgeorganisation fragt nach den Bedingungen und Herausforderungen für eine Verstetigung eines

¹¹ Der Beitrag von Christian Wille liegt auch in französischer Übersetzung vor, um den deutsch-französischen Methoden- und Begriffstransfer zu erleichtern.

solchen Austauschs nach Ablauf des Veranstaltungsjahres und Abklingen des Ereignischarakters der Kulturhauptstadt.

Der abschließende Teil des Bandes ist in erster Linie übergreifenden und methodischen Fragestellungen gewidmet und diskutiert Fragen des *Interkulturellen Begriffs- und Methodentransfers und deutsch-französischen Medienvergleichs*. Michael Meyen (LMU München) zeichnet die schwierige Rezeption von Bourdieus Feldbegriff in der deutschen Journalismusforschung nach und zeigt anhand einer eigenen empirischen Untersuchung des Journalismus in Deutschland Anwendungsperspektiven auf, die das produktive Potenzial des interkulturellen Austauschs und Transfers von Konzepten und Methoden eindrucksvoll unterstreichen.¹² Die Unterschiede zwischen deutschen und französischen Journalismuskulturen stehen im Zentrum des Beitrags von Valérie Robert (Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3). Die Germanistin analysiert am Beispiel der Affären um den ehemaligen Bundespräsidenten Wulff in Deutschland und um den als Woerth-Bettencourt-Affäre betitelten Parteispendenskandal in Frankreich die Berichterstattung und das journalistische Selbstverständnis in beiden Ländern. Ihre differenzierte Untersuchung zeigt Perspektiven auf, die auch für das Verständnis der Barrieren in der interregionalen Medienkommunikation in Grensräumen mögliche Erklärungsansätze bieten. Martin Baloge (Université de Paris 1) schließlich setzt ebenfalls auf der Ebene des deutsch-französischen Vergleichs an. In seinem Text hinterfragt er die Leistungsfähigkeit und die Grenzen des Vergleichs als Methode zur Erforschung der Medienkommunikation im deutsch-französischen und grenzüberschreitenden Kontext. Er unterstreicht die Notwendigkeit, auch die individuellen Interessen der beteiligten Akteure miteinzubeziehen, und skizziert auf dieser Basis die methodischen Voraussetzungen dafür, mit Hilfe des Vergleichs den transnationalen Austausch von Informationen zu verstehen.

Der Band schlägt so einen Bogen von übergeordneten Fragestellungen zum Verhältnis von Medien und Raum in Europa über die Situation in der Großregion hin zur Diskussion theoretischer Überlegungen zum Vergleich und Methodentransfer im deutsch-französischen Kontext.

¹² Der Text von Michael Meyen liegt auch in französischer Übersetzung vor, um die Rezeption des Methodentransfers der Bourdieuschen Konzepte und Methoden und die Überprüfung ihrer Tragweite im deutschen Kontext durch die französische wissenschaftliche Fachgemeinschaft zu erleichtern.

Bibliographie

- Belkacem R., Pigeron-Piroth I., 2013, *Le travail frontalier au sein de la Grande Région Saar-Lor-Lux*, Nancy, PUN – Editions universitaires de Lorraine.
- Clément F., 2010, « La construction sociale du territoire de la Grande Région : une confusion entre les concepts de collaboration et d'intégration », S. 29-42 , in: Crenn G. / Deshayes J.-L., Hg., *La construction des territoires en Europe, Luxembourg et Grande Région : avis de recherche*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.
- Crenn G., Deshayes J.-L., Hg., 2010, *La construction des territoires en Europe, Luxembourg et Grande Région : avis de recherche*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.
- ESPON, 2010, *METROBORDER, Grenzüberschreitende polyzentrische Metropolregionen. Zielgerichtete Analysen 2013/2/3. Abschlussbericht 31/12/2010.*
http://www.dat.public.lu/publications/documents/metroborder/metroborder_final_report_de.pdf
- Kmec S., 2010, « Les constructions discursives de la Grande Région », S. 43-62, in: Crenn G., Deshayes J.-L., Hg., *La construction des territoires en Europe, Luxembourg et Grande Région : avis de recherche*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.
- Wille Ch., 2012, *Grenzgänger und Räume der Grenze. Raumkonstruktionen in der Großregion SaarLorLux*, Luxemburg-Studien / Études luxembourgeoises, Bd. 1, Frankfurt/M., Peter Lang.

VINCENT GOULET
Université de Lorraine, CREM

CHRISTOPH VATTER
Universität des Saarlandes

Introduction – La production et la circulation des informations médiatiques entre logiques nationales, transfrontalière et européenne

« L'Europe des peuples », on le sait, peine à se construire. Alors que l'intégration économique et monétaire est désormais très avancée au sein de l'Union, les interactions entre habitants des différents pays européens, les pratiques culturelles communes, le sentiment d'appartenir à une même société politique restent faibles. Quelques indicateurs le montrent, comme le fort taux d'abstention aux élections européennes¹, la faible mobilité professionnelle à l'intérieur de l'Europe², une mobilité étudiante qui marque le pas³, ou encore le recul de la connaissance des langues étrangères européennes, à l'exception de l'espagnol et de l'anglais, cette dernière étant confirmée dans son statut de langue véhiculaire internationale.

Dans son ouvrage classique, *Imagined Communities*, Benedict Anderson (1983) a montré combien les médias étaient un vecteur de la construction de l'identité nationale. Or, malgré la dématérialisation croissante des informations et la densification des réseaux de communication, de nombreux obstacles empêchent la constitution d'un « espace public médiatique » à l'échelle européenne : des barrières culturelles et linguistiques, mais aussi des logiques économiques et sociales, tendent à restreindre la circulation des informations

¹ Un taux d'abstention moyen de 57 % en 2009 pour les 27 pays de l'Union.

² Le nombre de citoyens qui vivent et travaillent dans l'Union dans un État autre que le leur plafonne à 2 %, un chiffre qui stagne en dépit des efforts de l'Eures ("EUROpean Employment Services", le service de la Commission européenne créé en 1993 pour faciliter la mobilité professionnelle en Europe).

³ Les échanges Erasmus sont en baisse ou stagnent chez les plus anciens États membres de l'Union européenne comme la France. Sur les 31 millions d'étudiants européens, seuls 550 000 d'entre eux étudient chaque année à l'étranger, un chiffre en-deçà des objectifs fixés par le « processus de Bologne ».

dans des cadres nationaux. La volonté politique semble également faire défaut, les institutions européennes ayant renoncé à promouvoir une « identité européenne » par le biais de médias transnationaux européens, se contentant de recommander une plus large couverture des questions communautaires dans les médias nationaux⁴.

Peinant à organiser la rencontre, directe ou médiatisée, entre les différentes populations européennes dans leur ensemble, les institutions européennes ont depuis 1989 encouragé les coopérations transnationales sur les régions frontalières internes. Le programme Interreg, financé par le FEDER à hauteur de 7,7 milliards d'Euros pour la période 2007-2013, est l'instrument le plus connu de cette politique. Stimulées par la construction européenne et l'affaiblissement progressif des barrières étatiques, conscientes de se développer économiquement sur de nouvelles échelles territoriales, encouragées par la perspective de bénéficier du financement de ces fonds structurels, plus d'une centaine d'« EuroRégions » ou « Euregios » se sont progressivement constituées⁵ et se définissent comme des territoires privilégiés où se « construit l'Europe ». Parmi ces régions frontalières, la « Grande Région » est l'une des plus étendues. Elle comprend un Etat (le Grand-Duché du Luxembourg), une région française (la Lorraine), deux *Länder* allemands (la Sarre et la Rhénanie-Palatinat), une région belge (la Wallonie avec ses deux communautés linguistiques, française et germanophone) et se proclame souvent comme le « laboratoire de l'Europe », une sorte d'« Europe en miniature », de 11 millions de personnes au carrefour de ses zones germanique et romane. Ce qui est effectivement vécu est bien sûr plus complexe et nuancée. L'objet transfrontalier pose aux chercheurs de nombreuses difficultés : en révélant un jeu d'échelles combinant les niveaux micro – l'espace local des communes et communautés d'agglomérations –, méso – l'espace régional et inter-régional – et macro – l'espace national et européen –, il multiplie les niveaux d'appréhension tout aussi bien géographiques que thématiques. Malgré les discours officiels, les frontières restent vivaces et multiples, parfois visibles (frontières étatiques, administratives, linguistiques), parfois moins perceptibles (frontières sociales, culturelles, mentales) (Deshayes, Francfort, 2010), tandis que se multiplient les instances de coopérations transfrontalières plus ou moins imbriquées. Dans l'espace qui nous préoccupe, on compte deux réseaux de villes, QuattroPole⁶ et Tonicités⁷, une association, l'EuRegio

⁴ Voir le chapitre de Christian Lamour dans ce livre.

⁵ L'Association des Régions Frontalières Européennes les répertorie sur son site internet : http://www.aebr.eu/fr/membres/liste/liste_des_regions.php [01.10.2013].

⁶ Luxembourg – Metz – Saarbrücken – Trier.

SaarLorluxRhin⁸, deux groupements européens de coopération territoriale de tailles très différentes, l'eurodistrict Sarre-Moselle⁹ et le programme Interreg Grande Région.

Malgré cette complexité institutionnelle qui contribue à une faible lisibilité d'un espace transfrontalier par ailleurs mal défini, les entités engagées dans la coopération transfrontalière cherchent à le présenter comme le plus homogène possible, ou du moins destiné à une forte intégration économique, politique et culturelle. La dimension identitaire commune est fortement mise en avant dans les discours, parfois en s'appuyant sur une relecture historique qui valorise un « passé partagé » comme la « Lotharingie » ou la *Francia Media* (Kmec, 2010). Les effets encore puissants des frontières, tout comme les recompositions ou les changements de nature de celles-ci, sont sous-évalués, voire parfois niés, ou pour le moins masqués par des discours qui oscillent entre intégration et coopération (Clément, 2010 ; Kmec, 2010). On peut se demander si le « transfrontalier » n'est pas ainsi devenu un concept qui a progressivement perdu ce statut de qualificatif pour être substantivé, renvoyant à une entité toute aussi floue que la frontière sur laquelle il repose.

Si l'on réduit la Grande Région à son « noyau fonctionnel »¹⁰, c'est-à-dire le territoire où les frontières nationales sont tout aussi perceptibles que les incitations à les franchir, on peut néanmoins dégager un substrat commun qui consiste en des échanges concrets de biens et de personnes entre régions, ou pour reprendre un vocabulaire marxiste, une *Basis*, une infrastructure, c'est-à-dire des rapports sociaux et économiques « matériels », qui peuvent être au fondement d'un *Überbau*, une superstructure politique et idéologique, un ensemble d'institutions et de croyances dans lequel les médias tiendraient tout leur rôle.

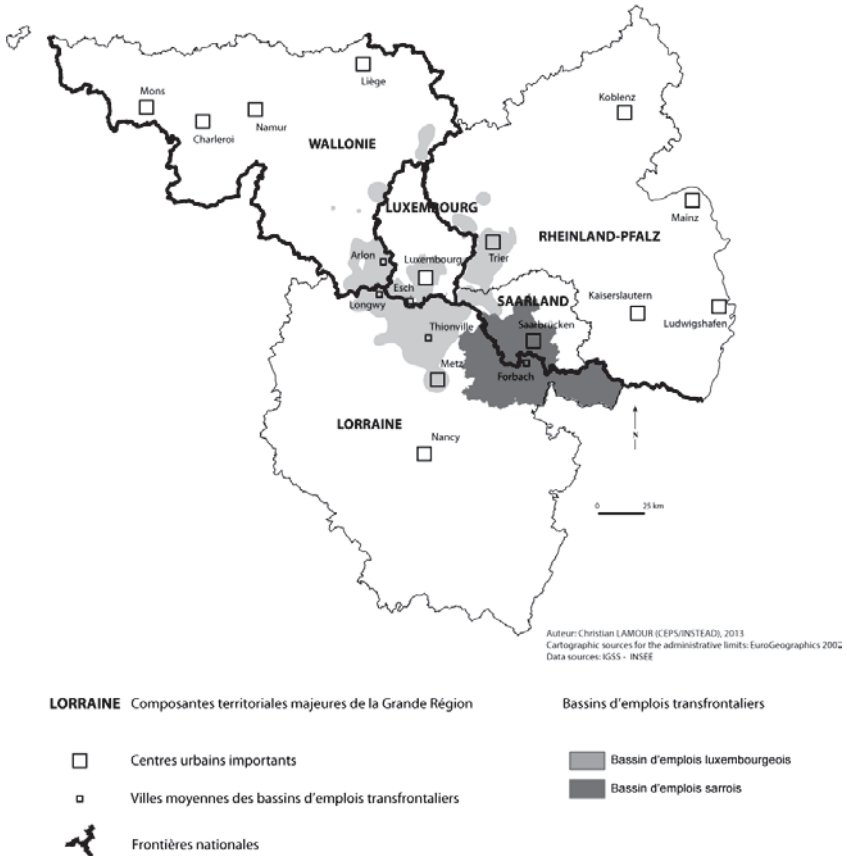
⁷ Luxembourg – Esch-Sur-Alzette – Longwy – Arlon – Metz – Thionville.

⁸ Association de droit luxembourgeois qui regroupe 80 communes ou collectivités françaises, belges, luxembourgeoises et allemandes.

⁹ Il regroupe la Communauté urbaine de Sarrebruck, les deux communautés d'agglomérations de Forbach et de Sarreguemines ainsi que cinq communautés de communes françaises voisines, soit environ 600 000 personnes.

¹⁰ Dans la pratique, et pour les acteurs les plus engagés dans la coopération transfrontalière, la Grande Région se limite à son noyau, également appelé la Grande Région fonctionnelle (ESPON, 2010 : 73), c'est-à-dire l'espace qui recouvre approximativement la Moselle, l'arrondissement de Briey en Meurthe-et-Moselle, la province du Luxembourg belge, les cantons germanophones de l'est de la Belgique, le Grand-Duché du Luxembourg, la Sarre et la région de Trèves, soit 3,5 millions de personnes sur environ 22 000 km².

Illustration 1 : La Grande Région institutionnelle et fonctionnelle.



Les phénomènes qui donnent une consistance à cette *Basis* sont le marché de l'emploi (avec plus de 200 000 travailleurs frontaliers qui ont une activité professionnelle dans un autre pays que celui où ils habitent) (Wille, 2012 ; Belkacem, Pigeron-Piroth, 2013), un marché des biens de consommation et des pratiques culturelles et touristiques partiellement transfrontalières. C'est dans ce cadre, sans présupposer de la nature des coopérations transfrontalières ni, encore moins, de la réalité de cette construction identitaire transfrontalière, que le Programme de Formation et Recherche « Infotransfront » s'est donné pour objet de comprendre les modes de circulation transfrontalière

des informations, c'est-à-dire les conditions culturelles, économiques, politiques et sociales du franchissement des frontières par les nouvelles médiatiques. Ce programme interdisciplinaire et international, initié en 2010 dans le cadre de la Maison des Sciences de l'Homme de Lorraine, a commencé par faire un « état de l'art » des travaux ayant déjà traité des « eurorégions » et de la Grande Région pour ensuite contribuer à la circulation des concepts et méthodes entre les cultures scientifiques germaniques et francophones. Au-delà de la synthèse « grand-régionale », notre intention a donc été de situer la question des médias dans un contexte européen, d'esquisser quelques problématiques et de questionner les approches comparatistes, en particulier franco-allemandes.

Ces objectifs se reflètent dans la diversité des auteurs de ce recueil, venus de France, d'Allemagne, du Luxembourg ou de la Suisse. Certains textes sont disponibles en allemand et en français de façon à favoriser le dialogue scientifique et la discussion des méthodes et concepts, comme celui du « B/ordering » (van Houtum) ou de « champ journalistique » (Bourdieu), dans d'autres contextes scientifiques et culturels.

A propos des contributions de ce livre

Ce volume comporte trois parties. Sous le titre *Espaces transfrontaliers, champs journalistiques et barrières linguistiques*, la première réunit des textes sur les relations entre médias, espaces et identités, et abordent les obstacles à une circulation transfrontalière des informations. Christian Lamour (CEPS, Esch-Belval) interroge les relations entre les médias et leurs territoires, avec en toile de fond la constitution d'un espace public médiatique européen. A partir des exemples de Bruxelles et de Luxembourg, il esquisse la constitution d'un champ journalistique dans un contexte international et transfrontalier. Christian Wille (IPSE, Université du Luxembourg) pose la question de la possibilité d'une identité transfrontalière sur la base d'une enquête empirique réalisée auprès de travailleurs frontaliers et d'habitants du Luxembourg. Il montre que les frontières ont une fonction constitutive des identités pour les habitants de cette région. Les processus de « B/ordering » doivent impérativement être pris en compte dans les constructions identitaires au niveau des pratiques transfrontalières et des conceptions de l'espace. Vincent Goulet (CREM, Université de Lorraine) et Bénédicte Toullec (CRAPE, Université de Rennes 1) proposent une contribution exploratoire à partir d'un « transfert méthodologique » : le concept bourdieusien de « champ journalistique », avec ses relations de pouvoir et d'influence spécifiques à un cadre national, peut-il être utilisé pour décrire et expliquer un espace transfrontalier

comme celui de la Grande Région ? Bien que la réponse soit négative, la tentative permet de bien identifier les obstacles et barrières à une communication médiatique transfrontalière. Marlis Prinzing (Université Macromedia à Cologne) et Roger Blum (Université de Bern) mettent ces barrières au cœur de leur propos. En s'appuyant sur l'exemple des régions « Aachen-Maastricht-Liège » et « Freiburg-Strasbourg-Mulhouse-Basel », ils analysent les pratiques journalistiques dans la presse régionale mais aussi les conditions du travail médiatique au niveau inter-régional.

Les textes de la deuxième partie du livre se focalisent sur la situation de la Grande Région SaarLorLux. Patrick Wiermer (journaliste et géographe à Sarrebruck) étudie la circulation transfrontalière des informations dans les journaux quotidiens du point de vue de la géographie des médias. L'exploitation d'un corpus de plus de 15 000 articles montre que la région est divisée entre un centre et une périphérie, dont les contours peuvent fortement varier selon les thématiques et les médias. A partir de la couverture médiatique du conseil syndical inter-régional des salariés de SaarLorLux-Trier/Westpfalz, Julia Frisch (Université de la Sarre) étudie comment une institution transfrontalière et inter-régionale bien implantée parvient (ou non) à attirer l'attention des médias. Elle montre des asymétries dans la couverture médiatique de la Grande Région, qui s'expliquent par la structuration interne de cette organisation et des différences nationales concernant le rôle des syndicats, mais aussi par des facteurs propres aux différents médias.

Le texte de Delphine Buzy-Christmann (Université de Lorraine) aborde également les structures transfrontalières et leur rôle dans le paysage médiatique transfrontalier. L'implication de la Grande Région dans la manifestation « Luxembourg et Grande Région Capitale Européenne de la Culture 2007 » a conduit à un échange sans précédent d'informations culturelles par-delà les frontières. En étudiant les suites de cette organisation, Delphine Buzy-Christmann interroge les conditions et les enjeux d'une stabilisation d'un tel échange une fois la manifestation terminée et une fois retombé le caractère événementiel de la capitale culturelle.

La dernière partie du volume est principalement dédiée aux questions méthodologiques et discute les transferts culturels des concepts et méthodes comme les conditions de comparaisons entre médias français et allemands. Michael Meyen (Université de Munich) constate la difficile réception du concept bourdieusien de « champ » dans la recherche allemande sur le journalisme. À l'aide d'une étude empirique originale du champ journalistique allemand, il montre le potentiel heuristique de la circulation internationale des concepts et méthodes (ce texte a été traduit en français pour faciliter la connaissance par les Français de ce transfert dans l'espace scientifique allemand).

Les différences entre les cultures journalistiques allemandes et françaises sont au centre de la contribution de Valérie Robert (Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3). La germaniste analyse à travers l’affaire de l’ancien président Wulff en Allemagne et l’affaire Woerth-Bettencourt en France les modes de production des informations et les représentations du rôle des journalistes dans les deux pays. Sa recherche contrastive ouvre des perspectives qui permettent de mieux comprendre les barrières de la communication médiatique dans un espace frontalier inter-régional. Martin Baloge (Université de Paris 1) se situe également au niveau de la comparaison franco-allemande. Il s’interroge sur les potentialités et les limites de la comparaison comme méthode de recherche sur la communication médiatique dans un contexte frontalier et franco-allemand. Il souligne la nécessité de prendre également en compte les intérêts particuliers des acteurs des transferts scientifiques, et esquisse sur cette base les préalables méthodologiques qui peuvent permettre de mieux effectuer des comparaisons au sujets des échanges transnationaux d’informations.

Cet ouvrage tente ainsi de contribuer à toute une série de questionnements en partant de celles des relations entre espace et médias en Europe, en passant par la situation particulière de la Grande Région, pour finalement discuter des conditions de comparaison et de transferts de méthodes scientifiques dans un contexte franco-allemand.

Références

- Belkacem R., Pigeron-Piroth I., 2013, *Le travail frontalier au sein de la Grande Région Saar-Lor-Lux*, Nancy, PUN – Editions universitaires de Lorraine.
- Clément F., 2010, « La construction sociale du territoire de la Grande Région : une confusion entre les concepts de collaboration et d’intégration », pp. 29-42, in: Crenn G. / Deshayes J.-L., eds, *La construction des territoires en Europe, Luxembourg et Grande Région : avis de recherche*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.
- Crenn G., Deshayes J.-L., eds, 2010, *La construction des territoires en Europe, Luxembourg et Grande Région : avis de recherche*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.

- ESPON, 2010, METROBORDER, Région métropolitaine polycentrique transfrontalière. Rapport final 31/12/2010. http://www.dat.public.lu/publications/documents/metroborder/metroborder_final_report_fr.pdf [01.10.2013].
- Kmec S., 2010, « Les constructions discursives de la Grande Région », pp. 43-62, in: Crenn G., Deshayes J.-L., éd., *La construction des territoires en Europe, Luxembourg et Grande Région : avis de recherche*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.
- Wille Ch., 2012, *Grenzgänger und Räume der Grenze. Raumkonstruktionen in der Großregion SaarLorLux*, Luxemburg-Studien / Études luxembourgeoises, Bd. 1, Frankfurt/M., Peter Lang.

Remerciements / Danksagung

La publication de ce volume n'aurait pas été possible sans le CIERA (Centre interdisciplinaire d'études et de recherches sur l'Allemagne) qui a soutenu le programme de formation recherche Infotransfront dès son origine. Le CREM (Centre de Recherche sur les médiations), la Maison des Sciences de l'Homme – Lorraine, ainsi que les Universités de Lorraine et de la Sarre ont permis le développement de ce PFR et la parution de ce livre. Nous remercions particulièrement Nathalie Faure, Emmanuelle Simon, Sandrine D'Alimonte, Alain Muller, Aude Meziani et Marie l'Etang pour leur aide et engagement constant.

L'Université Franco-Allemande a largement soutenu l'organisation des ateliers avec les chercheurs, jeunes chercheurs et doctorants qui ont irrigué la réflexion. Nous avons également bénéficié du soutien du réseau de ville Quattropole et du Conseil régional de Lorraine.

Merci aux auteurs des textes de ce recueil, qui ont bien voulu faire un travail en commun constructif, de même qu'à tous les participants du programme Infotransfront qui ont contribué par leurs discussions, leurs critiques et leurs commentaires à la réalisation de cet ouvrage.

Nous adressons enfin un merci particulier à Sophie Salin, qui a pris en charge une grande part des traductions vers le français, et à Laetitia Le Couëdic et Daniel Werner qui, à la MSH Lorraine et à l'Université de la Sarre ont édité et réalisé la maquette du livre.

Die Veröffentlichung dieses Bandes wäre nicht ohne die engagierte Unterstützung zahlreicher Institutionen möglich gewesen. Neben dem CIERA (Centre interdisciplinaire d'études et de recherches sur l'Allemagne), der die Arbeit des Lehr- und Forschungsprogramms von Beginn an unterstützt hat, haben das CREM (Centre de Recherche sur les médiations), die Maison des Sciences de l'Homme – Lorraine, sowie die Universität de Lorraine und die Universität des Saarlandes die Weiterentwicklung von Infotransfront ermöglicht. Insbesondere danken wir Nathalie Faure, Emmanuelle Simon, Sandrine D'Alimonte, Alain Muller, Aude Meziani und Marie l'Etang für ihre durchgehende Hilfe und ihr Engagement.

Dank der großzügigen Unterstützung für die Organisation und Durchführung deutsch-französischer Forschungsateliers mit Forschern, Nachwuchswissenschaftlern und Doktoranden aus Deutschland und Frankreich durch die Deutsch-Französische Hochschule erhielt unsere Reflexion wichtige Impulse.

Außerdem förderten das Städtenetzwerk Quattropole und der Conseil régional de Lorraine die Arbeit von Infotransfront.

Den Autorinnen und Autoren der Aufsätze möchten wir für die gute und konstruktive Zusammenarbeit danken; aber auch alle andere Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Tagungen sowie die anderen Mitglieder von Infotransfront haben durch die engagierten und kritischen Gespräche, Diskussionen und Kommentare erheblich zu diesem Buch beigetragen.

Ein besonderer Dank gilt außerdem Sophie Salin für ihre engagierte Mitarbeit und die Übersetzung der Beiträge ins Französische sowie Laetitia Le Couëdic und Daniel Werner für die redaktionelle Bearbeitung des Bandes.

Metz / Saarbrücken, Dezember 2013

Vincent Goulet, Christoph Vatter

**I. Espaces transfrontaliers, champs
journalistiques et barrières linguistiques**

***I. Grenzräume, journalistische Felder
und Sprachbarrieren***

CHRISTIAN LAMOUR
Luxembourg, CEPS/INSTEAD

Champ journalistique et territorialité : Bruxelles/Luxembourg et « l'Europe Sans Frontières »

Introduction

Les relations entre la production journalistique et la construction territoriale sont relativement peu étudiées. La géographie des médias a donné lieu à un nombre restreint de travaux académiques (Burgess, Gold, 1985 ; Stöber, 2006 ; Adams, 2009) bien que les médias et les territoires aient un destin croisé. La production de l'information, la mise en lumière événementielle du monde et ses usages, sont profondément orientés par des structures matérielles et des horizons d'attente de publics s'inscrivant dans un cadre géographique donné : le territoire. Ce dernier conditionne la communication mass-médiatique, tout en étant lui-même marqué par des transformations internes que les médias révèlent et accompagnent. Les liens forts unissant les médias et le territoire peuvent être approchés à travers le concept de « champ » conçu à la fois comme un espace de force, mais également comme une portion du corps social (microcosme) au sein de communauté élargie (macrocosme) permettant la définition d'un ordre social (Bonnwitz, 2002 : 53 ; Champagne, Christin, 2004 : 160). Cet espace de force a une dimension territoriale, les individus et groupes sociaux qui le composent ayant un ancrage spatial donné.

Le champ est un mode de compréhension de l'organisation des relations de pouvoir et de domination ; relations qui se sont structurées progressivement, au fil de l'histoire, au sein de domaines relativement autonomisés comme par exemple la politique, le journalisme et l'économie. Selon ce concept, chaque ensemble est l'objet de conflits pour l'acquisition du capital légitimant des positions sommitales et directionnelles. Par ailleurs, des stratégies et des interdépendances peuvent exister entre des agents situés dans des domaines différents (Bourdieu, 1994 : 6 ; Champagne, 2005 : 50). Ces interactions ont pour but de stabiliser ou de renverser des acteurs produisant la norme structurelle acceptée par tous à un moment T dans chaque champ (Bourdieu, 1984 : 115 ; Champagne, Marchetti, 1994 : 45 ; Marchetti, 2000 : 31).

Les tensions et des accords entre les agents ne se construisent pas hors-sol. Les acteurs du journalisme, de la politique et de l'économie établissent des relations de pouvoir. Les logiques d'organisation de l'espace social sont liées à celles de régulation spatiale, c'est-à-dire la territorialité (Sack, 1986 : 5). Cependant, quelles sont les mutations à l'œuvre entre champ et territoire dans une Europe en construction depuis près d'un demi-siècle ? Le partage de souveraineté porté par les élites politiques et conduisant à un changement d'échelle du contrôle de l'espace dans l'UE est-il un élément transformant fondamentalement la dynamique champ journalistique/espace ? Après une présentation des relations entre l'organisation du milieu journalistique et le cadre territorial étatique, les mutations spatiales du journalisme en Europe seront abordées à partir de deux capitales européennes : Bruxelles et Luxembourg. La première est abordée comme un microcosme dont les engagements peuvent impacter l'entièreté de l'Union alors que la seconde est considérée comme un milieu donnant potentiellement vie à un champ métropolitain et transfrontalier.

Journalisme et territoire : le *mainstream* étatique

Les journalistes ont à leur disposition des sources informationnelles en croissance exponentielle, notamment avec le développement de la sphère Internet. Par ailleurs, les médias, et plus particulièrement ceux présents en ligne, se trouvent face à la nécessité d'un rafraîchissement permanent de ce qui fait l'actualité. Il y a donc, à la fois, une compression spatiale du monde due à l'augmentation du stock de données accessibles et une réduction du cycle temporel de l'événement. Cependant, la mise en connexion planétaire au temps numérique ne conduit pas à une uniformisation des contenus médiatiques. Il y a un élargissement géographique du spectre du savoir, mais on observe un cloisonnement spatial durable du « rendu visible » par les médias. Cette sélection s'appuie sur une histoire longue des États déterminant la médiatisation différenciée des espaces à partir de pôles de production et à l'intention de bassins de lecteurs et de récepteurs localisés.

Le cloisonnement national du champ journalistique : frontières et architecture spatiale des microcosmes

Étant donné une réduction des espace-temps grâce aux TIC au cours des trois dernières décennies, on aurait pu penser que le milieu journalistique cherche à recomposer ses réseaux déterminants à l'échelle mondiale afin de globaliser la profession et de structurer des procédures de domination

s'affranchissant des territoires nationaux originels. Il n'en est rien. Les acteurs du journalisme contemporain restent le produit des États-nations ayant encadré non seulement l'identité collective culturelle des publics, mais également celle du milieu journalistique *via* notamment les systèmes de formation. Certes, il y a bien une migration de la classe économique dominante à l'échelle mondiale d'un pôle métropolitain à l'autre (Beaverstock, 2002 : 60 ; Faulconbridge et al., 2009 : 801), mais l'État, aux frontières spatiales clairement identifiées, reste le territoire de production des élites dans lesquelles vont se situer les journalistes. Il produit les institutions à partir desquelles émergent des acteurs décisionnels finalement peu mobiles au-delà des frontières de leur État d'origine et fermant l'accès des postes dominants aux étrangers ne partageant pas leurs attributs culturels (Paasi, 1999 : 84 ; Hartmann, 2010 : 315 ; 2011 : 13). La migration internationale correspond à un temps professionnel dont la prolongation peut signifier une impossibilité d'occuper les positions dominantes dans les organisations nationales, lesquelles demandent une stabilisation dans les lieux directionnels (Tarius, Misraoui, 2000 : 57).

Les champs journalistiques apparaissent être avant tout structurés d'après des cadres nationaux (Benson, Neveu, 2005 : 11). Les interactions internes majeures et celles développées avec le monde économique et politique se tiennent en grande partie à l'intérieur du linéaire étatique. La mondialisation du champ journalistique passe d'abord par une transformation structurelle de la profession au sein des États, c'est-à-dire une augmentation forte du nombre de journalistes aux conditions professionnelles moins bonnes aujourd'hui qu'hier et un accroissement du capital économique comme valeur axiale du champ conduisant à un regard plus ludique et sensationnel de l'actualité. Indice de cette fermeture des champs journalistiques sur eux-mêmes, la plupart des travaux de recherche réalisée s'organise à partir d'exemples nationaux (Aldridge, 2003 ; Charon, Mercier, 2003 ; Grévisse, 2003 ; Neveu, 2009 ; Rieffel, 2003).

La comparaison effectuée par Benson (2004, 2005) entre les journalismes français et états-uniens montre combien l'histoire de cette profession se structure à partir de lieux stables en deçà des limites étatiques. Le champ journalistique français s'appuie sur un contexte historique ayant privilégié Paris comme centre névralgique de l'État-nation à partir de la Révolution française. Le centralisme de l'État français axé sur sa capitale politique a fait de cette ville un lieu particulier où se sont développées les normes du métier journalistique pour l'ensemble du territoire national. Cette capitale est le support spatial du microcosme composé d'acteurs en compétition pour occuper les positions les plus hautes de la profession. Elle est, par ailleurs, le cadre de

« liaisons dangereuses » entre média et politique qui datent également de la construction de l'État national. L'histoire de la presse américaine contemporaine s'appuie également sur la ville, mais sur une logique de confrontation avec la sphère politique urbaine à la fin du XIX^e siècle. Par ailleurs, le microcosme d'outre-Atlantique est réparti d'une manière plus équilibrée sur une série de centres urbains. De fait, la compétition au sein du champ journalistique américain, sensiblement polycentrique, n'est pas comparable à celle se construisant dans l'espace français. Les frontières des États-nations constituent non seulement les limites de passage d'une architecture journalistique à l'autre, mais également un sas important à partir duquel sont distinguées l'information de la communauté et celle relative de son environnement périphérique étant donné une approche sédentarisée du public.

La sédentarisation du public à l'intérieur de frontières imaginées : une auto-régulation disciplinaire ?

L'existence du journalisme, quand bien même les tensions principales s'organisent dans leur milieu spécifique, requière la présence d'un public. Il faut une audience réceptrice disposant de certaines compétences cognitives et culturelles et des « horizons d'attente » (Jauss, 1978 : 45) informationnels communs pour qu'un message soit produit, diffusé et reçu (Becker, 2007 : 35). L'événement médiatisé doit être attendu pour être intelligible (Bougnoux, 2000 : 78) et le milieu journalistique établit un « contrat de lecture » (Véron, 1988 : 15) avec un public qu'il structure en collectif vendu comme consommateurs potentiels à des annonceurs dans un espace de chalandise donné (Picard, 1989 : 19). Les conditions spatiales dans la production et la réception de l'information sont structurantes. Tout d'abord, le public-cible des médias a généralement un positionnement géographique stabilisé au sein de territoires institutionnels. Ainsi, la presse quotidienne nationale s'adresse à un lectorat situé à l'échelle des États. Le choix des informations et l'angle d'approche des nouvelles s'appuient sur ce cadre géographique donné et clos. La représentation médiatique, dont la fonction sociale consiste à déterminer les normes et les valeurs partagées du groupe dans le temps (Carey, 1989 : 18 ; Charaudeau, 1997 : 111), participe à la structuration de « communautés imaginées » (Anderson, 1983 : 19) limitées par une série de frontières mentales épousant le cadre institutionnel de l'État-nation. Les processus récurrents de production et de réception sont en correspondance avec une « gouvernementalité » étatique favorisant ce que Michel Foucault (1975 ; 2004) nomme un encadrement disciplinaire de la société au sein d'un espace clos ; un encadrement définit à travers des techniques indirectes de contrôle qui

induisent une autorégulation collective et individuelle au quotidien ; dans le cas présent, l'accomplissement de routines journalistiques et de lecture au sein d'un système normé permettant des écarts de conduites limités. Ainsi, les journalistes structurent leur discours en grande partie sur la base de sources bureaucratiques avec lesquelles ils ont développé des relations de confiance (Siracusa, 2001 : 71). Les récepteurs, quant à eux, développent une série de comportements plus ou moins en phase avec une « lecture prescrite » de l'actualité en fonction du contexte socio-spatial (Morley, 1992). Le territoire borné, en tant qu'espace de représentation idéal qui passe notamment par les médias devient donc un marqueur de pouvoirs et d'idéologies d'encadrement (Raffestin, 1986 : 94).

Le focus des informations sur l'espace de localisation des producteurs et des récepteurs des médias, la recherche de proximité et le marquage d'un dedans et d'un dehors (nouvelles du territoire/nouvelles de l'étranger) soulignent la présence de valeurs et normes spatialisées (Charaudeau, 1997 : 111 ; 2005 : 109). L'information relative à des lieux situés au-delà de l'espace d'ancrage de la communauté médiatique « institutions politiques-journalistes-lecteurs-marchands » est, elle aussi, hiérarchisée en fonction de la plus ou moins proximité imaginée entre un « nous » et les « autres » et l'interrelation entre plusieurs champs du pouvoir étatique. Un regard sur les pages étrangères des presses nationales en Europe tend à montrer que cette actualité s'appuie en très grande partie sur celle des pays voisins et plus particulièrement celle des grands États dominant l'Union Européenne. Inversement, la presse nord-américaine va davantage se focaliser sur les informations étrangères situées au-delà de la frontières États-Unis/Canada. Les médias occidentaux traitent les pays en voie de développement comme des espaces très périphériques d'où viennent traditionnellement des informations négatives (Gasher, 2007 : 306).

Le passage à l'ère numérique ne change pas fondamentalement le compartimentage des publics médiatiques et du milieu journalistique. Des recherches ont montré que la cyberpresse perpétue la représentation des lieux et des contenus mis en lumière dans la presse papier (Gasher, Klein, 2008 : 207 ; Gasher, 2009 : 112). La presse en ligne en Europe ne génère guère de contenus différents de ceux de la presse papier (Van der Wurff, 2005 : 278). Cela tendrait à montrer que le public cible des médias en ligne n'est pas différent de celui des médias traditionnels que sont la télévision, la radio ou encore la presse imprimée et ce, quand bien même, une partie croissante du cyber public peut se trouver hors de l'État de production de cette presse, comme c'est le cas par exemple pour le *Guardian* (« Back to the coffee House », *The Economist*, 07/07/11 : 11). Internet n'est pas un outil instituant une

déterritorialisation, mais du « territoire augmenté » (Musso, 2008 : 10), c'est-à-dire une plateforme à travers laquelle l'individu pourra recomposer son espace social à partir d'une base territoriale préexistante. L'État, mais également les territoires infra-étatiques, constituent les cadres pérennes de cet espace social du quotidien. Cependant, le monde des médias nationaux en Europe est lié à un microcosme politique ayant décidé de recomposer la fonction des frontières étatiques au cours des dernières décennies. Il est donc important de se demander si la construction politique de l'Europe, développée en réponse à la globalisation des flux et à une déstabilisation du système fordiste, est un facteur structurel susceptible de changer le rapport entre pouvoir politique, journalisme, public et territoire.

L'Europe des capitales : un cadre hors champ ?

Le projet communautaire est un cas unique de partage de souveraineté à l'échelle internationale. La mise en place d'une Cour de Justice capable de condamner des États-nations ou encore, la présence d'une Banque Centrale Européenne indépendante et la libre circulation dans l'espace Schengen sont autant d'éléments montrant que la sphère politique déterminante ne se situe plus exclusivement à l'échelle des États. Ce changement d'échelle a-t-il un impact sur la manière dont les journalistes appréhendent leur profession et organisent l'agenda médiatique ? Les publics s'ouvrent-ils à une information qui n'est plus centrée sur leur espace d'ancrage étatique ? Suite à une présentation de l'hypothèse de base et du cadre méthodologique, ce chapitre exposera la mutation médiatique en Europe et une présentation de dynamiques journalistiques à Bruxelles et à Luxembourg.

Hypothèse et cadre méthodologique

L'hypothèse de l'article consiste à présenter les « capitales européennes » de Bruxelles et de Luxembourg comme des espaces dans lesquels les champs journalistiques étatiques se chevauchent, s'interpénètrent, mais ne fusionnent pas. Les acteurs de la profession rattachés à plusieurs pays peuvent se connecter, partager des expériences communes et donc dépasser les frontières de leur territoire d'origine. Cependant, ils restent soumis à la structure territoriale étatique qui fixe les limites de leur monde journalistique sédentarisé et associent les sources, les journalistes et le public. Le champ journalistique, en tant que milieu de confrontations et d'alliances générés sur la longue durée au sein de l'État-nation, n'est pas soluble dans l'Union Européenne, mais ses acteurs

peuvent mettre à profit des stratégies de mise en réseaux entre microcosmes étatiques dans le cadre de consolidation de positions nationales.

L'approche de ces deux « capitales » de l'Union est différente. Bruxelles sera prise en considération comme un milieu d'envergure communautaire alors que Luxembourg sera traité comme un pôle médiatique d'envergure métropolitaine et transfrontalière. Les réflexions concernant l'enchevêtrement des champs journalistiques à Bruxelles seront fondées sur un ensemble de travaux conduits par des chercheurs ayant analysé le milieu suivant l'actualité communautaire. L'approche du cas luxembourgeois s'appuiera sur une analyse quantitative de la consommation des médias « presse » au Luxembourg et sur des données qualitatives relatives à la stratégie de maisons d'éditions grand-ducales. La presse quotidienne gratuite émise du Luxembourg fera l'objet d'un focus particulier et permettra de repenser la structuration des relations entre les sources, les journalistes, le public et la production territoriale dans l'Europe transfrontalière.

Média et politique médiatique en Europe : le pragmatisme national et les conflits transnationaux

Avant d'aborder d'une manière synthétique la politique européenne en matière de médias, notons le relatif échec de toutes les entreprises médiatiques ayant souhaité définir un produit s'adressant à un public européen. Les rares médias nouveaux d'envergure européenne ayant réussi à se maintenir s'adressent généralement aux élites (Dacheux, 2004 ; Foret, 2007). Des médias plus « populaires » comme par exemple Eurosport ont nationalisé leur contenu pour capter des audiences plus grandes (Chalaby, 2004 : 237). Par ailleurs, n'oublions pas le rôle des subventions publiques pour le maintien de certains d'entre eux : ainsi, en 2012, plus de 60% des 30 millions d'euros consacrés aux actions multimédias de la Commission Européenne ont été fléchés pour financer des projets portés par la chaîne d'informations en continu Euronews, considérée comme un laboratoire de la télévision communautaire (Commission Européenne, 2011 : 6). La chaîne culturelle Arte est un autre média d'envergure européenne reposant sur des subventionnements publics nationaux français et allemands. Ces deux derniers médias, même subventionnés, n'échappent pas aux contraintes du partage européen en mosaïques culturelles nationales et linguistiques qui fixent les limites de la compréhension verbale et les centres d'intérêts informationnels. Euronews repose sur un système de traduction complexe (Baisnée, Marchetti, 2004 : 27). Arte en est venu à arrêter son journal quotidien franco-allemand avec interprétation simultanée en 2012 pour assurer le confort auditif de son public. Ce retour

pragmatique à l'unicité linguistique s'inscrit dans un environnement communautaire plus large qui semble avoir renoncé à définir un champ journalistique calé sur les frontières externes de l'Union. Les médias transnationaux en Europe, et plus particulièrement les médias occupant une position centrale dans le champ, c'est-à-dire la télévision (Miège, 1995 : 172 ; 2010 : 120), n'ont pas mis à mal le « mainstream » médiatique national (Chalaby, 2005 : 171). La Commission Européenne dans son livre blanc relatif à la communication au sein de l'UE suggère même que l'information européenne s'organise à partir des médias nationaux (Schlesinger, 2007). Restant en quelque sorte sur une position de repli, elle appelle avant tout à une européanisation de l'agenda des microcosmes journalistiques nationaux.

La politique de « communication » à l'échelle européenne a été un sujet omniprésent dans l'ordre du jour communautaire. Dans les années 1970, les enjeux s'organisèrent autour de deux thèmes : l'économie et l'identité. Cela contribua à européaniser les conflits au sein du champ médiatique entre les agents publics et privés. Les premiers ont souhaité que la question identitaire soit au cœur des négociations alors que les seconds ont insisté pour une approche commerciale de l'intégration communautaire afin de conquérir des marchés à l'international. Depuis lors, l'approche compétitive des médias s'est progressivement renforcée (Michalis, 2007 : 281). La preuve la plus évidente du retrait des enjeux d'intégration identitaire européenne réside dans l'incapacité des acteurs politiques à effectuer un transfert de souveraineté à l'échelle de l'UE concernant le contrôle des contenus et des autorisations de diffusion des médias. La directive « Télévision Sans Frontières » définie à la fin des années 1980 s'est contentée de faire accepter par les pays signataires la diffusion sur leur sol de chaînes déjà contrôlées par l'un d'entre eux. Par ailleurs, la volonté d'un grand nombre d'États de revenir sur cet accord lors de la renégociation ayant eu lieu dans les années 2000, montre qu'il n'y a pas nécessairement un déclin de la volonté des acteurs politiques étatiques à contrôler les médias diffusant sur leur territoire à partir de l'étranger (Collins, 2008 : 295). Les frontières des États-nations ont toujours une fonction dans l'organisation du champ journalistique. L'exemple du corps de presse à Bruxelles est symptomatique d'une révolution européenne partielle des milieux journalistiques nationaux et de la recomposition du contrôle spatial en Europe.

Bruxelles : le milieu aux multiples *hinterlands*

Le partage de souveraineté entre les États de l'Union a conduit à créer des centres de concentration du nouveau pouvoir politique en réseau. Bruxelles,

siège des plus nombreuses et des plus déterminantes institutions communautaires, est devenu, au fil des années, la ville à partir de laquelle a pu se développer un microcosme associant les acteurs politiques pilotant le projet européen, les acteurs économiques cherchant à influencer les politiques publiques *via* un travail de lobbying sans cesse croissant et un corps de presse chargé de médiatiser l'actualité de l'UE. Non seulement ces acteurs établissent des relations d'ordre professionnel dans un lieu précis, le quartier européen, mais ils fréquentent les mêmes espaces de vie. Ils résident dans les mêmes quartiers et se retrouvent dans les mêmes lieux de socialisation hors du travail. Un champ journalistique très particulier se structure localement. Il a un visage européen étant donné que les journalistes présents traitent des questions communautaires et que leurs interlocuteurs issus des autres domaines, et notamment les élus et les fonctionnaires européens, sont présents pour définir des valeurs et des normes politiques et économiques qui dépassent le cadre des États. Par ailleurs, des alliances et des conflits peuvent naître entre journalistes. Le corps de presse européen dispose également de ses vétérans et de ses nouveaux entrants qui sont obligés de respecter le cadre établi par ceux d'entre eux occupant les positions dominantes. On retrouve enfin la même querelle entre les anciens et les modernes concernant l'orientation du métier dans les espaces médiatiques nationaux. Les nouveaux arrivants tendent à vouloir remettre en cause le journalisme institutionnel et d'expert de leurs aînés au profit d'une démarche plus investigatrice et critique des relations entre les médias et le système politique européen (Baisnée, 2002 : 116 ; 2007 : 116).

Pendant, le microcosme journalistique bruxellois n'est pas autonome des conditions de production définies au sein des États. Il est fortement rattaché aux milieux nationaux dont sont issus les correspondants présents dans la capitale européenne. Les articles du corps de presse européen font l'objet de négociations au sein de rédactions nationales et les informations développées s'adressent à des publics positionnés principalement à l'intérieur d'un État. Ainsi, le milieu journalistique de Bruxelles malgré les alliances transnationales possibles (partage de locaux et d'information) est loin d'être unifié. Il y a autant de microcosmes dans la capitale du Royaume de Belgique que de pays membres de l'UE (Baisnée, 2003b : 147). Par ailleurs, en fonction du rapport national à l'Europe, les journalistes présents vont avoir une position plutôt bienveillante ou, au contraire, plus distanciée vis-à-vis de la construction communautaire. Les journalistes britanniques seront davantage porteurs d'un euroscepticisme que leurs collègues français. De plus, Bruxelles n'est pas nécessairement le lieu de prédilection où les journalistes veulent converger afin de suivre les enjeux politiques communautaires. Plusieurs journalistes présents ne suivent pas exclusivement la politique des institutions et saisissent

les opportunités offertes pour effectuer des missions au sein de l'espace communautaire (Golding, 2008 : 126). L'itinérance dans l'UE semble représenter une bouffée d'oxygène pour un groupe qui ne se satisfait pas d'une présence dans le quartier européen restreint souvent appelé « Rue de la Loi ». Enfin, l'actualité européenne axée sur la politique des institutions n'est pas susceptible de remplacer celle produite dans les États. Les informations communautaires sont d'ordre technique et s'appuient sur des processus politiques dans lesquelles la recherche du consensus est la norme. La gouvernance européenne, mode de construction du projet communautaire, donne à son actualité quotidienne un caractère à mi-chemin entre l'expertise technocratique et la diplomatie ; une information difficilement communicable (Baisnée, 2003a : 58) et, ce, d'autant plus, qu'il y a une tendance au cloisonnement accru de l'information sur les enjeux de proximité au sein des médias (Bilte-reyst, 2001 : 41). La frontière nationale oriente toujours les choix et l'angle de traitement des informations. Cela tend à montrer la présence d'un « pouvoir topologique » (Allen, 2009 : 205) des États suffisamment élastique pour structurer les routines du milieu journalistique bruxellois situées au-delà de leurs frontières.

Luxembourg, autre capitale européenne, n'occupe pas une position aussi axiale que celle de Bruxelles en matière de journalisme communautaire sauf lorsque le Conseil de l'Union européenne s'y réunit, ce qui conduit trois fois par an à la venue d'un corps de journalistes suivant les affaires européennes. Cependant, il s'agit d'un pôle urbain situé dans un État de petite taille dont l'économie impacte ses marges frontalières. Il est donc important de se demander si Luxembourg en tant que ville et État n'est pas le creuset d'un champ journalistique et d'une construction territoriale européenne de proximité.

Le Luxembourg : un décroisement du champ sous l'effet de la métropolisation ?

La frontière étatique crée souvent de l'éloignement des groupes sociaux situés de part et d'autre de cette limite et ce, malgré une proximité géographique (Paasi, 1996 : 13 ; Van Houtum, 1999 : 330 ; Van Houtum, Strüver, 2002 : 142 ; Paasi, Prokkola, 2009 : 14). Les médias perpétuent cette fracture *via* l'occultation de ce qui se passe de l'autre côté de cette limite étatique ou, à travers une médiatisation qui fait part d'une distance (nous/eux) et qui peut s'appuyer sur l'usage de stéréotypes (Strüver, 2003 : 174). Le Luxembourg a cependant des caractéristiques qui le rendent hors normes en Europe et permet d'envisager un champ journalistique et un rapport à l'espace différent. Il

s'agit d'un État dont les résidents sont à 43% des étrangers venant principalement des autres pays de l'Union, le situant ainsi en première position des pays de l'UE sur ce critère d'internationalisation, loin devant le second, l'Estonie avec 18% (Eurostat, 2009 : 2). Par ailleurs, il s'agit du premier pays communautaire en termes d'occupation d'actifs frontaliers tant en valeur relative qu'en valeur absolue, loin devant l'Allemagne (127 500 vs. 86 000 individus ; 16% vs. 11% des frontaliers de l'espace UE27, EEE et AELE) (MKW, 2009 : 20). Enfin, parmi les résidents de nationalité luxembourgeoise, près de la moitié aurait des origines étrangères récentes (Fehlen *et al.*, 1998). Il s'agit donc d'un État qui, à travers sa composition démographique, est très européen. Le champ journalistique luxembourgeois est-il donc influencé par ce contexte ? Les frontières de l'État luxembourgeois s'effacent-elles et l'agenda informationnel est-il calé sur une réalité fonctionnelle transfrontalière ? L'analyse du champ journalistique grand-ducal et des pratiques du public résidant permettront de souligner le caractère à la fois ouvert et clos du système médiatique.

Production et réception grand-ducales : une internationalisation patente

Le caractère international du champ journalistique luxembourgeois a été avant tout radiophonique. *Radio Luxembourg*, sur base de capitaux initialement français est conçue pour gagner des parts de marchés et attirer des auditeurs à l'international en Europe *via* une diffusion dès les années 1930 (Dominguez-Muller, 2007 : 235). Le Luxembourg instaure bien avant la construction européenne, une lutte entre producteurs d'information au-delà de la frontière nationale. Le monde de la presse est plus refermé sur la sphère nationale. Cependant à partir de la fin des années 1990, le deuxième éditeur du pays, Editpress, développe une série d'accords avec des groupes situés à l'étranger autour de projets de journaux. Il y a une coopération à l'échelle transfrontalière avec *le Républicain Lorrain* en France pour créer un journal francophone intitulé *Le Quotidien*. Editpress s'associe également au groupe belge Rossel pour éditer un hebdomadaire gratuit et toute-boîte aux contenus en langues française et allemande, *Lux-Post*. Par ailleurs, il s'engage avec le groupe helvétique Tamedia pour fonder un journal d'information quotidien et gratuit francophone, *L'Essentiel*.

Parallèlement à cette internationalisation du capital d'une partie de la presse luxembourgeoise, notons une forte pénétration des journaux étrangers auprès du public résidant et un intérêt non négligeable des étrangers pour la production journalistique du pays. Ainsi, en 2009, plus de la moitié des résidents français, belges et portugais lisent au moins une fois par semaine des

quotidiens étrangers et le tiers des Luxembourgeois s'intéressent à cette presse éditée hors du pays. Par ailleurs, à la même date, la presse imprimée au Luxembourg a des taux de lectorat hebdomadaire situés entre 65 et 79% chez les principales communautés étrangères (Portugais, Français, Belges, Italiens, Allemands). Il y a donc une ouverture d'une partie du public national luxembourgeois pour la presse étrangère et un intérêt d'étrangers résidants pour la production journalistique luxembourgeoise (Lamour, Lorentz, 2012 : 10). De plus, le Luxembourg se situe dans une eurrégion, la Grande Région, dans laquelle des initiatives ont été conduites en matière de journalisme. Ainsi, à partir de 2004, un journal bilingue français-allemand ciblant la jeunesse de l'espace transfrontalier, *Extra*, a été créé en coopération avec deux puis trois journaux de l'espace régional, le *Saarbrücker Zeitung* allemand, *Le Républicain Lorrain* et le *Tageblatt* luxembourgeois (titre phare du groupe Editpress). Enfin, une association de journalistes de la Grande Région, l'IPI (Interregionale Presse-Pressé Interrégionale), a été fondée pour faciliter le flux d'informations entre les professionnels des médias.

Cependant, l'ouverture des frontières du Luxembourg aux flux de capitaux étrangers, la création de produits grand-ducaux pouvant capter des publics étrangers résidant dans le pays et l'élaboration de projets transfrontaliers ne doivent pas laisser croire que le champ journalistique luxembourgeois est totalement indépendant des frontières de son État.

Le journalisme grand-ducal conditionné par l'Etat et ses frontières

Les médias grand-ducaux sont profondément conditionnés par les limites étatiques. Ainsi, *Radio Luxembourg*, puis *RTL*, ont établi des contenus adaptés à des publics nationaux étrangers. La logique de diffusion sur plusieurs canaux de langues différentes développée dès le départ rappelle celle conduite par Euronews aujourd'hui. Il y a donc une adaptation au cadre des États-nations comme cela est le cas pour nombre d'autres médias qui ont tenté l'expansion européenne (Chalaby, 2004 : 237 ; 2005 : 162). Par ailleurs, les multiples initiatives prises par le groupe Editpress à l'international pour créer de nouveaux produits s'apparentent avant tout à une association de capitaux et de compétences pour créer des produits permettant d'assurer un meilleur positionnement ou une stabilisation sur le marché et dans le champ journalistique grand-ducal. Editpress se situe avant tout dans un microcosme de l'édition luxembourgeoise dans lequel il occupe une position sommitale en matière de parts de marchés avec un groupe concurrent, les éditions Saint-Paul. Ces deux éditeurs se sont créés autour de journaux porteurs d'identités syndicales et politiques différentes, respectivement le *Tageblatt* et le *Wort* (Burton, Drake,

2004 : 143 ; Meyer, 2011 : 170), puis ils ont développé une stratégie parallèle pour capter des publics cibles résidant principalement au Luxembourg cherchant à renforcer leur positionnement dans le champ journalistique national. Ainsi, les deux éditeurs publient chacun un magazine de télévision (*Télécran* vs. *Revue*) et sont parties prenantes dans des radios différentes (*DNR* et *Radio Eldorado* vs. *Radio Latina*). Ils ont eu également le souci d'attirer des publics nouveaux. La presse luxembourgeoise dominante est en allemand avec la réalisation possible d'articles en français dans ses pages lorsque les sujets concernent les pays francophones. Il s'agit donc d'une presse pour un public bilingue, c'est-à-dire en grande partie un lectorat luxembourgeois. Le journal français dominant le paysage de la presse grand-ducale jusqu'au début des années 2000 est l'édition luxembourgeoise du *Républicain Lorrain* qui, à l'instar de journaux dans d'autres espaces transfrontaliers (Bourre, 1992 : 34), a développé un contenu adapté à un public situé de l'autre côté de la frontière. La politique d'association entre Editpress et *Le Républicain Lorrain* pour remplacer l'édition grand-ducale du « Répu » par le journal *Le Quotidien* pour le marché luxembourgeois s'accompagne de l'apparition d'un journal concurrent réalisé par le groupe Saint-Paul, *la Voix du Luxembourg* qui disparaîtra au bout de 10 ans d'existence en 2011. Les deux groupes mettent également en place deux hebdomadaires concurrents pour capter le public lusophone résidant au Luxembourg (*Contacto* vs. *Correio*). Dans cette lutte pour la captation du marché national par les deux groupes, Editpress fait souvent le choix de l'association internationale alors que Saint-Paul préfère surtout compter sur ses propres forces. Les deux groupes sont présentés comme proches d'institutions politiques, mais cela n'interdit pas pour autant des accords avec des médias de sensibilité politique différente pour stabiliser économiquement l'entreprise de presse. Ainsi, le *Lëtzebuerg Journal* associé au Parti Démocratique de tendance droite libérale (Burton, Drake, 2004 : 143 ; Meyer, 2011 : 170) et rebaptisé le *Journal* en 2012, sort des rotatives d'Editpress dont le titre phare, le *Tageblatt*, est marqué à gauche.

Le champ de la presse luxembourgeoise n'est pas indépendant de l'État où se situent les luttes pour occuper l'attention du public et des annonceurs publicitaires. Or, l'État, de différentes manières, participe au cloisonnement de la presse luxembourgeoise via l'organisation d'une « méta-gouvernance » (Jessop, 2011 : 115) qui définit les règles du jeu et la définition des positions légitimes. Ainsi, une carte de presse luxembourgeoise permet d'être reconnu dans la profession et demande à ce que les rédacteurs suivent un parcours initiatique de formation et de validation des compétences. De ce fait, la légitimité professionnelle est avant tout nationale, labélisée par le Grand-Duché. Par ailleurs, l'État distribue des aides publiques pour limiter le prix d'achat des

journaux et ainsi assurer une pluralité rédactionnelle en-deçà des frontières étatiques. Cette pratique souligne la force des relations entre l'État, la démocratie et la presse conçue dans le territoire national. De plus, depuis les années 2000, le gouvernement est associé aux grands médias grand-ducaux (Saint-Paul, Editpress, IP Luxembourg/CLT-UFA) pour réaliser une étude annuelle confiée au bureau TNS-Ilres concernant l'audience des médias au Luxembourg. Ce rapport officiel sert à marquer la force des différentes entreprises médiatiques et à travers ce classement, leurs capacités à séduire les annonceurs. Il est calé sur la frontière et ignore l'existence d'un marché d'auditeurs et de concurrents potentiellement situés de l'autre côté de la limite étatique.

Si l'on ne peut nier l'existence d'expériences développées en matière de médias transfrontaliers, il faut les relativiser. Ainsi, *Extra*, le journal pour la jeunesse de la Grande Région, issu de la coopération entre trois quotidiens de l'eurorégion, est une production dans laquelle la valeur est plus symbolique que stratégique. Il s'agit d'un trimestriel soutenu par la sphère politique franco-allemande de niveau national : le Haut Conseil Culturel Franco-allemand créé par Helmut Kohl et François Mitterrand en 1988. À l'origine, ce média a été conçu pour favoriser le rapprochement des deux nations, projet auquel le Luxembourg s'est associé. D'autre part, l'association IPI œuvrant pour la mise en relation des journalistes de la Grande Région a cessé d'exister après quelques années. Le Luxembourg, malgré le profil très cosmopolite de sa population et la capacité entreprenante de groupes de médias nationaux à l'international, dispose d'un champ journalistique qui reste fortement conditionné par un territoire grand-ducal à la frontière peu élastique ou poreuse. Cependant, la métropolisation récente du pays, c'est-à-dire une urbanité d'envergure globale (Sassen, 1994 ; Ascher, 1995 ; Castells, 1996 ; Veltz, 1996 ; Veltz, 2004), et l'apparition d'une Presse Quotidienne Gratuite (PQG), peuvent être deux facteurs conduisant à une transformation des relations média-territoire.

La PQG : l'outil d'une nouvelle territorialité à l'échelle transfrontalière ?

La presse d'information gratuite a des origines anciennes en Europe (Pourprix 1971 : 11 ; Hilgert, 2004 : 88). Par ailleurs, elle a connu un développement récent exponentiel (Bakker, 2007 : 63). Cette presse révèle à la fois, une transformation interne du champ journalistique (Soubrouillard, 2006 : 95 ; Poulet, 2009 : 135 ; Rieffel, 2010 : 69) et un changement du rapport entre le pouvoir politique, les médias, le public et l'espace. Elle accompagne une société urbaine en mouvement. Notons ainsi que ces journaux ne sont généralement pas édités en week-end et lors des grandes périodes scolaires

(Hirtzmann, Martin, 2004 : 132 ; Rieffel, 2010 : 29), c'est-à-dire lorsqu'il y a une pause dans les flux de populations majeurs déterminant l'organisation des aires métropolitaines. Par ailleurs, l'information mise en avant s'apparente davantage à une information dite de flux que de stock ; des données consommées rapidement et permettant de mettre en correspondance le journal avec un public mobile le plus large possible à partir d'informations neutres et factuelles requérant un minimum de savoir encyclopédique (Rieffel, 2010 : 30). La PQG occupe une position périphérique dans le milieu journalistique. Elle est souvent décriée, ce qui n'empêche pas pour autant les éditeurs de journaux payants de sortir des gratuits (Soubrouillard, 2006 : 95) et ce, pour garder les ressources publicitaires. Par ailleurs, elle constitue un média lu par une partie importante de la population, bien au-delà d'un seul public jeune et populaire (Lamour, Langers, 2012 : 14). On peut émettre l'hypothèse que cette presse en milieu métropolitain et transfrontalier est le révélateur d'un changement de la structuration de la territorialité et des processus d'autorégulation socio-spatiale dans un pays comme le Luxembourg.

Les deux groupes d'édition dominant du champ journalistique luxembourgeois, Editpress et Saint-Paul, ont développé leur rivalité dans le domaine de la presse gratuite à partir de 2007. Le premier réalisant le journal, *L'Essentiel*, en partenariat avec le groupe helvétique Tamedia, numéro 1 de la presse gratuite en Suisse, alors que Saint-Paul édite *Point24* à partir de ses compétences internes. *L'Essentiel* a eu une stabilité en termes de produit réalisé, qui se présente sous la forme d'un quotidien francophone imprimé associé à un site internet bilingue français-allemand en développement permanent (renforcement du versant allemand sur la toile, création d'application iPhone, iPad...). Le produit *Point24* a souvent changé entre 2007 et 2012. Au niveau de l'imprimé, il prend d'abord la forme d'un journal bilingue français-allemand, puis deux éditions séparées français et allemand auxquelles vient s'ajouter une édition portugaise qui disparaît après quelques mois. *Point24* n'a pas de site internet dédié en 2012 : le lecteur est renvoyé directement sur le site internet « plate-forme » du titre phare du groupe Saint-Paul, le *Wort*. La lutte entre les deux gratuits luxembourgeois se termine fin 2012 avec la disparition du *Point24* suite à une restructuration de la politique générale du groupe Saint-Paul et le souhait de renforcer sa présence sur le net.

L'Essentiel, journal devenu rentable depuis 2010, compte 192 000 lecteurs en 2012. Son apparition cinq ans plus tôt est née d'une volonté de mobiliser un lectorat non capté par la presse existante et composée de trois publics différents : les Luxembourgeois, les étrangers résidant au Grand-Duché et les frontaliers. Une étude du STATEC et du CEPS/INSTEAD concernant les dépenses des salariés frontaliers au Luxembourg montre en 2002 que ces

derniers consomment beaucoup dans le pays où ils travaillent. Il s'agit d'un public pour lequel aucune publicité n'est faite jusqu'alors. Cette information permet d'accroître de plus de 100 000 personnes le public potentiel à vendre aux annonceurs grand-ducaux. Il y avait donc de la place pour un nouveau produit dans une économie de la presse luxembourgeoise dont les recettes sont au trois quarts dépendantes de la publicité (OCDE, 2010 : 35). Editpress, avec l'appui financier et professionnel de Tamedia, met en place un gratuit capable d'intéresser à la fois un public situé sur plusieurs pays et des annonceurs dont l'aire de chalandise dépasse les frontières grand-ducales. Le français est choisi comme langue de communication car il s'agit de l'idiome permettant de toucher le plus grand nombre de consommateurs d'annonces dans l'espace régional : les frontaliers français et belges, les communautés romaphones présentes au Grand-Duché et les Luxembourgeois. Le gratuit *L'Essentiel*, ne recevant aucune aide de l'État, dépend de sa capacité à attirer un lectorat le plus large possible sur un espace fonctionnel correspondant à un bassin de consommation transfrontalier. Il est la preuve qu'un média unique peut définir un ordre du jour pour un public situé dans plusieurs États lorsqu'il y a une intégration économique transfrontalière.

Cependant, ce journal, édité au Grand-Duché, est-il dans une relation moins dépendante vis-à-vis de la méta-gouvernance exercée par l'État luxembourgeois sur l'agenda informationnel de la presse traditionnelle payante ? Le monde social de *L'Essentiel* s'organisant autour des sources, des journalistes et des lecteurs fait-il intervenir des interactions nouvelles entre le pouvoir étatique, les rédacteurs et le public ? Le journal gratuit est-il l'outil d'une représentation idéale de l'espace métropolitain en correspondance avec une réalité matérielle contribuant à redéfinir une nouvelle territorialité ?

Les premiers résultats de notre enquête suggèrent que *L'Essentiel*, seul journal gratuit ayant réussi à se pérenniser, est au cœur d'un monde social dans lequel une territorialité hybride se met en place en fonction du contexte évolutif de la production et de la réception. Le gratuit s'appuie sur l'existence d'un horizon d'attente moyen en construction permanente, mais qui signale, à la fois, le maintien de certaines frontières étatiques et l'organisation d'une territorialité transfrontalière à partir de réseaux. Le monde social de *L'Essentiel* révèle la mobilisation de sources, des routines journalistiques et des usages de lecteurs montrant une plus ou moins grande correspondance avec les attentes de l'État en matière d'organisation de la métropolisation : l'organisation d'un espace économique transfrontalier fluidifié, mais également la préservation de frontières culturelles. *L'Essentiel* accompagne la mutation structurelle de la modernité tardive dans laquelle la construction territoriale n'est pas une simple transition entre un espace clôturé et un espace en réseau, mais un

montage complexe reposant sur une réalité fonctionnelle et une représentation spatiale signalant la coexistence d'une « société disciplinaire » par la frontière et d'une « société du contrôle » (Deleuze 1990 ; Fraser, 2003 : 165) par les réseaux, un monde « glocalisé ». Les individus migrent entre ce double cadrage sociétal et développent des systèmes de résistance en fonction de l'agenda informationnel et du contexte socio-spatial de réception des contenus médiatiques.

L'organisation traditionnelle du territoire régional est fondée sur l'existence d'une communauté ancrée dans trois espaces aux frontières coalescentes : 1) *L'espace de la cognition/l'enveloppe territoriale* permettant de délimiter le territoire régional et les lieux périphériques qui en sont exclus, 2) *L'espace actionnel et institutionnel* correspondant, à la fois, au cadre de l'action quotidienne des individus et à celui de l'institution politique ayant une capacité opérationnelle dans la gestion de l'espace à partir d'une limite administrative, 3) *L'espace de l'émotion/le cadre symbolique* lié au sentiment d'appartenance à cette région et à la production de toute une symbolique par des pouvoirs encadrants (Keating, 1998 : 86 ; Van Houtum, 1999 : 331 ; Gustafson, 2006 : 19 ; Paasi, 2009a : 467). La modernité tardive et le processus de métropolisation transfrontalière bouleversent ce schéma. On peut estimer que *L'Essentiel*, sa production et ses usages révèlent un espace de la cognition et de l'action au profil spatial polycentrique et transfrontalier suggérant l'existence d'une « hétérotopie » (Foucault, 1984) européenne, c'est-à-dire un espace ouvert composé de lieux interconnectés et encouragé par un Etat compétitif. Mais, dans le même temps, on peut estimer que l'espace de l'émotion s'appuie plus durablement sur l'existence de frontières étatiques définissant les bases de l'altérité et de l'ouverture à cette altérité, c'est-à-dire des schémas comportementaux routiniers ancrés, soit dans le « nationalisme banal » (Billig, 1995 : 37), soit dans le « cosmopolitisme banal » (Beck, 2002 : 28) en fonction des temps, des lieux et du contenu des interactions. Le nationalisme banal n'est pas considéré ici comme l'expression irrationnelle du rejet de l'autre et la mise en valeur belliqueuse d'un « nous » national, mais l'idéologie à partir de laquelle se reconstruit au quotidien, presque de manière inaperçue, le sentiment national sur la base d'une rhétorique de la distinction communautaire s'appuyant notamment sur la frontière de l'État-nation. Le cosmopolitisme banal est ici approché comme la reconnaissance quotidienne de l'altérité qui sert à des groupes sociaux appartenant à des ensembles originaux différents à cohabiter à des fins multiples dont la finalité économique qui fonde l'existence des régions métropolitaines ; un cosmopolitisme recherché par l'État afin de maximiser les compétences servant à faire fonctionner son économie.

L'Essentiel est un média dont l'existence suppose une mutation des relations entre l'État, l'économie, la société et l'espace. Son arrivée repose sur une réalité fonctionnelle, mais également sur l'existence d'un horizon d'attente en matière de représentations idéelles suggérant un changement de la gouvernementalité étatique, des modes de résistance à ce pouvoir immanent et de la construction territoriale. L'analyse des interactions entre les sources, les journalistes et les publics dévoileront probablement que les frontières de l'État deviennent des « membranes asymétriques » (Hedetoft, 2003 cité dans Rumford, 2008 : 41) dont le passage ne signifie pas la disparition, mais un changement de signification dans un cadre normatif évolutif. Certes, *L'Essentiel*, est le seul journal de l'espace métropolitain luxembourgeois ayant réussi à développer un modèle économique reposant sur l'existence d'un public appartenant à plusieurs ensembles étatiques. On pourrait donc en conclure que le caractère unique de l'expérience relativise l'importance des mutations abordées et notamment celles liées à la territorialité. Cependant, il ne faut pas oublier que la représentation idéelle de l'espace est l'affaire d'appropriation et d'appartenance à une communauté imaginée dont le contexte de vie quotidien est rattachée à cette représentation. Les mutations de la modernité tardive évoquées et les contours de la gouvernementalité présentée, concernent avant tout une population, son encadrement et son espace du quotidien : la « société de l'accès » (Rifkin, 2000 : 21) composée de nomades aux parcours individualisés et faisant fonctionner l'économie métropolitaine globalisée et en réseau, c'est-à-dire des publics itinérants de travailleurs / consommateurs ayant en partage (pour les adultes) un milieu commun : l'entreprise grand-ducale qui va marquer leur identité et leur attente en termes d'information. *L'Essentiel*, journal gratuit, s'appuyant uniquement sur les ressources publicitaires est une courroie de transmission entre une série de sources d'information bureaucratique de l'espace métropolitain à destination du lecteur métropolitain moyen qui fonde cette société de l'accès ; lecteur à la recherche d'information ciblée sur son travail, sa mobilité au travail et ses loisirs hors travail. Ce journal gratuit n'est pas le signe avant-coureur d'une mutation généralisée de la territorialité faisant sens pour l'ensemble des populations résidentes. Cette presse gratuite luxembourgeoise d'ambition transfrontalière est avant tout le média permettant de fonder la relation entre l'État « compétitif » luxembourgeois et le segment de la population, le plus à l'écoute d'un agenda informationnel minimal axé sur l'entreprise et son environnement, quelque soit son pays de résidence et sa nationalité : la société de l'accès « globale » positionnée à un moment T dans le moteur économique grand-ducal. Il ne faut certainement pas voir un changement radical dans l'organisation des champs journalistiques nationaux à travers la mise en place

de ce journal gratuit. Il s'agit avant tout d'un outil contribuant à une dénationalisation partielle de l'État dont l'ordre du jour informationnel arrive à capter un public tricéphale composé de Luxembourgeois, de résidents étrangers et de frontaliers.

Conclusion

Le champ journalistique développe un rapport particulier à l'espace. Il a été fondé sur la présence de frontières étatiques fortes qui ont structuré les codes professionnels, le cadre législatif de la profession, les aides publiques, les espaces publicitaires et la définition des agendas trouvant preneur auprès d'une audience monnayée auprès d'annonceurs. La réception constitue une boîte noire au sein de laquelle l'individu et son milieu interagissent dans un contexte marqué par la présence de frontières socio-spatiales plus ou moins poreuses (Ang 1985 ; Liebes, Katz, 1990 ; Dayan, Katz, 1992 ; Morley, 2000 ; Katz, Lazarsfeld, 2008). L'intégration politique et économique européenne affecte, à la marge, la sphère médiatique comme l'ont montré plusieurs chercheurs travaillant à l'échelle communautaire. Il n'y a pas de remise en cause généralisée des frontières étatiques comme cadre de la communication mass médiatique. Les médias transnationaux ont souvent une logique d'adaptation au contexte particulier situé en-deçà des frontières. Les institutions européennes développent, quant à elles, une approche communicationnelle pragmatique. Leur stratégie compose avec la fragmentation géographique et culturelle des espaces de la communication. Cependant, la situation peut être sensiblement différente si on prend comme cadre d'analyse les régions métropolitaines transfrontalières. Ces dernières, animées par un mouvement d'intégration économique, peuvent constituer un laboratoire de recomposition des relations entre sources, média, public et territoires. On peut penser que les mutations de l'espace en zone transfrontalière affectent le système médiatique.

Le Luxembourg, pays situé intégralement dans une seule aire métropolitaine qui, de plus, dépasse les frontières de l'État, est un cas d'étude singulier dans l'Union Européenne. Le champ journalistique luxembourgeois a un rapport à l'Europe différent de celui du corps de presse présent auprès des instances communautaires à Bruxelles. Il est à la fois plus et moins contraint par les frontières étatiques. D'un côté, il est plus dépendant de l'Etat où il se trouve localisé (via la méta-gouvernance luxembourgeoise en matière de gestion de la profession et du marché de la presse). De l'autre, sa production est capable de séduire un public qui est moins rattaché à un seul Etat. L'Union européenne est une réalité omniprésente dans ce pays où les frontières

étatiques sont toujours proches. Malgré cela, les récents développements de l'ouverture internationale du monde de la presse grand-ducale montrent que ces frontières demeurent bien présentes. Seul le régime de la frontière change. Il s'agit d'une limite qui est dépassée pour saisir des opportunités en termes de capitaux et d'expertises, mais également une barrière pérenne à partir de laquelle se structure la lutte pour obtenir des parts d'audiences et de marché. Le champ est national et le capital économique occupe une place toujours plus importante dans le positionnement du monde journalistique ; les éditeurs dominant du système ayant décidé une série de stratégies concurrentes dans différents produits pour capter de nouveaux segments de la population et préserver des ressources publicitaires. La frontière apparaît donc être surmontée et préservée à la fois.

L'arrivée des gratuits au Grand-Duché et plus précisément la greffe réussie de *L'Essentiel* tend à montrer qu'une mutation profonde est en train de s'effectuer dans la relation entre l'État, la presse et son public. Il s'agit d'un quotidien ne recevant aucune subvention publique et dont l'existence repose sur un lectorat résidant dans l'espace fonctionnel dépassant les limites du Luxembourg. Sa présence pérenne révèle, à la fois, l'existence d'une aire de chalandise intégrée à l'échelle transfrontalière et la présence d'une représentation idéelle de l'espace partagée par un public n'ayant pas les mêmes référents nationaux, mais partageant un milieu commun : l'entreprise grand-ducale et l'environnement de cet espace entrepreneurial (les conditions d'accès à l'entreprise, les loisirs disponibles à proximité de l'entreprise...), une société de l'accès dépassant les limites étatiques. Cependant, les frontières de l'État n'ont certainement pas toutes disparues. On peut présager que la rhétorique du journal gratuit et sa réception vont de pair avec deux visions concomitantes de la construction territoriale : une organisation polycentrique et transfrontalière s'appuyant sur l'espace de la cognition et de l'action du public et une organisation frontalière prenant appui sur un espace de l'émotion du même public. Cette double projection territoriale définit par les journalistes et leur lectorat est plus ou moins en correspondance avec le pouvoir immanent de l'État dont les systèmes d'organisation des espaces et de la société ont évolué avec l'entrée dans la modernité tardive. Le monde social qui permet l'existence de *L'Essentiel* peut supposer la construction d'une identité cosmopolite des lieux dans l'Europe en construction (Entrikin, 1999 : 279), voire simplement une manière d'être dans une configuration sociale multiculturelle n'impliquant pas nécessairement la revendication d'une appartenance à un milieu cosmopolite (Levitt, Schiller, 2008 : 287). L'ouverture actuelle de la frontière, sur laquelle s'appuie ce journal gratuit, est définie à partir des intérêts évolutifs du champ du pouvoir (Newman, 2011 :

35). Cependant, le passage facilité de cette limite ne crée pas un monde dé-territorialisé. Les routines et les rituels au sein des milieux de production et de réception de la Presse Quotidienne Gratuite en zone transfrontalière sont susceptibles de montrer simplement un processus de reterritorialisation à partir de frontières et de réseaux encadrés par l'État.

Références

- Adams P. C., 2009, *Geographies of Media and Communication. A Critical Introduction*, Chichester, Wiley-Blackwell.
- Aldridge M., 2003, « Journalistes au Royaume Uni : "l'exceptionnalisme" britannique », *Hermès*, 35, pp. 156-163.
- Allen J., 2009, « Three Spaces of Power: Territory, Networks, Plus a Topological Twist in the Tale of Domination and Authority », *Journal of Power*, 2, 2, pp. 197-212.
- Anderson B., 1983, *Imagined Communities*, London, Verso.
- Ang I., 1985, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London, Methuen.
- Ascher F., 1995, *Métapolis ou l'avenir des villes*, Paris, Odile Jacob.
- Baisnée O., 2002, « Can Political Journalism Exist at the EU Level? », pp. 108-128, in : Kuhn R., Neveu E., dirs, *Political Journalism. New Challenges, New Practice*, London, Routledge.
- 2003a, « Une actualité "invendable" : les rédactions françaises et britanniques face à l'actualité communautaire », pp. 43-65, in : Garcia G., Le Torrec V., dirs, *L'Union européenne et les médias. Regards croisés sur l'information européenne*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- 2003b, « Un impossible journalisme européen », *Hermès*, 35, pp. 145-151.
- 2007, « En être ou pas. Les logiques de l'entre soi à Bruxelles », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 166-167, pp. 110-121.
- Baisnée O., Marchetti D., 2004, « La production de l'information "européenne". Le cas de la chaîne paneuropéenne d'information Euro-news », pp. 27-52, in : Marchetti D., dir., *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

- Bakker P., 2007, « Free Newspaper Readership », *Worldwide Readership Research Symposium 2007*, pp. 63-74.
- Beaverstock J., 2002, « Transnational Elite Communities in Global Cities: Connectivities, Flows and Networks », pp. 87-97, in : Mayr A., Meurer M., Vogt J., dirs, *Stadt und Region: Dynamik von Lebenswelten*, Leipzig, Deutsche Gesellschaft für Geographie.
- Beck U., 2002, « The Cosmopolitan Society and Its Enemies », *Theory, Culture & Society*, 19, 1-2, pp. 17-44.
- Becker H. S., 2007, *Comment parler de la société*, Paris, Éd. La Découverte.
- Benson R., 2004, « Bringing the Sociology of Media Back In », *Political Communication*, 21, pp. 275-292.
- 2005, « Mapping Field Variation: Journalism in France and in the United States », pp. 85-112, in : Benson R., Neveu E., dirs, *Bourdieu and the journalistic field*, Cambridge, Polity.
- Benson R., Neveu E., 2005, « Introduction: Field Theory as a Work in Progress », pp. 1-25, in : Benson R., Neveu E., dirs, *Bourdieu and the journalistic field*, Cambridge, Polity.
- Billig M., 1995, *Banal Nationalism*, London, Sage.
- Biltreyest D., 2001, « Global News Research and Complex Citizenship. Towards an Agenda for Research on Foreign/International News and Audiences », pp. 41-62, in : Hjarvard S., dir., *News in a Globalised Society*, Göteborg, Nordicom.
- Bonnewitz P., 2002, *Pierre Bourdieu. Vie, œuvres, concepts*, Paris, Ellipses.
- Bougnoux D., 2000, *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, Éd. La Découverte.
- Bourdieu P., 1984, *Questions de sociologie*, Paris, Éd. de Minuit.
- 1994, « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102, pp. 3-9.
- Boure R., 1992, « El punt-Setmanari de Catalunya Nord. Jeux de miroirs à travers la frontière », *Les cahiers du LERASS*, 25, pp. 29-43.
- Burgess J., Gold J. R., 1985, « Introduction: Place, the Media and Popular Culture », pp. 1-32, in : Burgess J., Gold J.R., dirs, *Geography, the Media and Popular Culture*, London, Croom Helm.
- Burton C., Drake A., 2004, *Hitting the Headlines in Europe. A Country-by-country Guide to Effective Media Relations*, London, Kogan Page.

- Carey J. W., 1989, *Communication as Culture. Essays on Media and Society*, New York, Routledge.
- Castells M., 1996, *The Rise of the Network Society*, Massachusetts, Blackwell.
- Chalaby J. K., 2004, « L'adaptation des programmes européens aux marchés nationaux. L'exemple d'Eurosport en Grande-Bretagne », pp. 231-244, in : Marchetti D., dir., *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- 2005, « Deconstructing the Transnational: A Typology of Cross-border Television Channels in Europe », *New Media Society*, 7, pp. 155-175.
- Champagne P., 2005, « The “Double Dependency”: The Journalistic Field Between Politics and Markets », pp. 48-63, in : Benson R., Neveu E., dirs, *Bourdieu and the Journalistic Field*, Cambridge, Polity.
- Champagne P., Marchetti D., 1994, « L'information médicale sous contrainte », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102, pp. 40-62.
- Champagne P., Christin O., 2004, *Mouvements d'une pensée. Pierre Bourdieu*, Paris, Bordas.
- Charaudeau P., 1997, *Le discours d'information médiatique, La construction du miroir social*, Paris, Nathan.
- 2005, *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Bruxelles, De Boeck-INA.
- Charon J. M., Mercier A., 2003, « Introduction : pour en finir avec le pouvoir des journalistes », *Hermès*, 35, pp. 22-31.
- Collins R., 2008, « Misrecognitions: Associative and Communalist Visions in EU Media Policy and Regulation », pp. 121-134, in : Bondebjerg I., Madsen P., dirs, *Media, Democracy and European Culture*, Bristol, Intellect.
- Commission Européenne, 2011, *Programme de travail annuel dans le domaine de la communication pour l'année 2012*, COM(2011) 9461, 20.12.2011.
- Dacheux E., 2004, *L'impossible défi : la politique de communication de l'Union Européenne*, Paris, CNRS Éd.
- Dayan D., Katz E., 1992, *Media Events*, Cambridge MA, Harvard University Press.
- Deleuze G., 1990, *Pourparlers*, Paris, Éd. de Minuit.

- Dominguez-Muller D., 2007, *Radio Luxembourg : Histoire d'un média privé d'envergure européenne*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Entrikin J. N., 1999, « Political Community, Identity and Cosmopolitan Place », *International Sociology*, 14, 3, pp. 269-282.
- EUROSTAT, 2009, « Les ressortissants étrangers dans l'UE27 en 2008 », *Communiqué de presse Eurostat*, 184, Luxembourg, Eurostat.
- Faulconbridge J. R. *et al.*, 2009, « The "War for Talent": The Gatekeeper Role of Executive Search Firms in Elite Labour Markets », *Geoforum*, 40, 5, pp. 800-808.
- Fehlen F. *et al.*, 1998, *Une étude sociologique sur les trajectoires migratoires, les langues et la vie associative au Luxembourg*, Luxembourg, SESOPI Centre Intercommunautaire.
- Foret F., 2007, « La dimension élitaire dans la légitimation de l'Union européenne », pp. 203-223, *in* : Costa O., Magnette P., dirs, *Une Europe des élites ? Réflexion sur la fracture démocratique de l'Union Européenne*, Bruxelles, Éd. de l'Université de Bruxelles.
- Foucault M., 1975, *Surveiller et punir*, Paris, Gallimard.
- 1984, « Des espaces autres (conférence au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967) », *Architecture, Mouvement, Continuité*, 5, pp. 46-49.
- 1994, « Les mailles du pouvoir », pp. 182-201, *in* : Foucault M., *Dits et écrits*, Paris, Gallimard, III.
- 2004, *Sécurité, territoire, population. Cours au Collège de France 1977-1978*, Paris, Gallimard-Seuil.
- Fraser N., 2003, « From Discipline to Flexibilization? Rereading Foucault in the Shadow of Globalization », *Constellations*, 10, 2, pp. 160-171.
- Gasher M., 2007, « The View From Here: A News-flow Study of the Online Editions of Canada's National Newspapers », *Journalism Studies*, 8, 2, pp. 299-319.
- 2009, « Mapping the Online News World. A News-flow Study of Three U.S. Dailies », *Aether: The Journal of Media Geography*, IV, pp. 102-116.
- Gasher M., Klein R., 2008, « Mapping the Geography of Online News », *Canadian Journal of Communication*, 33, 2, pp. 193-211.

- Golding P., 2008, « European Journalism and the European Public Sphere », pp. 121-134, in : Bondebjerg I., Madsen P., dirs, *Media, Democracy and European Culture*, Bristol, Intellect.
- Grévisse B., 2003, « Journalistes belges : le cumul des fragilités », *Hermès*, 35, pp. 175-184.
- Gustafson P., 2006, « Place Attachment and Mobility », pp. 17-31, in : McIntyre N., Williams D. R., McHugh K. E., dirs, *Multiple Dwelling and Tourism: Negotiating Place, Home and Identity*, Cambridge, Cabi.
- Hartmann M., 2010, « Elites and Power Structure », pp. 291-323, in : Immerfall S., Therborn G., dirs, *Handbook of European Societies. Social Transformations in the 21st Century*, London, Springer.
- 2011, « Internationalisation et spécificités nationales des élites économiques », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 5, 190, pp. 10-23.
- Hedetoft U., 2003, *The Global Turn: National Encounters with the World*, Aalborg, Aalborg University Press.
- Hilgert R., 2004, *Les journaux au Luxembourg 1704-2004*, Luxembourg, Service Information et Presse du Gouvernement.
- Hirtzmann L., Martin F., 2004, *Le défi des quotidiens gratuits*, Sainte-Foy, Éd. MultiMondes.
- Jauss H. R., 1978, *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard.
- Jessop B., 2011, « Metagovernance », pp. 106-123, in : Bevir M., dir., *The SAGE Handbook of Governance*, London, Sage.
- Katz E., Lazarsfeld P. F., 2008, *Influence personnelle. Ce que les gens font des médias*, Paris, Armand Colin.
- Keating M., 1998, *The New Regionalism in Western Europe: Territorial Restructuring and Political Change*, Cheltenham, Edward Elgar.
- Lamour C., Langers J., 2012, « La Presse Quotidienne Gratuite au Luxembourg. Vers un renouveau générationnel et populaire de la presse ? », *Cahiers du CEPS/INSTEAD* n°2012-01.
- Lamour C., Lorentz N., 2012, « La pratique de la presse payante au Luxembourg. Une fin programmable au temps numérique et métropolitain ? », *Cahiers du CEPS/INSTEAD* n°2012-03.

- Levitt P., Schiller N. G., 2008, « Conceptualizing Simultaneity: A Transnational Social Field Perspective on Society », pp. 284-294, in : Khagram S., Levitt P., dirs, *The Transnational Studies Reader. Intersections and Innovations*, London, Routledge.
- Liebes T., Katz E., 1990, *The Export of Meaning. Cross-cultural Readings of Dallas*, Oxford, Oxford University Press.
- Marchetti D., 2000, « Les révélations du “journalisme d’investigation” », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 131-132, pp. 30-40.
- Meyer M., 2011, « Panorama et critique des médias et des médiations au Luxembourg : analyse des discours des médiateurs », pp. 168-180, in : Colas-Blaise M., Tore G. M., dirs, *Médias et médiations culturelles au Luxembourg*, Luxembourg, Binsfeld.
- Michalis M., 2007, *Governing European Communications. From Unification to Coordination*, New York, Lexington books.
- Miège B., 1995, « L’espace public : au-delà de la sphère politique », *Hermès*, 17-18, pp. 49-62.
- 2010, *L’espace public contemporain*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- MKW, 2009, *Scientific Report on the Mobility of Cross-Border Workers within the EU-27/EEA/EFTA Countries*, Munchen, MKW.
- Morley D., 1992, *Television, Audiences and Cultural Studies*, London, Routledge.
- 2000, *Home Territories. Media, Mobility and Identity*, London, Routledge.
- Musso P., 2008, « Introduction », pp. 7-13, in : Musso P., dir., *Territoires et cyberspace en 2030*, Paris, Éd. La Documentation française.
- Neveu E., 2009, *Sociologie du journalisme*, Paris, Éd. La Découverte.
- Newman D., 2011, « Contemporary Research Agendas in Border Studies: An Overview », pp. 33-48, in : Wastl-Walter D., dir., *The Ashgate Research Companion to Border Studies*, Farnham, Ashgate.
- OCDE, 2010, *The Evolution of News and the Internet*, Paris, OCDE.
- Paasi A., 1996, *Territories, Boundaries and Consciousness: The Changing Geographies of the Finnish-Russian Border*, Chichester, John Wiley and Sons Ltd.
- 1999, « Boundaries as Social Processes: Territoriality in the World of Flows », pp. 69-88, in : Newman D., dir., *Boundaries, Territory and Postmodernity*, London, Frank Cass.

- 2009a, « Regions and regional dynamics », pp. 464-484, in : Rumford C., dir., *The Sage handbook of European Studies*, London, Sage.
- 2009b, « Bounded Spaces in a Borderless World: Border Studies, Power and the Anatomy of Territory », *Journal of Power*, 2, 2, pp. 213-234.
- Paasi A., Prokkola E.-K., 2009, « Territorial Dynamics, Cross-border Work and Everyday Life in the Finnish-Swedish Border Area », pp. 13-29, in : Rumford C., dir., *Citizens and Borderwork in Contemporary Europe*, London, Routledge.
- Picard R. G., 1989, *Media Economics: Concepts and Issues*, Newbury Park, CA, Sage.
- Poulet B., 2009, *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Paris, Galimard.
- Pourprix B., 1971, *La presse gratuite*, Paris, Les éditions ouvrières.
- Raffestin C., 1986, Territorialité : concept ou paradigme de la géographie sociale ? *Geographica Helvetica*, 2, pp. 91-96.
- Rieffel R., 2003, « La profession de journalistes entre 1950 et 2000 », *Hermès*, 35, pp. 49-60.
- 2010, *Mythologie de la presse gratuite*, Paris, Éd. Le Cavalier bleu.
- Rifkin J., 2000, *L'âge de l'accès*, Paris, Éd. La Découverte.
- Rumford C., 2008, *Cosmopolitan Spaces. Europe, Globalization, Theory*, London, Routledge.
- Sack R., 1986, *Human Territoriality*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Sassen S., 1994, *Cities in a World Economy*, Thousand Oaks, CA, Pine Forge Press.
- Schlesinger P., 2007, « A Fragile Cosmopolitanism: On the Unresolved Ambiguities of the European Public Sphere », pp. 65-84, in : Fossum J. E., Schlesinger P., dirs, *The European Union and the Public Sphere*, London, Routledge.
- Siracusa J., 2001, *Le JT, machine à décrire. Sociologie du travail des reporters à la télévision*, Bruxelles, DeBoeck-INA.
- Soubrouillard R., 2006, « Gratuits : le prix à payer », *Le Débat*, 139, pp. 92-108.
- Stöber B., 2006, « Media Geography: From Patterns of Diffusion to the Complexity of Meanings », pp. 29-44, in : Falkenheimer J., Jansson

- A., dirs, *Geographies of Communication. The Spatial Turn in Media Studies*, Göteborg, Nordicom.
- Strüver A., 2003, « Presenting Representations: On the Analysis of Narratives and Images along the Dutch-German Border », pp. 161-176, in : Berg E., Van Houtum H., dirs, *Routing Borders Between Territories, Discourses and Practices*, Aldershot, Ashgate.
- Tarrius A., Missaoui L., 2000, *Les nouveaux cosmopolitismes. Mobilités, identités, territoires*, La Tour-d'Aigues, Éd. de l'Aube.
- Van Der Wurff R., 2005, « Conclusion », pp. 275-287, in : Van der Wurff R., Lauf E., dirs, *Print and Online Newspapers in Europe. A Comparative Analysis in 16 Countries*, Amsterdam, Het Spinhuis.
- Van Houtum H., 1999, « Internationalisation and Mental Borders », *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 90, 3, pp. 329-335.
- Van Houtum H., Strüver A., 2002, « Borders, Strangers, Doors and Bridges », *Space and Polity*, 6, 2, pp. 141-146.
- Veltz P., 1996, *Mondialisation, villes et territoires : l'économie d'archipel*, Paris, Presses universitaires de France.
- 2004, « L'économie de toutes les mobilités », pp. 49-59, in : Allemand S., Ascher F., Levy J., dirs, *Les sens du mouvement*, Paris, Belin.
- Véron E., 1988, « Presse écrite et théorie des discours sociaux : production, réception, régulation », pp. 11-25, in : Charaudeau P., dir., *La presse, produit, production, réception*, Paris, Didier érudition.

B/Ordering in der Großregion. Mobilitäten – Grenzen – Identitäten

Im Leitbild für die regionalpolitische Zusammenarbeit in der Großregion¹ wird prognostiziert, dass sich die Bewohner des Vierländerecks eines Tages zugleich ihrer Wohnregion und der Großregion zugehörig fühlen. Damit werden Identitätsfragen aufgeworfen und von den Autoren des Leitbilds wahrhaft „europäisch“ beantwortet: „Sie [die Menschen] fühlen sich der Großregion zugehörig und empfinden sich als Gemeinschaft. Dennoch sind sie Wallonen, Luxemburger, Lothringer, Rheinland-Pfälzer und Saarländer geblieben.“ (Gipfel der Großregion 2003: 1) Diese Zukunftsvision, die nunmehr vor zehn Jahren entwickelt wurde, soll in diesem Beitrag hinterfragt werden, besitzen Identitäten doch besonders in Grenzregionen eine politische Brisanz, ebenso wie hier ihre Konstruiertheit und Fragilität deutlich werden. Unter Identitäten werden dabei Entwürfe des Selbst verstanden, die sich auf unterschiedliche inhaltliche Dimensionen beziehen (z.B. auf räumliche Maßstabsebenen oder soziale Gruppen), die in alltagskulturellen Praktiken und Diskursen manifest werden und in ihrer Kontextabhängigkeit veränderbar sind. Diesem Verständnis zufolge wird nicht danach gefragt, ob Eigenschaften oder Subjekte einander gleich – also identisch – sind (*idem*), sondern welche Eigenschaften überhaupt vorliegen bzw. was ein Subjekt ausmacht (*ipse*) (Ricoeur 1990). Identität bezeichnet im Weiteren demnach das Selbstverständnis der Bewohner der Großregion, das in sozialen Praktiken in Erscheinung tritt. Diese sind als ‚manifeste Oberflächen‘ von Identitäten zu verstehen und strukturieren sich entlang von Unterscheidungen, die den Prozess des B/Ordering kennzeichnen. Als solcher wird der Vollzug von sozialen Praktiken der (sozial-)räumlichen Differenzierung (im Sinne des Bordering) bezeichnet, der Codierungen des Hier/Dort oder Eigenen/Fremden zum Ergebnis hat, die wiederum bestimmte symbolische Ordnungen der sozialen Wirklichkeit (im

¹ Zum Gebiet der Großregion zählen die deutschen Bundesländer Saarland und Rheinland-Pfalz, die französische Region Lothringen, das souveräne Großherzogtum Luxemburg und die belgische Region Wallonien mit der deutschsprachigen und französischen Gemeinschaft.

Sinne des Ordering) repräsentieren (Houtum, Naerssen 2002: 126). Die hier interessierende Fragestellung lautet, welche Ordnungen des Eigenen/Fremden sich im Selbstverständnis der Bewohner der Großregion abzeichnen und inwiefern diese auf eine grenzüberschreitende Identität schließen lassen. Vor diesem Hintergrund werden zunächst Grenzgänger in der Großregion betrachtet, stehen sie doch – ähnlich wie andere postmoderne Denkfiguren² – besonders im Verdacht, eine grenzüberschreitende Identität zu entwickeln. Danach rücken die Bewohner Luxemburgs in den Blick, die aufgrund der geringen Größe des Landes und der massiven Präsenz von Grenzgängern im Großherzogtum vermutlich einen identitären Bezug zur Großregion und ihren Bewohnern aufweisen. Die zu besprechenden Selbstinterpretationen beider Personengruppen beziehen sich auf unterschiedliche Aspekte von Identitäten, die in einer Befragung (Wille 2012a) von Grenzgängern in der Großregion (N=458) und einer Repräsentativbefragung (IPSE 2011) der Luxemburger Wohnbevölkerung (N=1.600) erhoben wurden. In beiden Studien wurden qualitative und quantitative Erhebungstechniken verwendet und die jeweiligen Ergebnisse gewinnbringend miteinander kombiniert. Zur Kontextualisierung der in diesem Beitrag vorgestellten Untersuchungsergebnisse wird zunächst eine Übersicht zur Grenzgängersituation in der Großregion gegeben.

Grenzüberschreitender Arbeitsmarkt

Spuren des dauerhaften Pendelns über nationale Grenzen hinweg lassen sich im Gebiet der heutigen Großregion spätestens seit Ende des 19. Jahrhunderts nachzeichnen. Seitdem haben sich – bedingt durch verschiedene wirtschaftliche und politische Umbrüche – vermehrt neue grenzüberschreitende Arbeitnehmerströme herausgebildet oder Richtungswechsel der Arbeitsmigration vollzogen. Einen besonderen Auftrieb erfuhr das Grenzgängerwesen in der Großregion in den 1980er Jahren, als Luxemburg – bedingt durch frühzeitige und rasche Strukturwandelmaßnahmen in Folge der Ölkrise der 1970er Jahre – verstärkt Arbeitskräfte nachfragte. Bis heute ist die Großregion von einer bemerkenswerten Mobilität gekennzeichnet, pendelt hier doch ein Viertel aller Grenzgänger in der Europäischen Union. Diese mehr als 200.000 Pendler im Vierländereck arbeiten zu ca. drei Vierteln in Luxemburg und über die Hälfte wohnt in Lothringen, womit beide Regionen von außerordentlicher Bedeutung für den grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt sind. Seine ausführliche Darstellung erfolgt an anderer Stelle (Wille 2012a: 105ff.), hier werden zwei zentrale Merkmale herausgestellt.

² Zum Beispiel Flaneure und Touristen (Baumann 1997).

Konzentration der Ströme auf Luxemburg: Das Großherzogtum hat, wie oben angedeutet, für das Grenzgängerwesen spätestens seit den 1980er Jahren stetig an Bedeutung gewonnen. So pendeln seit Anfang der 1990er Jahre mehr Franzosen nach Luxemburg als nach Deutschland; ebenso ist seit der Jahrtausendwende ein spürbarer Anstieg der Grenzgänger aus Deutschland nach Luxemburg zu verzeichnen. Mit dieser Entwicklung verknüpft ist die wachsende Bedeutung der Arbeitskräfte aus den Nachbarregionen für die Luxemburger Wirtschaft. Im Jahr 2001 arbeiteten – neben den ansässigen Ausländern – erstmals mehr Grenzgänger im Großherzogtum als Luxemburger. Heute stellen die 155.000 Einpendler (2011) im Großherzogtum bereits fast die Hälfte (44 %) der dort Erwerbstätigen. Sie arbeiten überwiegend in privatwirtschaftlichen Sektoren und hier vor allem im verarbeitenden Gewerbe, in den unternehmensnahen Dienstleistungen oder im Handel.

Asymmetrie der Ströme: Mit der sich auf Luxemburg zuspitzenden Konzentration der Ströme verbunden ist eine gewisse Unidirektionalität der Arbeitnehmermobilität. Angesprochen wird damit das quantitative Ungleichgewicht der Ein- und Auspendelbewegungen in den Teilgebieten der Großregionen. Besonders augenfällig ist die Asymmetrie in Luxemburg, wo den 155.000 Einpendlern nur ca. 1.000 Auspendler gegenüberstehen. Das bedeutet, das Großherzogtum verzeichnet täglich einen enormen Arbeitskräftegewinn im Gegensatz zu den Nachbarregionen, aus denen – mit Ausnahme des Saarlands – täglich weitaus mehr Grenzgänger auspendeln als einpendeln. Besonders betroffen vom negativen Pendlersaldo ist Lothringen, wo die meisten Grenzgänger in der Großregion wohnen.

Diese Ausführungen verdeutlichen die intensiven Austauschprozesse auf dem grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt und die besondere Rolle Luxemburgs. Darauf aufbauend wird nun in einem ersten Schritt hinterfragt, inwiefern sich die zirkuläre Mobilität auf räumliche Identitäten von Grenzgängern auswirkt.

Identitätskonstruktionen von Grenzgängern

Den Identitätskonstruktionen von Grenzgängern wird anhand von drei Teilaspekten nachgespürt. Dabei geht es um die Frage, inwiefern sie sich unterschiedlichen räumlichen Ebenen zugehörig fühlen, sie die jeweilige Arbeitsregion als „Ausland“ wahrnehmen und wie sie die Einwohner ihrer Wohn- und Arbeitsregion charakterisieren. Mit diesen Fragestellungen, die jeweils Differenzierungen oder die Relativierung von Differenzkonstruktionen zwischen dem Eigenen und Anderen thematisieren, werden drei

Grundformen der „raumbezogenen Identifikation“ abgedeckt.³ Die berücksichtigten empirischen Ergebnisse basieren auf der oben genannten Befragung von Grenzgängern in der Großregion, deren Stichprobe sich folgendermaßen zusammensetzt:

Tabelle 1: Stichprobe nach Grenzgängerströmen

Wohnregion	Arbeitsregion	Anzahl	Anteil an der Stichprobe (%)
Lothringen	Saarland	87	19,0
Lothringen	Rheinland-Pfalz	22	4,8
Lothringen	Luxemburg	85	18,6
Lothringen	Wallonien	96	21,0
Saarland	Luxemburg	28	6,1
Rheinland-Pfalz	Luxemburg	106	23,1
Wallonien	Luxemburg	14	3,1
Sonstige	/	20	4,4
Insgesamt	/	458	100,0

Quelle: Wille 2012a: 97

Räumliche Zugehörigkeiten: In der Untersuchung wurden den 458 Grenzgängern verschiedene räumliche Maßstabsebenen⁴ vorgelegt mit der Bitte, ihre jeweils empfundene Zugehörigkeit anzugeben („Ich empfinde mich als Bürger von...“). Im Ergebnis besitzen alle berücksichtigten Ebenen ein gewisses Identifikationspotential, jedoch von unterschiedlicher Intensität. So ist das größte Zugehörigkeitsempfinden hinsichtlich des Wohnortes (4,2), der Wohnregion (4,3) und des Wohnlandes (4,3) auszumachen, gefolgt von der Ebene des Weltbürgers (3,4) und des Europäers (3,9). Das niedrigste Zugehörigkeitsempfinden ist hinsichtlich der Großregion (2,9) und der Arbeitsregion

³ Dazu zählen mit Graumann (1983): Identification with; identification of; being identified; vgl. weiterführend: Weichhart (1990: 14ff.).

⁴ Weltbürger, Europa, Großregion, Arbeitsland, Wohnland, Wohnregion, Wohnort.

(2,9) festzustellen.⁵ Auch Gundula Scholz (2011: 214ff.) kommt in ihrer Studie bei Jugendlichen und Erwachsenen in den Teilgebieten der Großregion zu dem Ergebnis, dass die großregionale Ebene für räumliche Identitäten hinter der lokalen, regionalen und nationalen Maßstabebene zurückbleibt. Ein Grund kann darin gesehen werden, dass es sich bei dem, was als Großregion bezeichnet wird, – trotz zahlreicher Kooperationen in nahezu allen Gesellschaftsbereichen – noch weitgehend um ein politisches Konstrukt handelt, das für viele Befragte relativ diffus bleibt und wenig Identifikationsfläche bietet. Denn in Bezug auf die Frage, was „Großregion“ bzw. „SaarLorLux“ sei,⁶ treten unterschiedliche Vorstellungen zu Tage, die nur annähernd den Zuschnitt des politischen Kooperationsraums wiedergeben und eher auf einen Kernraum SaarLorLux verweisen. Bei Letzterem handelt es sich um das Gebiet Saarland-Lothringen-Luxemburg, in dem sich bereits im Zuge des Montandreiecks enge grenzüberschreitende wirtschaftliche Verflechtungen herausbildeten (Ried 1972) und das heute von einer besonderen Intensität der grenzüberschreitenden Kooperationsbeziehungen gekennzeichnet ist (ESPON, Universität Luxemburg 2010: 64).

Hinsichtlich des vergleichsweise schwachen Zugehörigkeitsempfindens zur Arbeitsregion kann für viele Grenzgänger die vorherrschende raumfragmentierende soziale Praxis angeführt werden. Damit wird die ‚ordentliche‘ räumliche Gliederung von beruflichen und außerberuflichen Aktivitäten nach Wohn- und Arbeitsregion angesprochen. So meint bspw. ein in Luxemburg beschäftigter Grenzgänger aus Rheinland-Pfalz: „Ich ziehe die Mittagspause auch deshalb durch, um verantworten zu können, dass ich um sieben Uhr den Abflug mache, um mein Privatleben in Trier zu haben.“ Damit verknüpft ist oftmals auch ein nur relatives Interesse am Tagesgeschehen in der Arbeitsregion, das in der Einstellung „man sei ohnehin nicht betroffen“ zum Ausdruck kommt. Zwar informieren sich 60 % der befragten Grenzgänger über die Tagesaktualität in der Arbeitsregion, jedoch weitgehend passiv bzw. gelegentlich; etwa über die am Arbeitsplatz und in öffentlichen Verkehrsmitteln ausliegenden

⁵ Skala von 1 (schwach ausgeprägte) bis 5 (stark ausgeprägt); Unterschiede hinsichtlich des räumlichen Zugehörigkeitsempfindens bestehen zwischen Zugezogenen und Nicht-Zugezogenen: Grenzgänger, die schon immer in ihrer Wohnregion wohnen, zeigen eine größere Zugehörigkeit zu den Ebenen unterhalb der europäischen; hingegen empfinden sich die aus dem Inland zugezogenen Grenzgänger stärker als Europäer bzw. als Weltbürger.

⁶ Die Befragten wurden in Interviews gebeten, „Großregion“ zu erklären. Sofern „Großregion“ nicht bekannt war, wurden sie aufgefordert „SaarLorLux“ zu erläutern. Zu den Repräsentationen von „Großregion“ bzw. „SaarLorLux“: Wille (2012a: 292).

Zeitungen oder über Kollegen, wie ein in Luxemburg beschäftigter Grenzgänger bestätigt:

Das ist eher irrelevant für mich. Natürlich bekommt man irgendwelche Infos von anderen Kollegen, von luxemburgischen Kollegen, aber ich könnte jetzt keinen Lagebericht abgeben. Da interessiere ich mich schon eher für die deutsche Politik, weil hier eben mein Lebensmittelpunkt ist. (Rheinland-Pfalz – Luxemburg)

Gleichwohl ist zu betonen, dass das Interesse an der Arbeitsregion mit steigendem Lebensalter wächst und dass Grenzgänger, die Familienmitglieder und Freunde in der Arbeitsregion haben und dort auch Alltagsaktivitäten praktizieren (Kino, Theater, Arztbesuche, Ausgehen etc.), eine größere Zugehörigkeit zur Arbeitsregion empfinden als Pendler, auf die diese Merkmale nicht zutreffen (Wille 2012a: 296-304).

Räumliche (Dis-)Kontinuitäten: Weitere Anhaltspunkte für raumbezogene Identitäten gibt die Frage, inwiefern Grenzgänger – die dauerhaft zwischen zwei unterschiedlichen Ländern alternieren – die Arbeitsregion als „Ausland“ wahrnehmen. Die Befragten behaupten nahezu durchgängig, sie empfänden ihre Arbeitsregion nicht als „Ausland“, jedoch bestimmen sie präzise und zum Teil ausführlich, was „dort“ anders sei als in der Wohnregion.

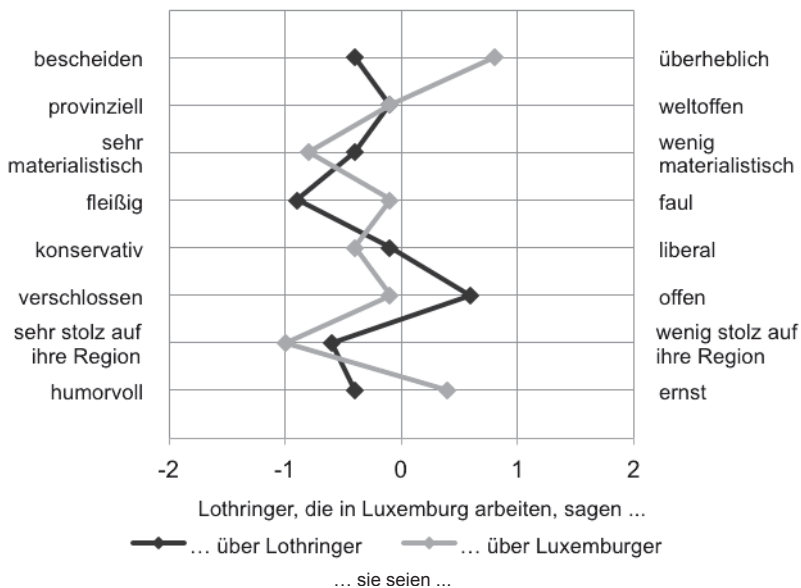
Ich fahre wirklich nur zur Arbeit und tanke. Da nehme ich kaum wahr, dass ich mich im Ausland befinde. Höchstens bei der Sprache... oder beim Einkaufen, da hat man ein ganz anderes Angebot. Oder von den Restaurants her; das kann man mit Deutschland gar nicht vergleichen. Und das andere Flair. Wenn man im Sommer zum Beispiel in Echternach ist, da merkt man direkt den Unterschied – in Luxemburg ist alles sehr gepflegt, das fällt direkt auf gegenüber der Eifel. (Rheinland-Pfalz – Luxemburg)

On n'a pas l'impression de passer une frontière tous les matins. En prenant les transports en commun, on a plein de gens autour qui travaillent au Luxembourg, on n'a vraiment pas l'impression d'aller travailler à l'étranger. Parce qu'il y a pas mal de Français qui y travaillent. Bien qu'on ressente qu'on est dans une grande ville [Luxembourg-Ville], on entend dans le bus et partout plusieurs langues – un peu de français, d'allemand, de luxembourgeois, de l'anglais. (Lothringen – Luxemburg)

Die Zitate illustrieren, dass mit Blick auf Luxemburg stets Sprachen, Supermärkte, Restaurants, das Flair, ebenso wie Nummernschilder, Straßenschilder oder Architektur als „anders“ qualifiziert werden, auch wenn man nicht ins „Ausland“ fährt und angibt „sich daran gewöhnt zu haben“. Damit zeichnen sich Prozesse des B/Ordering ab, welche die politisch-administrativen Grenzen in der Großregion relativieren und sich eher an alltagskulturellen Differenzsetzungen des Eigenen und Fremden orientieren.

Selbst- und Fremdwahrnehmungen: Prozesse der räumlichen Differenzmarkierung können ebenso anhand von Selbst- und Fremdwahrnehmungen rekonstruiert werden. So wurden die 458 Grenzgänger gebeten, Einschätzungen über die Bewohner der Wohn- und Arbeitsregion abzugeben. Hierfür wurde ein semantisches Differential mit – durch adjektivische Gegensatzpaare begrenzten – Skalen eingesetzt. Durch die Verwendung der Gegensatzpaare wurde den Befragten ein semantisches Spektrum eröffnet, auf dem sie mögliche Differenzkonstruktionen eintragen konnten.

Abbildung 1: Selbst- und Fremdwahrnehmungen am Beispiel von Grenzgängern aus Lothringen mit Arbeitsplatz in Luxemburg (n=85)



Quelle: Wille 2012a: 309.

Die Gegenüberstellung der Wahrnehmungen der Bewohner der Wohnregion und jener der Arbeitsregion fördert Differenzierungen zu Tage. So werden – wie am Beispiel von Grenzgängern aus Lothringen mit Arbeitsplatz in Luxemburg – in der Regel positive Eigenschaften eher der „eigenen“ und negative Eigenschaften eher der „anderen“ Gruppe zugeschrieben: Die Einwohner der Arbeitsregionen werden von den Befragten nahezu durchgängig als

überheblich eingestuft; die Personen der Herkunftsregion werden als fleißiger wahrgenommen. Dieses Muster zeigt sich auch, wenn die Offenheit bzw. Verschlossenheit der Personen der Arbeits- und Wohnregion bestimmt wird. Schließlich werden die Einwohner der Wohnregion gegenüber denen der Arbeitsregion als humorvoller qualifiziert (Wille 2012a: 305ff.). Das bedeutet, dass trotz täglicher Grenzüberschreitung an der ‚Ordnung‘ der Bewohner der Arbeitsregion (die Anderen) einerseits und der Bewohner der Wohnregion (die Eigenen) andererseits festgehalten wird. Somit kann nicht davon ausgegangen werden, dass eine auf Dauer angelegte physische Präsenz in zwei Nationalstaaten zwangsläufig eine grenzüberschreitende Identität zum Ergebnis hat, bei der die (noch) an nationalen Grenzen orientierten Kategorien des Eigenen und Anderen verwischen.

Identitätskonstruktionen im Kontext des Grenzgängerwesens

In den bisherigen Überlegungen wurden die Grenzgänger in der Großregion betrachtet. Im Weiteren erfolgt ein Perspektivwechsel, wenn die Luxemburger Wohnbevölkerung hinsichtlich einer möglichen grenzüberschreitenden Identität befragt wird. Dafür wird untersucht, inwiefern die Luxemburger Wohnbevölkerung – angesichts der seit Jahrzehnten wachsenden Präsenz der Grenzgänger in ihrem Land – Differenzmarkierungen gegenüber den Pendlern vornimmt. Oder in anderen Worten: Es wird hinterfragt, inwiefern der Andere (Grenzgänger) in die Sphäre des Eigenen (Luxemburger Wohnbevölkerung) ‚vorgelassen‘ wird. Anhaltspunkte dafür geben die Selbstinterpretationen der Luxemburger Wohnbevölkerung, die in den Wahrnehmungen hinsichtlich der Grenzgänger aufscheinen.⁷

Sprache: Laut der oben genannten Studie sind 57 % der Luxemburger Wohnbevölkerung der Ansicht, Grenzgänger seien „eine Bedrohung für die luxemburgische Sprache“. Angesprochen werden damit Sprachkontaktsituationen im öffentlichen Raum (z.B. in Restaurants, Supermärkten, Krankenhäusern etc.), in denen Luxemburger zum Teil nur eingeschränkt oder gar nicht auf Luxemburgisch kommunizieren können aufgrund der oft mangelnden Sprachkenntnisse der dort beschäftigten Grenzgänger. Bemerkenswerterweise fordern die Befragten in vertiefenden Interviews aber keine fortgeschrittenen Sprachkenntnisse ein, sondern es reiche aus, wenn sich die Pendler „Mühe geben“ bzw. „einen guten Willen zeigen“. Diese Relativierung der Sprachkompetenzen zeigt, dass es hier weniger um die kommunikative

⁷ Die folgenden Ausführungen lehnen an frühere Arbeiten an: Wille 2011; 2012b.

Funktion des Luxemburgischen geht, sondern eher um seine Rolle als Identitätsmarker (Lüdi 2008: 190), was auf Prozesse des B/Ordering verweist.

Kultur: Etwa die Hälfte (55 %) der Luxemburger Wohnbevölkerung ist der Meinung, dass Grenzgänger „eine Bereicherung für die Luxemburger Kultur“ seien. In vertiefenden Interviews wird dabei auf die Mehrsprachigkeit im Großherzogtum verwiesen, auf den ohnehin hohen Ausländeranteil an der Wohnbevölkerung (44 %) sowie teilweise auf das politische und lebensweltliche Konzept der Großregion. Andererseits wird gewünscht, dass sich die Grenzgänger mehr anpassen und dem Land bzw. seinen Einwohnern mehr Interesse und Respekt entgegenbringen sollten. Das bedeutet, dass die Befragten zwar eine gewisse Diversität und Offenheit der Luxemburger Gesellschaft (re-)konstruieren, gleichzeitig aber wird vom Grenzgänger eine Anerkennung der „Luxemburger Kultur“ eingefordert, was wiederum stabilisierend auf die Identität der eigenen Gruppe zurückwirkt.

Wirtschaft: Die Mehrheit der Luxemburger Wohnbevölkerung (87 %) betrachtet die Grenzgänger „als unverzichtbar für die luxemburgische Wirtschaft“. In vertiefenden Interviews zeichnen sich diesbezüglich verschiedene Argumentationslinien ab: So wird auf die unzureichende Zahl der Luxemburger verwiesen, um der Arbeitskräftenachfrage im Großherzogtum nachzukommen. Des Weiteren werden die nachgefragten Qualifikationen thematisiert, über die Luxemburger oft nur eingeschränkt verfügen. Ferner wird auf den Wohlstand und auf das Wirtschaftswachstum aufmerksam gemacht, die ohne die Grenzgänger nicht möglich (gewesen) wären. Ergänzend werden Grenzgänger von einigen Interviewpartnern als Konsumenten, Steuerzahler und Sanierer der Sozialkassen positiv hervorgehoben.

Arbeitsmarkt: Etwa ein Drittel (34 %) der Luxemburger Wohnbevölkerung ist davon überzeugt, dass „Grenzgänger den Luxemburgern die Arbeitsplätze wegnehmen“. Argumentiert wird, dass Grenzgänger für niedrigere Löhne arbeiten und die Luxemburger somit vom Arbeitsmarkt drängen; andererseits werden die bessere Qualifikation und die Reputation der Grenzgänger als motivierte Arbeitnehmer angeführt. Des Weiteren werden von den Befragten zwar Vorschläge geäußert, wie z.B. Luxemburger anstelle von Grenzgängern zu beschäftigen oder in Unternehmen „Luxemburger-Quoten“ einzuführen. Der größte Teil der Interviewpartner verneint jedoch eine Arbeitsplatzkonkurrenz und verweist auf die Tendenz, dass sich Luxemburger zunehmend auf die Arbeitsplätze im öffentlichen Dienst zurückziehen, wo sie vor der Konkurrenz ausländischer Arbeitskräfte „geschützt“ bleiben.

Die hier schlaglichtartig dargelegten Untersuchungsergebnisse spiegeln eine relativ positive Wahrnehmung der Grenzgänger in Bezug auf sozio-ökonomische Aspekte wider. In dieser Hinsicht sind sie offenbar willkommen

und werden weitgehend in die Sphäre des Eigenen vorgelassen. Dieses B/Ordering hat die Stabilisierung des Eigenen zum Ziel bzw. die Sicherung von Wohlstand und Wachstum. Mit Blick auf sozio-kulturelle Aspekte ist eher eine exkludierende Haltung der Luxemburger Wohnbevölkerung gegenüber den Grenzgängern auszumachen. Sie zeigt sich in der Betonung einer vermeintlichen Gefahr, die von den Grenzgängern für die luxemburgische Sprache ausgehe, und in der Relativierung einer Bereicherung der luxemburgischen Kultur durch die einpendelnden Arbeitskräfte. Während einerseits also eine gewisse Öffnung des Eigenen für das Andere festzustellen ist, sollen Grenzgänger andererseits Identitätskonstrukte – wie etwa Kultur und Sprache – nicht antasten. In sozio-kultureller Hinsicht wird somit ein B/Ordering betrieben, bei dem besonders die luxemburgische Sprache ein Differenzierungskriterium bildet. Insgesamt spiegeln die Untersuchungsergebnisse eine pragmatische und sich selbst vergewissernde Identitätskonstruktion der Luxemburger Wohnbevölkerung im Kontext des Grenzgängerwesens wider.

Zur Unhintergebarkeit des B/Ordering

Die vorgestellten Untersuchungsergebnisse werden im Folgenden theoretisch rückgebunden. Es ist deutlich geworden, dass die nationalen Grenzen in der Großregion durchlässig geworden sind und vertraute Ordnungen des Eigenen/Anderen punktuell in Unordnung geraten. Gleichzeitig aber zeichnet sich bei den untersuchten Personengruppen vor allem eine Praxis des B/Ordering ab, welche die Kategorien des Hier/Dort rekonstruiert und sich dabei an nationalen Grenzziehungen orientiert. Das Streben nach einer gewissen Ordnung des Eigenen/Anderen scheint somit auch unter Bedingungen höchster Mobilität bzw. in Grenzregionen fortzubestehen. Darauf verweist Jürgen Zinnecker, wenn er unterstreicht, dass der Andere insbesondere dort unverzichtbar wird, wo Grenzen zu verwischen scheinen: „Der Grenzgänger benötigt eine strukturierte und zivilisierte ‚Fremde‘, um zwischen Eigenterritorium und fremdem Territorium jenseits der Grenzmarkierung zu ‚switchen‘.“ (Zinnecker 2006: 140-156; 149) Die damit angedeutete Unhintergebarkeit des Anderen, der in Prozessen des B/Ordering fortwährend neu hervorgebracht wird, kann auf drei zentrale Merkmale von Identitätskonstruktionen zurückgeführt werden.

Der Andere als Gegenpart: Wie oben angedeutet, ‚arbeiten‘ sich Identitäten stets an einem Gegenüber ‚ab‘. Dieser Gegenpart kann je nach Situation und Zeitpunkt ein anderer sein, er bleibt jedoch stets konstitutiv für das Selbst. Somit handelt es sich um ein komplementäres Verhältnis beider Kategorien, „[d]enn [...] Identität generiert sich aus dem wechselseitigen Verhältnis des Eigenen und Fremden; dabei geht die Selbstbestimmung und

Identifikation mit dem Eigenen mit einer Isolierung des Anderen im Bereich des Eigenen einher.“ (Reuter 2002: 58) Vor diesem Hintergrund wird einsichtig, weshalb Grenzgänger, die teilweise bereits seit Jahrzehnten in ihre Arbeitsregion pendeln, diese zwar nicht als „Ausland“, jedoch als „anders“ qualifizieren. Solche Differenzierungen sind identitätsrelevant und reflektieren Vorstellungen über das Selbst, etwa dass es in der Wohnregion weniger gepflegt sei oder die Mehrsprachigkeit dort eher die Ausnahme bilde.

Der Andere als Infragestellung: Der Andere als Gegenpart zum Eigenen stabilisiert, stellt aber das Selbst ebenso infrage. Letzteres kommt z.B. in Irritationen zum Ausdruck, wenn der Andere die als gültig angenommenen Normalitäten dauerhaft unterwandert, er zu nah an das Eigene ‚heranrückt‘ oder seine unergründliche Rätselhaftigkeit nicht in Faszination, sondern in empfundene Bedrohung umschlägt. In solchen Momenten der Verunsicherung, von denen grenzüberschreitende Lebens- und Arbeitswelten in der Regel geprägt sind, werden Prozesse des B/Ordering wirksam, um Unbestimmtheiten in Bestimmtheiten zu überführen. Van Houtum und Naerssen thematisieren diesen Doppelcharakter der Grenzüberschreitung:

(B)ordering rejects as well as erects othering. This paradoxical character of bordering processes whereby borders are erected to erase ambiguity and ambivalent identities in order to shape a unique and cohesive order, but thereby create new or reproduce latently existing differences in space and identity – is of much importance in understanding our daily contemporary practices. (Houtum/Naerssen 2002: 126)

Grenzüberschreitungen sind demnach unhintergebar mit (Re-)Konstruktionen eines Gegenparts verbunden, um aufkommende Mehrdeutigkeiten oder Unordnungen zu vermeiden. Mit Blick auf die befragte Luxemburger Wohnbevölkerung wurden in diesem Zusammenhang zwei unterschiedliche Strategien des B/Ordering festgestellt: Einerseits war eine vergleichsweise schwache (Re-)Konstruktion eines Gegenparts auszumachen, was mit der wirtschaftlichen Unverzichtbarkeit der Grenzgänger, aber ebenso mit der „erträglichen Distanz“ erklärt werden kann, auf der sie gehalten werden können. Angesprochen sind damit bestimmte Sprachkompetenzen und sozio-kulturelle Wissensbestände, die für die Pendler eine Barriere bilden für den Eintritt in den öffentlichen Dienst (Wille 2010). Ebenso angesprochen ist damit die zirkuläre Mobilität der Grenzgänger, die zwar allmorgendlich das Verhältnis des Eigenen und Anderen in Unordnung bringt, aber die vertraute Ordnung des Hier und Dort am Abend sicherstellt. Andererseits wurden innerhalb der Luxemburger Wohnbevölkerung starke (Re-)Konstruktionen eines Gegenparts festgestellt als Reaktion auf eine empfundene Infragestellung der

Nationalsprache, die spätestens seit 1984 einen hohen symbolischen Wert besitzt.⁸

Der Andere als Konstruktion: Die angesprochenen Prozesse des B/Ordering basieren auf Unterscheidungen, die potentielle Differenzmarkierungen bereit stellen zur Konstruktion eines Gegenparts. Solche regulativen Prozesse betonen nicht nur die Differenz – wie z.B. Luxemburgischsprecher und Nicht-Luxemburgischsprecher – als ein Beweis für die eigene Identität, sie folgen ebenso einer affirmativen Logik: „So kann die Abwertung und Ausgrenzung des Fremden die Aufwertung und Eingrenzung der eigenen Gruppe bewirken, indem das Vorhandensein eines Gegners, die Kohärenz und Integration der Gruppe, ihre Loyalität und Kooperation zueinander sicherstellt [...].“ (Reuter 2002: 43) Julia Reuter thematisiert damit eine „Außen-nach-Innen-Bewegung“ (*ibid.*: 42) des B/Orderings, welche in der tendenziellen Abwertung des Anderen besteht zugunsten der Festigung und Stabilisierung der sich abgrenzenden Ingroup. Dieser Logik, die Henri Tajfel und John C. Turner (1986) bereits im Rahmen der Theorie der sozialen Identität thematisieren, folgen auch die befragten Grenzgänger, wenn sie die Bewohner der Arbeits- und Wohnregionen unterschiedlich charakterisieren und dabei der „anderen“ Gruppe – als Regulativ für das Selbst – eher negative Eigenschaften zuschreiben.

Die vorgenommene theoretische Rückbindung der Untersuchungsergebnisse suggeriert eine Unmöglichkeit von grenzüberschreitenden Identitäten in der Großregion. Eine solche Schlussfolgerung wäre aber vorschnell. Sie berücksichtigt zwar, dass Identitäten stets auf eine wie auch immer geartete (Re-) Konstruktion von Grenzen angewiesen sind, vernachlässigt bleibt aber die analytische Unterscheidung zwischen Staatsgrenzen (als Ergebnis politischen Handelns) und alltagskulturellen Grenzen (als Ergebnis sozialer Praktiken). Beide Dimensionen wurden in diesem Beitrag mitgedacht, wobei die Befragten die vertrauten politisch-administrativen Markierungen zumeist als wichtige Unterscheidungskategorien für Prozesse des alltagskulturellen B/Ordering herangezogen haben. Dieser empirische Umstand verstellt den Möglichkeitsraum für wahrhafte grenzüberschreitende Identitäten, die sich in einer Inkongruenz der politisch-administrativen Kategorien einerseits und der alltagskulturellen Kategorien des B/Ordering andererseits widerspiegeln. So

⁸ Das luxemburgische Sprachengesetz von 1984 (loi du 24 février 1984 sur le régime des langues) legt fest, dass Luxemburgisch, Französisch und Deutsch die offiziellen Landessprachen bilden. Dabei wird unterschieden zwischen der Nationalsprache (Luxemburgisch), den Verwaltungssprachen (Luxemburgisch, Französisch, Deutsch) und der Sprache für Gesetzgebung (Französisch).

handelt es sich dann um eine grenzüberschreitende Identität, wenn das sich am Anderen ‚abarbeitende‘ Eigene die Bewohner der Arbeits- und der Wohnregion oder der Wohnregion und der Nachbarregion einschließt. Entsprechende Tendenzen in der Großregion waren auszumachen, wenngleich ein an politisch-administrativen Grenzziehungen orientiertes B/Odering (noch) dominiert. Um den genannten Inkongruenzen bzw. den von politischer Ebene prognostizierten grenzüberschreitenden Identitäten weiter auf die Spur zu kommen, gilt es das methodische Instrumentarium auszubauen, die alltagskulturellen Prozesse des B/Odering in unterschiedlichen Gesellschaftsbereichen auf einer breiten empirischen Basis zu untersuchen und die Rolle der (grenzüberschreitenden) Medien in der (Re-)Konstruktion des Anderen zu bestimmen.

Bibliographie

7. Gipfel der Großregion, 2003, *Zukunftsbild 2020 für den interregionalen Kooperationsraum Saarland, Lothringen, Luxemburg, Rheinland-Pfalz, Wallonische Region, Französische Gemeinschaft und Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens*, Staatskanzlei des Saarlandes.
- Baumann Z., 1997, *Flaneure, Spieler und Touristen. Essays zu postmodernen Lebensformen*, Hamburg, Hamburger Edition.
- Eickelpasch R., Rademacher C., 2004, *Identität*, Bielefeld, transcript-Verlag.
- ESPON, Universität Luxemburg, 2010, Hg., *Metroborder. Grenzüberschreitende polyzentrische Metropolregionen*, Endbericht, Luxemburg.
- Houtum H. van, Naerssen T. van, 2002, „Bordering, Ordering and Othering“, *Journal of Economic and Social Geography*, 93, 2, S. 125-136.
- Graumann C., 1983, „On multiple identities“, *International Social Science Journal*, 35, S. 309-321.
- IPSE, 2011, Hg., *Doing Identity in Luxembourg. Subjective Appropriations–Institutional Attributions–Socio-Cultural Milieus*, Bielefeld, transcript-Verlag.
- Lüdi G., 2008, „Der Schweizer Sprachcocktail neu gemixt! Sprache als Brücke und Barriere“, S. 185-203, in: Müller-Jentsch D., Hg., *Die neue Zuwanderung. Die Schweiz zwischen Brain-Gain und Überfremdungsangst*, Zürich, Avenir Suisse.

- Reckwitz A., 2001, „Der Identitätsdiskurs. Zum Bedeutungswandel einer sozialwissenschaftlichen Semantik“, S. 21-38, in: Rammert W. et al., Hg., *Kollektive Identitäten und kulturelle Innovationen. Ethnologische, soziologische und historische Studien*, Leipzig, Leipziger Universitätsverlag.
- Reuter J., 2002, *Ordnungen des Anderen. Zum Problem des Eigenen in der Soziologie des Fremden*, Bielefeld, transcript-Verlag.
- Ricoeur P., 1990, *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil.
- Ried H., 1972, *Vom Montandreieck zur Saar-Lor-Lux-Industrieregion*, Frankfurt/Main, Diesterweg.
- Scholz G., 2011, „Der SaarLorLux-Raum zwischen Realität, Illusion und Vision. Wahrnehmung und aktionsräumliches Verhalten aus der Sicht von Bewohnern einer europäischen Grenzregion“, *Institut für Landeskunde im Saarland*, 49.
- Tajfel H., Turner J. C., 1986, „The social identity theory of intergroup behavior“, S. 7-24, in: Worchel S., Austin W. G., Hg., *Psychology of intergroup relations*, Chicago, Nelson-Hall.
- Weichhart P., 1990, *Raumbezogene Identität. Bausteine einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation*, (Schriftenreihe für Forschung und Praxis, Heft 102), Stuttgart, Franz Steiner Verlag.
- Wille C., 2010, „Der Grenzgänger als „notwendiges Übel“? Zur Wahrnehmung des Grenzgängerwesens in Luxemburg“, S. 316-327, in: Pauly M., Hg., *ASTI 30+. 30 ans de migrations, 30 ans de recherches, 30 ans d'engagements*, Luxembourg, Guy Binsfeld.
- 2011, „Cross-Border Workers as Familiar Strangers“, S. 271-285, in: IPSE, Hg., *Doing Identity in Luxembourg. Subjective Appropriations–Institutional Attributions–Socio-Cultural Milieus*, Bielefeld, transcript-Verlag.
- 2012a, *Grenzgänger und Räume der Grenze. Raumkonstruktionen in der Großregion SaarLorLux*, Frankfurt/Main, Peter Lang.
- 2012b, „Nous et les autres. La perception des frontaliers au Luxembourg“, S. 151-163, in: Belkacem R., Pigeron-Piroth I., Hg., *Le travail frontalier : pratiques, enjeux et perspectives*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.
- Zinnecker J., 2006, „Grenzgänger. Denkweise und Lebensweise der (Post)Moderne?“, S. 140-156, in: Gebhardt W., Hitzler R., Hg., *Nomaden, Flaneure, Vagabunden. Wissensformen und Denkstile der Gegenwart*, Wiesbaden, VS Verlag.

CHRISTIAN WILLE
Université du Luxembourg, Unité de Recherche IPSE

« B/Ordering » : Voisinage et arrangement
socioterritorial en Grande Région.¹
Mobilités – frontières – identités

Traduit de l'allemand par Sophie Salin.

Introduction

Au niveau de la coopération politique régionale au sein de la Grande Région, la devise ou prophétie selon laquelle les habitants provenant des quatre coins de la Grande Région devraient se sentir un jour aussi bien citoyens à part entière de leur région d'origine que citoyens de l'espace constitué par la Grande Région est largement répandue.

C'est ainsi que des questions identitaires se retrouvent exposées et résolues d'une manière vraiment « européenne » par les auteurs de cette devise : « Ils [les Hommes] éprouvent un sentiment d'appartenance à la Grande Région et ont l'impression de constituer une communauté. Ils sont pourtant bel et bien restés Wallons, Luxembourgeois, Lorrains, Rhéno-Palatins et Sarrois (Gipfel der Großregion, 2003 : 1). » C'est précisément les fondements de cette vision de l'avenir – vision élaborée il y a à présent plus de dix ans – que cette contribution se propose d'interroger. Il s'agit d'étudier si ces identités revêtent un caractère politique particulièrement marqué au sein de ces régions frontalières et de voir si ces identités sont bien établies ou si elles restent, au contraire, encore fragiles. Le terme « identités » recouvre ici l'idée de représentations de Soi qui renvoient à plusieurs niveaux (par exemple : à des échelles spatiales ou de groupes sociaux) qui se manifestent à travers des pratiques et des discours culturels issus de la vie quotidienne et qui peuvent évoluer de par leur imbrication contextuelle. Dans cette acception du terme, nous

¹ Note de la traductrice : Nous traduisons ici le terme « b/ordering » par voisinage et arrangement socioterritorial pour transposer le jeu de mot anglais faisant allusion non seulement à ce qui fait office de « frontière » : « bordering » et de « order » qui peut signifier, entre autres, « ordre », « agencement », « arrangement ». Le terme « bordering » renvoie ici à une « différenciation (socio-)spatiale », celui de « ordering » renvoie ici à des « ordres symboliques particuliers de la réalité spatiale ».

ne nous intéresserons pas tant à la question de savoir si des qualités ou des sujets sont identiques (*idem*) mais à celle de savoir si des qualités sont réunies pour former un sujet (*ipse*) (Ricoeur, 1990). Par conséquent, on entendra par « identité » dans la suite de cette contribution l'auto-représentation d'être un habitant de la Grande Région, représentation qui se manifeste à travers des pratiques sociales. Ces dernières représentent des « surfaces manifestes » d'identités et produisent des effets de différenciations et de démarcations qui caractérisent le processus de « b/ordering ». Un tel processus désigne la réalisation des pratiques sociales de différenciation (socio-)spatiale (dans le sens du « bordering »), processus qui a pour résultat le codage ou la transcription du « ici » et « là » ou de ce qui est familier ou étranger à quelqu'un, ce qui représente à son tour des ordres symboliques particuliers de la réalité sociale (dans le sens de l' « ordering ») (Houtum, Naerssen, 2002 : 126). La problématique qui nous intéresse ici en particulier est celle de la formation des « arrangements » ou des « configurations » de ce qui est familier et de ce qui est étranger à quelqu'un et dans quelle mesure cette formation peut amener à affirmer qu'il existe bel et bien une identité transfrontalière. Dans ce contexte, on observera dans un premier temps les frontaliers de la Grande Région chez lesquels on est, à l'instar d'autres penseurs de la postmodernité², le plus à même de soupçonner l'émergence et le développement d'une identité transfrontalière. Ensuite, ce sont les résidents au Luxembourg qui sont, de par la taille modeste de leur pays et la présence massive de travailleurs frontaliers au sein du Grand-Duché, le plus susceptible de développer un sentiment d'identité par rapport à la Grande Région et ses résidents. Les représentations de Soi émanant de ses deux groupes de personnes dont nous voulons parler renvoient à divers aspects identitaires qui ont été étudiés lors d'une enquête (Wille, 2012a) effectuée auprès de travailleurs frontaliers issus de la Grande Région (N=458) et d'un sondage représentatif (IPSE, 2011) de la population résidant au Luxembourg (N=1 600). Dans ces deux études, des techniques d'enquête qualitatives et quantitatives ont été utilisées et les résultats de chaque enquête ont été rassemblés de manière heuristique. Afin de mettre en contexte les résultats de l'enquête présentés dans cette contribution, nous allons essayer de donner d'abord un aperçu global de la situation des travailleurs transfrontaliers en Grande Région.

² Comme par exemple : les flâneurs et les touristes (Baumann, 1997).

Marché du travail transfrontalier

Pour trouver les traces d'une circulation – autre que ponctuelle – de travailleurs frontaliers sur le territoire de l'actuelle Grande Région, il faut au moins remonter à la fin du XIX^e siècle. Depuis cette époque, de nouveaux flux circulatoires de travailleurs transfrontaliers se sont progressivement formés au gré des diverses mutations économiques et politiques. Le phénomène transfrontalier a connu un essor particulier en Grande Région au cours des années 1980 lorsque dans un contexte de mesures de changements structurels par le choc pétrolier des années 1970, le Luxembourg a vu s'accroître son besoin de main-d'œuvre.

Jusqu'à présent, la Grande Région se caractérise par une mobilité importante dans la mesure où le quart de tous les frontaliers de l'Union européenne y transite. Ces quelques 200 000 frontaliers résidant à l'intersection des quatre frontières travaillent au Luxembourg pour environ les trois quarts d'entre eux, tandis que plus de la moitié vit en Lorraine, ce qui fait de ces deux régions des régions-clé au niveau du marché transfrontalier. Nous avons déjà présenté en détail ce marché transfrontalier dans une autre contribution (Wille, 2012a : 105). Nous allons nous concentrer ici sur deux caractéristiques.

Concentration des flux vers le Luxembourg : Comme nous l'avons mentionné plus haut, le Grand-Duché a joué un rôle important au niveau du phénomène transfrontalier depuis les années 80 au plus tard. C'est ainsi que davantage de Français ont commencé à « faire la navette » entre la France et le Luxembourg qu'entre la France et l'Allemagne ; de la même façon se dessine depuis le tournant du XXI^e siècle une forte augmentation du nombre de frontaliers qui transitent de l'Allemagne vers le Luxembourg. L'importance croissante des forces de travail issues des régions voisines pour le tissu de l'économie luxembourgeoise va de pair avec cette évolution. Si l'on ajoute au nombre de frontaliers travaillant au Luxembourg le nombre d'étrangers y résidant, on remarque que cette somme dépasse en 2001 pour la première fois le chiffre correspondant au nombre de Luxembourgeois. Aujourd'hui, les quelque 155 000 frontaliers (2011) travaillant au Grand-Duché représentent là-bas presque la moitié (44%) des actifs. Ils travaillent essentiellement dans le secteur privé, en particulier dans des industries manufacturières, dans les prestations de services destinées aux entreprises et dans le commerce.

Asymétrie des flux : La concentration croissante des flux vers le Luxembourg s'accompagne du fait que cette mobilité des travailleurs s'effectue presque toujours dans le même sens. Force est en effet de constater qu'il existe un déséquilibre quantitatif des mouvements dans les régions

de la Grande Région. Ce qui saute aux yeux, c'est surtout l'asymétrie au Luxembourg où il existe 155 000 navetteurs en direction du Luxembourg contre seulement 1 000 navetteurs qui se dirigent à l'extérieur du Luxembourg. En d'autres termes, cela signifie que – contrairement aux autres régions voisines dans lesquelles, hormis dans le *Land* de la Sarre, beaucoup plus de frontaliers passent la frontière dans ce sens que dans l'autre – le Grand-Duché draine une très large partie des forces de travail. La Lorraine où vit la majorité des frontaliers de la Grande Région est particulièrement concernée par ce solde négatif de frontaliers.

Ces explications permettent de mettre en évidence l'intensité des processus d'échange au niveau du marché du travail transfrontalier et le rôle particulier qu'y joue le Luxembourg au sein de cet espace. En se fondant sur ces premiers éléments d'explication, nous allons nous demander dans un premier temps dans quelle mesure la mobilité circulaire a des répercussions sur les identités spatiales des frontaliers.

Constructions identitaires chez les travailleurs frontaliers

Les constructions identitaires des frontaliers peuvent être sondées à travers trois aspects. Il s'agit de savoir dans quelle mesure les frontaliers se sentent appartenir à différentes aires spatiales, dans quelle mesure ils considèrent les régions de travail comme étant « à l'étranger » et comment ils caractérisent les habitants de leurs régions de résidence et de travail. Ces interrogations qui portent sur les différenciations et la relativisation des constructions de différences entre ce qui est propre ou autre à quelqu'un, permettent de couvrir trois formes principales d'identification relatives à l'espace³. Les résultats empiriques pris en considération sont fondés sur l'enquête (évoquée plus haut) auprès des frontaliers de la Grande Région dont l'échantillon se présente de la façon suivante :

³ On peut renvoyer ici à Graumann (1983) : « *Identification with* » ; « *identification of* » ; « *being identified* » (Cf. Weichhart, 1990 : 14).

Tableau 1 : Échantillon selon les flux de frontaliers

Région de résidence	Région de travail	Nombre	Pourcentage de l'échantillon
Lorraine	Sarre	87	19,0
Lorraine	Rhénanie-Palatinat	22	4,8
Lorraine	Luxembourg	85	18,6
Lorraine	Wallonie	96	21,0
Sarre	Luxembourg	28	6,1
Rhénanie-Palatinat	Luxembourg	106	23,1
Wallonie	Luxembourg	14	3,1
Autres	/	20	4,4
Total	/	458	100,0

Source : Wille, 2012a : 97

Appartenances territoriales et spatiales : Lors de cette enquête, différentes échelles spatiales⁴ ont été présentées à 458 frontaliers. On a demandé à chaque personne de cet échantillon d'indiquer à quelle région elle a le sentiment d'appartenir (« Je me sens citoyen de... »). Il résulte de cette enquête que toutes les aires considérées possèdent un certain potentiel d'identification mais avec une intensité différente suivant les cas (l'intensité étant évaluée de « faible » à « forte » selon une échelle de 1 à 5). C'est ainsi qu'on peut noter un grand sentiment d'appartenance en ce qui concerne le lieu de résidence (4,2), la région où l'on vit (4,3) et le pays où l'on vit (4,3). Après cela arrivent les niveaux de citoyen du monde (ou cosmopolite) (3,4) et d'Européen (3,9). On constate que le plus faible sentiment d'appartenance a trait à la Grande Région (2,9) et au lieu où l'on travaille (2,9)⁵. Dans son enquête effectuée

⁴ Citoyen du monde, Europe, Grande Région, lieu de travail, pays de résidence, région de résidence, lieu de résidence.

⁵ Il existe des différences au niveau du sentiment d'appartenance sur le plan spatial selon que les habitants ont emménagé à un moment donné dans cette région ou toujours vécu dans la région en question. Les frontaliers qui ont toujours résidé dans leur région de résidence ont plus d'affinités avec des niveaux situés en-dessous du niveau européen alors que les frontaliers qui se sont installés dans cette région se sentent davantage comme des Européens ou des personnes cosmopolites.

auprès des jeunes et des adultes des entités régionales de la Grande Région, Gundula Scholz (2011 : 214) arrive également à la conclusion qu'en terme d'identités spatiales, le niveau grand-régional reste en deçà par rapport aux niveaux local, régional, national. Ceci peut s'expliquer en partie par le fait qu'en dépit des nombreuses coopérations mises en place dans tous les domaines sociétaux, ce que désigne le terme de Grande Région reste une construction essentiellement politique, perçue comme vague et sans grand potentiel d'identification par de nombreuses personnes interrogées. Les résultats des enquêtes effectuées sur la perception et la définition de la « Grande Région » et de « SaarLorLux »⁶ montrent qu'elles recouvrent seulement de manière approximative le découpage de cet espace de coopération politique et renvoient davantage au « noyau » SaarLorLux, c'est-à-dire les territoires Sarre-Lorraine-Luxembourg dans lesquels s'étaient déjà fortement tissés des liens économiques transfrontaliers à la suite de la formation du Triangle Lourd dans le cadre la Communauté Européenne du Charbon et de l'Acier (CECA) (Ried, 1972). Cet espace restreint est aujourd'hui marqué par l'intensité des relations de coopération transfrontalière qui l'animent (ESPON, Université du Luxembourg, 2010 : 64).

Étant donné que le sentiment d'appartenance à la région où l'on travaille est plutôt faible comparé aux autres attachements, on peut avancer l'idée que les travailleurs frontaliers ont une pratique sociale qui fragmente l'espace. Ceci est l'occasion d'aborder le découpage spatial « ordonné » et « correct » des activités professionnelles et extra-professionnelles selon la région où l'on est domicilié ou où l'on travaille. C'est pour cette raison qu'un travailleur frontalier résidant dans la Rhénanie-Palatinat et travaillant au Luxembourg dira par exemple : « Je saute la pause midi pour pouvoir justifier le fait que je quitte le travail à 7 heures ce soir pour ne pas mettre complètement entre parenthèses ma vie privée à Trèves. » Ceci va fréquemment de pair avec un intérêt assez limité pour le quotidien de la région de travail. Ce sentiment peut se résumer par une conception que l'on pourrait formuler de la façon suivante : « Nous ne sommes de toute façon pas concernés. » Certes, 60% des frontaliers interrogés suivent l'actualité quotidienne de la région où ils travaillent mais dans une large mesure de manière passive et occasionnelle, comme grâce aux journaux gratuits⁷ qu'ils trouvent dans les entreprises et

⁶ On a demandé aux personnes enquêtées comment elles expliqueraient le terme de « Grande Région ». Lorsque ce terme ne leur évoquait rien, elles ont été interrogées au sujet du terme « SaarLorLux ». À ce sujet, cf. Wille (2012a : 292).

⁷ Cf. plus en détail la contribution de C. Lamour dans cet ouvrage.

les transports en commun ou encore par le biais de collègues, ce qu'un frontalière travaillant au Luxembourg exprime en ces termes :

Cela n'est pas pertinent pour moi. Bien sûr on obtient n'importe quelles informations par le biais des autres collègues, par les collègues luxembourgeois, mais je ne peux pas faire là tout de suite un compte rendu exact de la situation. À ce niveau, je m'intéresse davantage à la politique allemande puisque c'est là que se trouve le centre autour duquel gravite ma vie. (Rhénanie-Palatinat – Luxembourg)

Il faut néanmoins souligner que l'intérêt manifesté pour la région de travail devient plus important lorsque les personnes interrogées sont plus âgées ou lorsque les frontaliers ont des membres de leur famille et des amis dans la région où ils travaillent ou encore lorsqu'ils y pratiquent des activités quotidiennes (cinéma, théâtre, rendez-vous médical, sortie...) (Wille, 2012a : 296-304).

(Dis)-continuités spatiales : D'autres jalons permettant d'identifier des éléments révélateurs de la constitution d'identité relative à l'espace ressortent de la question de savoir dans quelle mesure les frontaliers – qui changent constamment de pays – considèrent la région où ils travaillent comme « l'étranger ». Les personnes interrogées ont affirmé presque à l'unanimité ne pas ressentir la région où elles travaillent comme un pays étranger tout en étant en mesure de définir de manière précise et détaillée ce qui était différent « là-bas » par rapport à la région où elles vivaient.

Je ne fais vraiment qu'aller au travail et faire le plein d'essence. Je me rends à peine compte que je suis en territoire étranger. Au plus quand j'entends la langue... ou en faisant des courses, car le choix de produits est très différent. Ou en voyant les restaurants que l'on ne peut pas comparer aux restaurants allemands. Et le charme est aussi différent. Lorsqu'on est en été par exemple à Echternach, on voit tout de suite la différence – au Luxembourg, tout est très soigné, le contraste avec l'Eifel saute aux yeux. (Rhénanie-Palatinat – Luxembourg)

On n'a pas l'impression de passer une frontière tous les matins. En prenant les transports en commun, on a plein de gens autour qui travaillent au Luxembourg, on n'a vraiment pas l'impression d'aller travailler à l'étranger. Parce qu'il y a pas mal de Français qui y travaillent. Bien qu'on ressent que l'on est dans une grande ville [Luxembourg-ville], on entend dans le bus et partout plusieurs langues – un peu de français, d'allemand, de luxembourgeois, de l'anglais. (Lorraine – Luxembourg)⁸

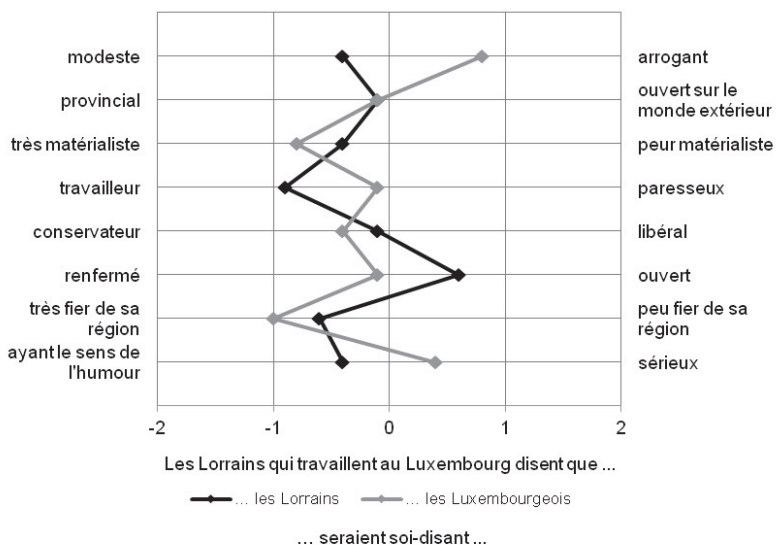
Ces citations illustrent bien le fait que les langues, les supermarchés, les restaurants, ou encore l'atmosphère générale, au même titre que les plaques

⁸ En Français dans le texte allemand [N.d.T.].

d'immatriculation, les plaques de rues et l'architecture, sont qualifiés de « différents » au Luxembourg même si l'on ne sent pas être parti à l'« étranger » ou que l'on évoque le fait de « s'y être habitué ». C'est ainsi que les processus de b/ordering se dessinent en relativisant l'idée de frontières politico-administratives en Grande Région et pour mettre l'accent sur les différences articulées dans la vie quotidienne entre ce qui nous est familier et ce qui nous est étranger.

Perceptions de Soi et perceptions des autres/de ce qui nous est étranger : Les processus de délimitation spatiale des différences peuvent également être reconstruits à l'aide des perceptions de Soi et de l'Autre. C'est ainsi que l'on a demandé à 458 frontaliers de formuler des appréciations sur les habitants des régions où ils travaillent et où ils habitent. À cette fin, un différentiel sémantique avec des échelles fixées grâce à des paires d'adjectifs antonymiques a été introduit. Par le biais de ces adjectifs, les personnes interrogées ont pu voir ainsi s'offrir à eux un spectre sémantique sur la base duquel ils pouvaient indiquer des constructions de différences ou de similarités possibles.

Illustration 1 : Perceptions de Soi et de ce qui est étranger pour les frontaliers lorrains travaillant au Luxembourg (n=85)



Source : Wille, 2012a : 309

La mise en regard des perceptions des résidents de la région habitée et celle où l'on travaille met au jour des différenciations. C'est pour cette raison que – comme l'illustre l'exemple des frontaliers venus de Lorraine pour travailler au Luxembourg – des qualités considérées en général comme positives sont plutôt attribuées à son « propre » groupe et des qualités négatives sont imputées à l' « autre » groupe. Les habitants de la région où l'on travaille sont presque systématiquement considérés comme arrogants, les personnes de la région d'origine sont perçues comme plus travailleuses. Ce schéma montre également l'opposition entre le côté « ouvert » ou le côté « renfermé » des personnes qui travaillent ou résident dans la région en question. En dernier lieu, les habitants de la région habitée sont perçus comme ayant plus d'humour que ceux de la région où se situe le lieu de travail (Wille 2012a : 305). Cela signifie que l' « ordre » – c'est-à-dire l'arrangement des résidents de la région où l'on travaille (les autres) d'une part, et les résidents de la région où l'on réside (« les siens ») d'autre part – reste intact malgré le franchissement quotidien des frontières. Nous ne pouvons donc pas partir du principe qu'une présence physique sur le long terme dans deux États-nations différents ait obligatoirement pour résultat de forger une identité transfrontalière ou que les catégories de ce qui est propre ou de ce qui est autre, axées sur les frontières nationales, s'estomperaient.

Constructions identitaires dans le contexte du phénomène (trans)frontalier

Jusqu'ici, notre réflexion a pris en compte les seuls frontaliers de la Grande Région. Dans la suite de notre propos, nous allons effectuer un changement de perspective en nous focalisant sur la population résidente au Luxembourg et en l'interrogeant sur une possible identité transfrontalière. À cette fin, nous allons analyser dans quelle mesure la population résidente – eu égard à la présence depuis des décennies des frontaliers dans leur pays – effectue des marquages de différences ou de distinctions par rapport aux navetteurs. En d'autres termes, nous allons étudier dans quelle mesure l'autre (le frontalier) est « autorisé à s'immiscer » dans la sphère de ce qui est propre (c'est-à-dire à la population résidente du Luxembourg). L'interprétation de Soi faite par la population résidant au Luxembourg donne des indices en matière de perceptions des frontaliers⁹.

⁹ Les idées développées ici sont le fruit de réflexions déjà menées auparavant dans les textes suivants : Wille, 2011 ; 2012b.

Langue : Selon l'étude évoquée plus haut dans cet article, 57% de la population résidante partage l'opinion que les frontaliers représenteraient « une menace pour la langue luxembourgeoise ». Il est ici fait allusion aux situations de contacts linguistiques dans l'espace public (par exemple dans les restaurants, supermarchés, hôpitaux, etc.) dans lesquels les Luxembourgeois ne peuvent que partiellement, ou même pas du tout, communiquer en langue luxembourgeoise en raison des lacunes linguistiques de leurs interlocuteurs frontaliers travaillant au Luxembourg. Il est frappant de voir que, lors d'entretiens plus approfondis, les personnes interrogées ne formulent pas l'exigence d'avoir des interlocuteurs ayant atteint un niveau intermédiaire de connaissances linguistiques mais pensent qu'il suffirait que les navetteurs « se donnent un peu de mal », « fassent preuve d'un peu de bonne volonté ». Cette relativisation des compétences linguistiques montre qu'il s'agit là moins de la fonction communicative du luxembourgeois que de son rôle comme marqueur d'identité (Lüdi, 2008 : 190), ce qui n'est pas sans faire écho aux processus de « b/ordering ».

Culture : Environ la moitié (55%) de la population résidant au Luxembourg est de l'avis que les frontaliers sont synonymes d'« enrichissement pour la culture luxembourgeoise ». Au cours d'entretiens plus approfondis, le contexte multilingue du Grand-Duché est souvent rappelé, comme la proportion importante d'étrangers au sein de la population résidante (44%) ou encore le concept politique ou d'espace de vie de la « Grande Région ». D'un autre côté, on souhaite que les frontaliers s'adaptent davantage et fassent preuve de plus d'intérêt et de respect pour le pays et les habitants au Luxembourg. Cela signifie que les personnes interrogées (re-)construisent certes une certaine diversité et ouverture, mais veulent qu'en retour la « culture luxembourgeoise » soit reconnue par le frontalier, ce qui à son tour serait un facteur de stabilisation pour l'identité du propre groupe.

Économie : La majorité de la population résidant au Luxembourg (87%) considère les frontaliers comme « éléments indispensables à l'économie luxembourgeoise ». Au cours d'entretiens plus approfondis, différentes lignes d'argumentation en lien avec ce point se sont dessinées. On évoque alors le nombre insuffisant de Luxembourgeois pour pourvoir à la demande de main-d'œuvre émanant du Grand-Duché. Les personnes interrogées mentionnent souvent le fait que les Luxembourgeois n'ont pas souvent tout à fait les qualifications requises pour certains emplois. Le maintien d'un certain niveau de vie et la croissance économique apparaissent aux yeux des personnes interrogées également comme inconcevables sans la présence des frontaliers sur le territoire. Pour finir, les frontaliers sont salués par certaines personnes

interrogées comme des consommateurs, des contribuables et contributeurs à l'équilibre des caisses de sécurité sociale.

Marché du travail : Environ un tiers (34%) de la population « autochtone » est convaincu que « les frontaliers prennent les emplois des Luxembourgeois ». Ces personnes avancent l'argument que les frontaliers constitueraient une concurrence déloyale en travaillant pour des salaires plus bas et en évinçant ainsi les Luxembourgeois du marché du travail. D'un autre côté, les meilleures qualifications et la réputation de travailleurs motivés dont jouissent les frontaliers sont souvent soulignées. Par conséquent, des solutions sont certes proposées par les personnes interrogées telles que par exemple « la préférence nationale », c'est-à-dire la possibilité d'employer des Luxembourgeois plutôt que des frontaliers ou d'introduire des « quotas de Luxembourgeois » au sein des entreprises. La majorité des personnes interrogées rejette pourtant l'idée selon laquelle il existerait une réelle compétition pour obtenir un emploi et attire l'attention sur la tendance des Luxembourgeois à se replier sur des postes dans le service public où ils restent « protégés » de la concurrence jugée « déloyale » des forces de travail étrangères.

Les résultats d'enquête présentés ici de manière succincte reflètent une perception relativement positive des frontaliers sur le plan socio-économique. En ce sens, les frontaliers sont évidemment les bienvenus et sont autorisés à s'intégrer dans la sphère de ce qui est propre aux Luxembourgeois. Le but de ce « b/ordering » est la stabilisation de ce qui nous est propre et la garantie d'un niveau de vie élevé et d'une croissance économique. Cependant, si l'on prend en compte les aspects socioculturels, on constate que la population résidant au Luxembourg a plutôt tendance, de par son comportement, à exclure les travailleurs frontaliers que l'inverse. Cette attitude de méfiance et de rejet se perçoit à travers la mise en relief d'un danger présumé émanant des frontaliers par rapport à la langue luxembourgeoise (péril) et dans la relativisation de l'enrichissement culturel que représentent les travailleurs frontaliers pour la culture luxembourgeoise. Tandis que l'on constate d'un côté une certaine ouverture vis-à-vis de l'autre, on se rend compte également d'un autre côté que les frontaliers ne doivent pas se mêler ou toucher aux constructions identitaires – telles que par exemple la culture et la langue. D'un point de vue socioculturel, un « b/ordering » est pratiqué dans la mesure où la langue luxembourgeoise forme un critère de différenciation. Somme toute, les résultats de cette enquête reflètent une construction identitaire pragmatique et destinée à être confortée au sein de la population résidant au Luxembourg dans le contexte du phénomène transfrontalier.

Le « b/ordering », un élément (visiblement) incontournable

Les résultats d'enquête présentés vont être à présent reliés à la théorie. Il est clair que les frontières nationales en Grande Région sont devenues perméables et que les « arrangements » habituels de ce qui est propre ou étranger ont été mis « en désordre ». En même temps, parmi les groupes de personnes enquêtées, une pratique du « b/ordering » se dessine qui reconstruit les catégories du « ici » et du « là-bas » et qui s'appuie pour cela sur des délimitations établies par les frontières nationales. L'aspiration à avoir un certain « ordre » de ce qui est propre ou autre semble persister aussi dans des conditions de forte mobilité dans les régions avoisinantes. C'est ce que mentionne Jürgen Zinnecker (2006 : 149) lorsqu'il souligne que l'Autre est indispensable à l'endroit où les frontières semblent se confondre : « Le frontalier a besoin d'un 'étranger' structuré et civilisé pour 'switcher' – au-delà des marquages de frontières – entre son propre territoire et le territoire étranger. » Le caractère incontournable de l'Autre ici implicitement évoqué – caractère qui émerge en permanence de nouveau à travers les processus de « b/ordering » – peut être relié à trois caractéristiques centrales des constructions identitaires.

*L'Autre comme adversaire/partie complémentaire*¹⁰ : Comme nous l'avons indiqué, les identités dépendent toujours d'un vis-à-vis. Selon la situation et le moment, cette partie adverse peut être différente mais elle reste toutefois en permanence constitutive pour le Soi. Ainsi s'agit-il d'une relation complémentaire des deux catégories, car :

L'identité est générée par la relation réciproque de ce qui nous est propre et de ce qui nous est étranger ; en ce sens l'auto-détermination et l'identification à ce qui nous est propre vont de pair avec une mise à distance, une isolation de l'Autre dans le domaine de ce qui nous est propre (Reuter, 2002 : 8).

Ceci met en évidence la raison pour laquelle les frontaliers qui font en partie la navette depuis des décennies pour se rendre dans la région de travail ne considèrent pas cette région comme « l'étranger » mais qualifient toutefois cette région de « différente ». De telles différenciations sont pertinentes pour la constitution d'une identité et reflètent des représentations du Soi, comme par exemple celle que la région où l'on habite est moins bien entretenue ou que le multilinguisme y serait plutôt une exception.

L'Autre comme incitation à se remettre en question : Si l'Autre comme complément de ce qui nous est propre est un facteur stabilisateur, il est aussi une incitation à se remettre en question. Ceci se manifeste par exemple à travers

¹⁰ Le mot allemand « *Gegenpart* » désigne au théâtre le partenaire qui donne la réplique. Il est la « partie complémentaire qui fait face ».

un sentiment d'agacement lorsque l'Autre entérine de manière durable des normalités prétendument valables, lorsqu'il « s'approche » trop près de ce qui nous est propre ou encore lorsqu'on ne perçoit pas son « caractère énigmatique » ou insondable comme un objet de fascination mais comme une « menace ». Lors de ces moments d'incertitude qui marquent en général les sphères du travail et de vie transfrontalières, des processus de « b/ordering » sont à l'œuvre pour transformer des incertitudes en certitudes. Henk van Houtum et Ton van Naerssen (2002 : 126) abordent le caractère ambigu du caractère transfrontalier :

(B)ordering rejects as well as erects othering. This paradoxical character of bordering processes whereby borders are erected to erase ambiguity and ambivalent identities in order to shape a unique and cohesive order, but thereby create new or reproduce latently existing differences in space and identity – is of much importance in understanding our daily contemporary practices.

Les passages de frontières sont indissociables des phénomènes de (re-)constructions du « complément adverse » [*Gegenpart*] pour éviter les ambiguïtés émergentes ou « désordres ». Après avoir observé la population résidant au Luxembourg, on a pu constater qu'il existait deux stratégies différentes de « b/ordering ». D'une part, on a pu remarquer une « re-construction » relativement faible d'une partie adverse/complémentaire, ce qui s'explique par le caractère indispensable au point de vue économique des frontaliers mais aussi par la « distance supportable » à laquelle ils sont tenus. Il est ici question de certaines compétences linguistiques et des implicites socioculturels qui sont autant de freins pour les frontaliers pour entrer dans le service public (Wille, 2010). Il est également question de la mobilité circulaire des frontaliers qui mettent certes en désordre tous les matins le rapport de ce qui nous est propre à ce qui est autre, mais conforte le soir l'« ordre » familier du ici et là-bas. D'autre part, on perçoit des (re-)constructions fortes de la partie adverse/complémentaire au sein des populations résidant au Luxembourg en réaction au sentiment d'une mise en question de la langue nationale qui possède une forte valeur symbolique au moins depuis 1984¹¹.

L'Autre comme construction : Les processus de b/ordering évoqués ici sont fondés sur des distinctions qui posent des jalons de différenciations potentielles pour construire une partie adverse/complémentaire. Ce type de processus régulateurs met en évidence la différence – par exemple les locuteurs

¹¹ La loi du 24 février 1984 sur le régime des langues au Luxembourg stipule que le luxembourgeois, le français et l'allemand sont les langues officielles. Il faut toutefois distinguer entre la langue nationale (le luxembourgeois), les langues administratives (le luxembourgeois, le français et l'allemand) et la langue juridique (le français).

luxembourgeois et les non-locuteurs luxembourgeois – en tant que preuve d’une identité propre, mais ils obéissent également à une logique affirmative :

C’est ainsi que la dévalorisation et l’exclusion de ce qui nous est étranger ont pour effet la mise en valeur et l’isolement d’un groupe propre par le biais de la mise en évidence de la présence d’un adversaire, de la cohérence et de l’intégration du groupe, sa loyauté et sa coopération envers les uns les autres [...] (Reuter, 2002 : 43).

Julia Reuter (*ibid.* : 42) parle en ce sens d’un « mouvement de l’extérieur vers l’intérieur » propre au phénomène de « b/ordering » qui se manifeste dans la dévalorisation tendancielle de l’Autre au profit du fixement et de la stabilisation du groupe interne qui se démarque des autres. Les frontaliers interrogés suivent également cette logique déjà abordée par Henri Tajfel et John C. Turner (1986) dans le cadre de leur théorie de l’identité sociale lorsque ces derniers distinguaient les habitants des régions où l’on travaille et où l’on réside et prêtaient à l’« autre » groupe, groupe apparaissant un moyen de régulation pour le Soi, des qualités plutôt négatives.

L’intégration théorique des résultats d’enquête précédents suggère qu’il est impossible qu’il y ait des identités transfrontalières en Grande Région. Mais une telle conclusion serait toutefois un peu hâtive. Elle prend certes en compte le fait que les identités sont toujours dépendantes quelque part d’une « (re-)construction » de frontières ainsi formées, mais la distinction analytique entre les frontières des États (en tant que résultats de l’action politique) et des frontières se manifestant au quotidien (en tant que résultats de pratiques sociales) reste négligée. Ces deux dimensions ont été prises en compte dans cette contribution lorsque les personnes interrogées ont pour la plupart évoqué les démarcations politico-administratives familières comme des catégories de distinctions importantes pour les processus quotidiens de « b/ordering ». Ce résultat empirique limite l’espace de possibilité d’expression de véritables identités frontalières qui se reflètent à travers une distorsion entre des catégories politico-administratives et des catégories culturelles quotidiennes du « b/ordering ». Il s’agit donc d’une identité transfrontalière lorsque le Soi émerge par le lien constitutif avec l’Autre, c’est-à-dire entre les habitants de la région de travail *et* de la région de résidence ou de la région de résidence *et* de la région voisine. Des tendances de ce genre sont perceptibles en Grande Région même si un « b/ordering » axé sur des délimitations politico-administratives domine toujours. Afin de sonder les incohérences ou les identités frontalières pronostiquées par les autorités politiques, il faut se servir d’instruments méthodiques qui puissent analyser les processus de « b/ordering » culturels liés à la vie quotidienne dans les différents

domaines de la société en utilisant une base empirique large et en déterminant le rôle des médias (transfrontaliers) dans la (re-)construction de l'Autre.

Références

7. Gipfel der Großregion, 2003, *Zukunftsbild 2020 für den interregionalen Kooperationsraum Saarland, Lothringen, Luxemburg, Rheinland-Pfalz, Wallonische Region, Französische Gemeinschaft und Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens*, Staatskanzlei des Saarlandes.
- Baumann Z., 1997, *Flaneure, Spieler und Touristen. Essays zu postmodernen Lebensformen*, Hamburg, Hamburger Edition.
- Eickelpasch R., Rademacher C., 2004, *Identität*, Bielefeld, transcript-Verlag.
- ESPO, Université du Luxembourg, 2010, ed., *Metroborder. Grenzüberschreitende polyzentrische Metropolregionen*, Endbericht, Luxemburg.
- Houtum H. van, Naerssen T. van, 2002, « Bordering, Ordering and Othering », *Journal of Economic and Social Geography*, 93, 2, pp. 125-136.
- Graumann C., 1983, « On multiple identities », *International Social Science Journal*, 35, pp. 309-321.
- IPSE, 2011, ed., *Doing Identity in Luxembourg. Subjective Appropriations–Institutional Attributions–Socio-Cultural Milieus*, Bielefeld, transcript-Verlag.
- Lüdi G., 2008, « Der Schweizer Sprachcocktail neu gemixt! Sprache als Brücke und Barriere », pp. 185-203, in : Müller-Jentsch D., ed., *Die neue Zuwanderung. Die Schweiz zwischen Brain-Gain und Überfremdungsangst*, Zürich, Avenir Suisse.
- Reckwitz A., 2001, « Der Identitätsdiskurs. Zum Bedeutungswandel einer sozialwissenschaftlichen Semantik », pp. 21-38, in : Rammert W. et al., ed., *Kollektive Identitäten und kulturelle Innovationen. Ethnologische, soziologische und historische Studien*, Leipzig, Leipziger Universitätsverlag.
- Reuter J., 2002, *Ordnungen des Anderen. Zum Problem des Eigenen in der Soziologie des Fremden*, Bielefeld, transcript-Verlag.
- Ricoeur P., 1990, *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil.
- Ried H., 1972, *Vom Montandreieck zur Saar-Lor-Lux-Industrieregion*, Frankfurt/Main, Diesterweg.

- Scholz G., 2011, « Der SaarLorLux-Raum zwischen Realität, Illusion und Vision. Wahrnehmung und aktionsräumliches Verhalten aus der Sicht von Bewohnern einer europäischen Grenzregion », *Institut für Landeskunde im Saarland*, 49.
- Tajfel H., Turner J. C., 1986, « The social identity theory of intergroup behavior », pp. 7-24, in : Worchel S., Austin W. G., ed., *Psychology of intergroup relations*, Chicago, Nelson-Hall.
- Weichhart P., 1990, *Raumbezogene Identität. Bausteine einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation*, (Schriftenreihe für Forschung und Praxis, Heft 102), Stuttgart, Franz Steiner Verlag.
- Wille C., 2010, « Der Grenzgänger als „notwendiges Übel“? Zur Wahrnehmung des Grenzgängerwesens in Luxemburg », pp. 316-327, in : Pauly M., ed., *ASTI 30+. 30 ans de migrations, 30 ans de recherches, 30 ans d'engagements*, Luxembourg, Guy Binsfeld.
- 2011, « Cross-Border Workers as Familiar Strangers », pp. 271-285, in : IPSE, ed., *Doing Identity in Luxembourg. Subjective Appropriations–Institutional Attributions–Socio-Cultural Milieus*, Bielefeld, transcript-Verlag.
- 2012a, *Grenzgänger und Räume der Grenze. Raumkonstruktionen in der Großregion SaarLorLux*, Frankfurt/Main, Peter Lang.
- 2012b, « Nous et les autres. La perception des frontaliers au Luxembourg », pp. 151-163, in : Belkacem R., Pigeron-Piroth I., ed., *Le travail frontalier : pratiques, enjeux et perspectives*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.
- Zinnecker J., 2006, « Grenzgänger. Denkweise und Lebensweise der (Post)Moderne? », pp. 140-156, in : Gebhardt W., Hitzler R., ed., *Nomaden, Flaneure, Vagabunden. Wissensformen und Denkstile der Gegenwart*, Wiesbaden, VS Verlag.

VINCENT GOULET
Université de Lorraine, CREM

BENEDICTE TOULLEC
Université de Rennes 1, CRAPE

Ce que le concept de « champ journalistique » peut dire de l'espace médiatique transfrontalier de la Grande Région

Un concept scientifique n'a de valeur que dans la mesure où on peut le faire « travailler » pour contribuer à rendre intelligible des phénomènes. Le mettre à l'épreuve d'une recherche et d'un terrain permet non seulement de constater sa robustesse mais aussi de l'adapter, de le transformer, peut-être de l'améliorer. Choisir un concept plutôt qu'un autre suppose de faire une hypothèse sur son adéquation à la problématique, que l'expérience validera ou non. Dans la phase exploratoire du programme de recherche Infotransfront, il nous est apparu utile de dresser un panorama des médias présents sur le territoire de la Grande Région, non seulement de façon descriptive mais également relationnelle : quelles sont les propriétés et l'organisation des principaux médias présents dans les cinq territoires concernés mais aussi quelles sont les interactions entre ces médias, leurs pratiques partagées, leur éventuelle histoire commune ? Pour approcher cette réalité dynamique et complexe, nous avons tenté d'utiliser le concept, proposé par Pierre Bourdieu, de « champ journalistique » en le faisant évoluer vers celui, un peu plus large de « champ médiatique », dans la mesure où cet espace de production de biens culturels rassemble non seulement des journalistes, des entreprises médiatiques et leurs récepteurs mais également des responsables politiques, des collectivités territoriales, des associations, etc. Peut-on ainsi étudier l'espace médiatique de la Grande Région « comme un champ » ? Cet outil scientifique est-il transférable dans un espace transfrontalier, et si oui, sous quelles conditions ?

Ce texte a une dimension exploratoire. Il ne prétend aucunement à l'exhaustivité concernant la Grande Région mais cherche à relever quelques

propriétés de cet espace médiatique afin de voir dans quelle mesure il présente des continuités. Dans la « Grande Région », au moins dans son « noyau fonctionnel¹ », des entités de coopération transfrontalière cherchent à diffuser un discours où une identité partagée est valorisée. Par ailleurs, la Grande Région est aussi un espace de pratiques quotidiennes transfrontalières pour une partie de sa population, dans les domaines de l'emploi², de la consommation, de la culture ou des loisirs³. Enfin, certaines questions sociétales et politiques, des « problèmes publics », ont indéniablement une dimension transfrontalière : la difficile reconversion des anciens sites miniers et métallurgiques situés aussi bien en Wallonie, en Sarre qu'en Lorraine ou au Luxembourg, la vieillissante centrale électronucléaire française de Cattenom, implantée à une dizaine de kilomètres des frontières luxembourgeoise et allemande, la congestion des réseaux routiers autour du Luxembourg aux heures de pointe, la question des droits sociaux des quelques 200 000 travailleurs frontaliers de la Grande Région écartelés entre plusieurs systèmes administratifs. Ces faits, qui ont tous un caractère transfrontalier, aspirent à la publicisation et sont susceptibles d'être traités par les médias de différentes nationalités qui opèrent sur le territoire de la Grande Région.

Nous verrons que ces potentialités ne sont pas suffisamment réalisées pour que l'on puisse étudier l'espace médiatique « grandrégional » comme un champ. Sa fragmentation, la diversité des habitus professionnels et l'absence d'investissements partagés dans le fait transfrontalier sont les principaux obstacles à l'utilisation du concept de champ médiatique. Cependant, même si celui-ci se révèle finalement peu adéquat, cette investigation aura mis en évidence quelques caractéristiques de cet espace transnational, en particulier la prégnance des logiques nationales qui président à la définition des trajectoires professionnelles journalistiques et à la production des informations jugées pertinentes. Si la Grande Région n'est pas une Europe en miniature, ni même son « laboratoire », comme ses promoteurs le prétendent parfois, elle partage, sur les points de l'organisation et du fonctionnement du système médiatique, des propriétés communes avec l'Union qui peuvent donner un éclairage utile sur les difficultés de constituer un « espace médiatique européen ». Enfin, la

¹ Soit le territoire central de la Grande Région, au sein duquel les interactions sont les plus fortes : la Moselle et le nord de la Meurthe-et-Moselle, la Sarre, le Grand-Duché du Luxembourg, la province du Luxembourg belge et la région de Trèves en Rhénanie-Palatinat (environ 3,5 millions d'habitants).

² Voir le texte de C. Wille dans cet ouvrage.

³ Pour une synthèse sur la Grande Région, voir Goulet (2013).

« crise » de la presse et les nouvelles pratiques culturelles des individus suggèrent que de nouvelles formes d'information plus attentives au transfrontalier ou au transnational sont en gestation.

Un espace médiatique aux interactions limitées

Un champ est avant tout un « espace structuré de positions dont leurs propriétés dépendent de leur position dans cet espace » (Bourdieu, 1984 : 113), de sorte que les mouvements ou actions de chaque agent (individu ou organisation) ont des effets sur les comportements des autres. Si l'on considère, par exemple, les médias nationaux français comme un champ, une nouvelle formule de *Libération* va avoir des effets sur la mise en page du *Monde*, le traitement d'une actualité par le journal *La Croix* va avoir une incidence sur la rédaction du *Figaro*, les enquêtes de Mediapart seront éventuellement reprises ou critiquées par les autres médias, les « Unes » des quotidiens et les « ouvertures » des journaux télévisés s'influencent réciproquement. Chaque rédaction cherche à imposer aux autres la façon légitime de traiter l'actualité, non pas en ce qui concerne les opinions mais les manières de faire, les procédures propres au travail journalistique. De cette coopération conflictuelle, qui s'appuie largement sur un système commun de formation professionnelle et des instances communes de reconnaissance et de consécration, naît une culture journalistique partagée qui s'impose à tous les agents du champ.

Dans la Grande Région, les différents médias sont cantonnés dans des territoires régionaux restreints⁴ et relativement imperméables, si bien que les médias, en particulier les médias dits « traditionnels » (presse écrite payante, radio et télévision) interagissent relativement peu entre eux.

En France et en Allemagne, les quotidiens régionaux sont en situation de quasi-monopole : en Moselle, *Le Républicain lorrain* (7 éditions locales et 120 000 exemplaires vendus), en Sarre, le *Saarbrücker Zeitung* (11 éditions locales et 145 000 exemplaires vendus), dans la région de Trèves, le *Trierischer Volksfreund* (12 éditions locales, 89 000 exemplaires vendus)⁵. Au Luxembourg belge, *L'Avenir* devance largement, avec 100 000 lecteurs, *La Meuse*, son concurrent qui est plutôt diffusé dans la région de Liège (il n'a

⁴ Le Grand-Duché du Luxembourg est un État à part entière mais de la taille d'un petit département français. À ce titre, ses médias ont à la fois une portée locale et nationale. Ces propriétés donnent au Luxembourg une place spécifique dans l'espace médiatique de la Grande Région.

⁵ Chiffres OJD et éditeurs de 2012.

que 23 000 lecteurs au Luxembourg belge⁶). Le Grand-Duché du Luxembourg est dans une situation particulière : il possède une presse nationale diversifiée, particulièrement bien soutenue par des subventions publiques, qui couvre aussi bien l'actualité internationale que la vie politique et sociale grand-ducale⁷. Ce partage des territoires entre les titres de presse écrite et l'absence de concurrence est un premier obstacle à la constitution d'un champ journalistique à l'échelle de la Grande Région.

Ce partage du marché des lecteurs, historiquement constitué selon les frontières administratives, est aussi encouragé par la logique économique : ainsi, pour faire baisser ses coûts de fabrication et pouvoir bénéficier des aides de l'État luxembourgeois à la presse, le *Républicain lorrain* a supprimé son édition locale luxembourgeoise qu'il publiait depuis 1961 pour créer, en 2001, en *joint-venture* avec le groupe de presse luxembourgeois Editpress, un nouveau titre francophone luxembourgeois appelé *Le Quotidien*. Ces formes de coopération capitalistique ne provoquent pas un surcroît d'interactions entre journalistes de cultures différentes ou un investissement plus fort de certains journalistes dans les territoires situés de l'autre côté de la frontière : l'actualité française publiée dans ce quotidien luxembourgeois consiste en de simples reprises d'articles de journalistes du *Républicain lorrain*. La seule initiative éditoriale commune à plusieurs quotidiens reste le supplément *Extra*, destiné à la « jeunesse », édité tous les trois mois par le *Tageblatt*, le *Saarbrücker Zeitung* et le *Républicain lorrain*, mais la portée de cette initiative reste relativement symbolique.

Globalement, les interactions entre médias sont faibles. Par exemple, la disparition d'un titre a peu d'effet sur le tirage des autres journaux situés de l'autre côté de la frontière. Ainsi, la disparition en septembre 2011, après 10 ans d'existence, de *La Voix du Luxembourg*, le quotidien national francophone du groupe Saint-Paul, n'a eu aucun effet sur *Le Républicain lorrain* en Lorraine ou *l'Avenir* dans la province du Luxembourg belge. À l'intérieur même du Grand-Duché du Luxembourg, les frontières entre les publics restent fortes. Les lecteurs de *La Voix*, qui visait les francophones des classes

⁶ Chiffres CIM 2009-2010.

⁷ Le *Luxemburger Wort* (catholique, fondé en 1848, 172 000 lecteurs), *Tageblatt* (socialiste, 1913, 47 000 lecteurs), *Zeitung vum Lëtzebuurger Vollek* (communiste, 1946, 2 500 lecteurs), *Lëtzebuurger Journal* (libéral, 1948, 7 300 lecteurs) (chiffres TNS-Ilres 2011).

supérieures ne semblent pas s'être reportés sur *Le Quotidien*, au lectorat beaucoup plus populaire⁸.

Facteur essentiel et souvent essentialisé, bien qu'il soit aussi le produit de l'histoire, la barrière linguistique entre la France et l'Allemagne est très forte. Si les kiosques des gares de Sarrebruck et Luxembourg proposent en bonne place le *Républicain lorrain*, de l'autre côté de la frontière, le *Saarbrücker Zeitung* ou la presse luxembourgeoise ne sont pas distribués dans les kiosques français, à l'exception de quelques points de vente situés dans les villes immédiatement frontalières. La frontière linguistique semble se renforcer : ainsi le *Metzer freies Journal-Républicain lorrain*, édité en allemand à sa création en 1919 puis en français et en allemand à partir de 1936, a cessé de paraître en allemand en 1989⁹. Aujourd'hui, la pratique de la lecture transfrontalière des quotidiens payants semble marginale dans la Grande Région.

Pour cette même raison, alors que les ondes passent aisément les frontières, la compartimentation des publics de radio et de télévision est presque totale entre les pays de langues française ou allemande. La disparition progressive, en France, de la pratique du « Platt » (les dialectes franciques du nord de la Moselle qui sont communs à nos voisins allemands et luxembourgeois) a en quelque sorte durci la frontière linguistique. On a peine à imaginer aujourd'hui l'engouement des familles du Thionillois pour « Hei Elei, Kuck Elei » de RTL, la première émission de télévision à être diffusée en francique luxembourgeois, c'est-à-dire leur langue natale, lors des après-midi dominicales des années 1970 et 1980. De nos jours, cette audience dialectale transfrontalière reste confidentielle. Une émission en « Platt » (mais il s'agit cette fois du francique mosellan) est diffusée par la chaîne locale « Mosaik TV » de Sarreguemines, fondée par des acteurs locaux en Moselle et en Sarre avec le soutien de fonds européen Interreg¹⁰, mais elle est uniquement diffusée sur les réseaux câblés français.

⁸ Selon les études de TNS ILReS, en 2011, *Le Quotidien* et *La Voix du Luxembourg* touchaient chacun 6,2% de la population luxembourgeoise de plus de 15 ans. En 2012, *Le Quotidien* plafonne à 6,5%.

⁹ Lors de sa dernière période, ce journal reposait sur des articles français du *Républicain lorrain*, retravaillés ensuite par des traductrices, telles qu'Eliane Kreid. Cette dernière a par la suite opéré un glissement professionnel vers le journalisme en restant au sein de la même rédaction. On constate ainsi que l'habitus journalistique reste effectivement bien circonscrit à l'espace national, le partage des langues ne renvoyant pas à un partage des pratiques journalistiques.

¹⁰ Cette chaîne associative touche potentiellement 400 000 téléspectateurs et s'est vue dotée d'un montant de 380 000 euros de soutien européen (FEDER-InterReg IIIA 2000-2006) dans le cadre d'un projet transfrontalier entre la Régie Intercommunale de

Le « tiers secteur audiovisuel », c'est-à-dire les télévisions locales lorraines (Mozaik TV, TV8 Moselle-Est¹¹, Mirabelle TV¹²), les radios associatives françaises, les télévisions locales allemandes de « libre accès » (*Offener Kanal*) qui toutes bénéficient d'un fort soutien des collectivités territoriales, s'adressent avant tout à des bassins de population bien précis. Ici, la logique politique comme la faiblesse de leurs moyens économiques incitent au fractionnement de l'audience. Leur contrat d'objectifs est en général axé sur le lien social et la proximité, avec pour mission implicite de valoriser les institutions qui les soutiennent. Le propos est alors de renforcer la cohésion interne et la relation avec les élus plutôt que de s'ouvrir au voisinage.

Dans le service public, quelques expériences d'émissions radiophoniques transfrontalières bilingues ont été menées par le Saarländischer Rundfunk en partenariat avec France Bleu Lorraine Nord. Nous reviendrons sur les propriétés sociales et culturelles particulières de leurs promoteurs qui ont souvent vécu leur engagement dans ces émissions comme une forme de militantisme. Dans le secteur privé, le processus général de normalisation de la production radiophonique conduit à une homogénéisation des produits et les groupes internationaux n'ont aucune propension particulière à développer des programmes transfrontaliers, coûteux à fabriquer pour un retour sur investissement aléatoire¹³.

En ce qui concerne la télévision, les populations monolingues ou bilingues peuvent regarder des émissions des pays voisins, mais ce phénomène relève plus de l'internationalisation de la diffusion et de la consommation télévisuelle que d'une politique de production de programme transfrontalier¹⁴.

Télédistribution du Pays de Bitche et le MedienKompetenzNetzwerk Südwestpfalz Pirmasens Zweibrücken e.V. http://www.cg57.fr/SiteCollectionDocuments/VivrelaMoselle/Territoires/Transfrontalier/transfr_interreg3_bilan.pdf [01.10.2013]. L'antenne s'est pérennisée lors de l'appel à projet FEDER Interreg IV.

¹¹ TV8 Moselle-Est est distribuée sur le câble dans la région de Forbach qui compte 17 000 foyers abonnés sur un territoire de 67 800 habitants. Elle revendique plus de 50 000 téléspectateurs dont 36 000 téléspectateurs réguliers de 15 ans et plus.

¹² Mirabelle TV, soutenue par le Conseil Général de la Moselle, peut toucher 3,8 millions d'habitants en Lorraine et au Luxembourg.

¹³ Ainsi, par exemple, Radio Salü, une antenne sarroise de format « Adult Contemporary », propriété à 45% du groupe français Lagardère et potentiellement captée en France, ne propose aucune émission orientée vers les pays voisins.

¹⁴ Les Luxembourgeois sont les plus forts consommateurs de médias étrangers. En dehors de RTL Télé Lëtzebuerg et ses deux heures de programmes quotidiens en luxembourgeois qui touchent chaque jour quelque 37% de la population, les Luxembourgeois regardent les chaînes allemandes – RTL Television (15%), ARD (14%) et

Pour les médias « mainstream » (nous avons volontairement laissé de côté les quelques médias récents qui pourraient avoir une activité transfrontalière et qui seront traités en troisième partie), le fort cloisonnement des publics, calés sur des territoires nationaux ou régionaux, les faibles interactions des médias entre eux, la quasi absence de coopération journalistique transfrontalière, laissent penser à l'inexistence d'un espace médiatique commun et par conséquent à l'impossibilité de l'étudier en tant que « champ ». On pourrait alors légitimement mettre en doute la pertinence d'avoir voulu utiliser cet outil conceptuel – voire l'utilité de la rédaction de cet article. S'interroger sur les raisons de cette non-existence permet, en creux, de mieux comprendre la structuration d'un espace médiatique. Pour cela, la mobilisation de la théorie des champs peut être utile.

Illusio et habitus : l'absence d'une culture journalistique et d'enjeux partagés

Un ensemble de facteurs politiques, économiques, culturels et linguistiques expliquent cette absence d'espace médiatique commun. On peut les distinguer pour la clarté de l'exposé mais ils sont bien sûr étroitement liés les uns aux autres. Le recours au concept de champ, dont la consistance est avant tout relationnelle, permet de rendre compte de cet enchevêtrement, ou de son absence, qui dépend principalement de la présence ou non d'un *illusio* commun, d'un investissement partagé dans les enjeux du champ : « Pour qu'un champ marche, il faut qu'il y ait des enjeux et des gens prêts à jouer le jeu, dotés de l'habitus impliquant la connaissance et la reconnaissance des lois immanentes du jeu » (Bourdieu, 1984 : 114).

Le plan politique

Le commentaire du jeu électoral comme celui des faits et gestes des élus restent un des domaines de prédilection de la presse d'information, or ce domaine reste circonscrit aux « États-conteneurs ». Les élections locales et régionales (nationales dans le seul cas du Luxembourg), l'organisation et la vie des institutions politiques sont spécifiques à chaque territoire et se déroulent selon des modalités et temporalités propres. Parce qu'il méconnaît les règles

ZDF (13%) – tandis que 17% de la population regardent tous les jours la chaîne française TF1. Les chaînes belges sont moins regardées avec 4% pour RTL-TV1 et 3% pour La Une (RTBF) (Étude TNS ILRES Plurimedia Luxembourg 2005/2006).

du jeu politique de son voisin et parce que ses conséquences directes (notamment fiscales et sociales) sur ses conditions de vie sont extrêmement limitées, il est difficile d'intéresser le lecteur ou l'auditeur à l'actualité politique de l'autre côté de la frontière. Ce constat illustre la forte dépendance du champ médiatique par rapport au champ politique, qui a déjà été identifié dans le cadre français (Champagne, 1995). Cette séparation des publics aux niveaux politique et institutionnel se produit y compris dans le cas d'une communauté de langue. Aussi les Wallons vont peu lire la presse payante lorraine ou luxembourgeoise francophone, tout comme les Lorrains qui ne sont pas des travailleurs frontaliers vont négliger la presse luxembourgeoise. Ce phénomène vaut également pour les deux *Länder* allemands : bien qu'appartenant au même groupe de médias¹⁵, les deux quotidiens régionaux allemands ont des rédactions et des lignes éditoriales totalement indépendantes, la frontière politique et culturelle entre la Sarre et la Rhénanie-Palatinat étant très marquée.

L'absence de centre d'intérêt commun pour les récepteurs est redoublée par le droit d'entrée particulièrement élevé que doivent payer les journalistes pour pénétrer le microcosme politique d'une région qui n'est pas originellement la leur. Ainsi, par exemple, lorsque le *Républicain lorrain* proposait une édition luxembourgeoise (de 1961 à 2001), le développement de la concurrence entre les médias français et luxembourgeois a pu conduire à favoriser les réseaux endogènes pour les sources. La vie politique des régions voisines est traitée selon des catégories de perception proches de la rubrique « politique étrangère », ce qui implique une certaine réserve, le passage par certains réseaux de production de l'information rattachés à la rédaction en chef (correspondants étrangers, agences de presse) et ne favorise pas le débat au sein d'un espace public commun.

La Grande Région, qui prévoyait depuis 2009 de devenir un véritable Groupement européen de coopération transfrontalière (GECT, projet qui a abouti en 2011), possède déjà plusieurs organes politiques comme le Conseil parlementaire interrégional (CPI), avec six commissions permanentes et le Sommet des exécutifs, mais parce qu'elles ont encore peu de pouvoir décisionnel, ces institutions sont peu connues. À l'occasion du Sommet des exécutifs, qui a lieu tous les deux ans, un article dans chaque quotidien de la

¹⁵ Le *Trierischer Volksfreund* fait partie du groupe Saarbrücker Zeitung dont l'actionnaire principal est depuis le 1^{er} janvier 2013 le groupe de médias Rheinische Post, situé à Düsseldorf. Auparavant, les deux journaux étaient possédés par le groupe Holtzbrink, à Stuttgart.

Grande Région couvre brièvement l'événement, déplorant le peu de résultats concrets de la coopération frontalière et se bornant à brosser le portrait du nouveau responsable « tournant » du « Sommet des exécutifs ». Par ailleurs, pour les personnalités politiques aspirant à des carrières prestigieuses, le niveau transfrontalier n'est pas (encore ?) opérant par rapport à un investissement dans un mandat régional, national voire au niveau des institutions européennes. Dès lors, leurs efforts pour présenter et visibiliser leurs fonctions et activités auprès des médias, et par conséquent leurs potentiels électeurs, restent réduits. Un « champ journalistique » ne peut que difficilement exister s'il n'est pas adossé à un « champ politique », ce qui nous conduit à proposer le concept de « champ médiatique » qui permet d'intégrer une partie de l'activité des acteurs politiques, eux aussi en lutte pour la définition de la réalité sociale¹⁶.

Des cultures journalistiques bien différentes

Les façons dont les journalistes conçoivent et pratiquent leur métier au quotidien, leur rôle et leur place dans la société, la représentation qu'en ont les usagers varient singulièrement selon les pays. Or, des « règles du jeu » communes sont le préalable indispensable à la constitution d'un champ médiatique commun. Elles sont difficilement définissables dans la mesure où chaque pays a son propre système de formation professionnelle, ses règles de contrôle déontologique, ses règles d'accréditation, ses façons de « faire carrière ».

Ainsi, en France, les vecteurs de professionnalisation sont principalement au nombre de deux : soit la personne est formée « sur le tas », après un passage plus ou moins long dans des filières générales de l'université, soit elle est formée en deux ans dans des écoles spécialisées « reconnues par la profession », ce qui lui permet d'obtenir un diplôme plus facilement monnayable auprès des employeurs. En Allemagne, il n'existe pas de formation « reconnue » au journalisme qui soit équivalente au système français, bien qu'il

¹⁶ Ce déplacement du champ journalistique au champ médiatique conduit également à penser différemment la question des règles professionnelles et de l'éthique des journalistes. La forte hétéronomie du champ journalistique, en tension permanente entre logique intellectuelle, économique et politique, a été depuis longtemps constatée (Champagne, Marchetti, 1994 : 59), de sorte qu'il vaut sans doute mieux placer ces impératifs contradictoires au cœur du fonctionnement du champ plutôt que de défendre une hypothétique « autonomie journalistique » calée sur le modèle du champ scientifique.

existe des écoles de journalisme qui forment 13,7% des titulaires (Robert, 2011). La « voie royale » vers la profession est la suivante : après des études universitaires assez générales (où les enseignements professionnels au journalisme restent limités), l'apprenti journaliste réalise un « *Volontariat* » d'un ou deux ans, une sorte de stage correctement rémunéré en entreprise où il apprend le métier au contact de journalistes expérimentés, avec souvent la possibilité de se faire embaucher dans cette même entreprise à l'issue de cette période. Ce type de formation, fondé sur le modèle allemand de l'apprentissage, se démarque de la culture française du diplôme (et de l'exigence croissante de la part des responsables d'entreprises d'une immédiate « employabilité » des diplômés), ce qui peut expliquer des rapports différents à l'entreprise¹⁷. La Belgique possède un autre système de formation confrontant notamment formations privées et publiques tandis que le Luxembourg n'a pas de formation spécialisée dans ce domaine : la plupart des journalistes travaillant au Luxembourg ont été formés en Allemagne ou en Belgique, un peu moins en France¹⁸. Les différences de formation au journalisme conduisent ainsi à des habitus professionnels distincts, parfois renforcés par des différences statutaires : la profession journalistique est plus exclusive en France qu'en Allemagne où l'activité journalistique liée à un service de communication peut être considérée comme du journalisme (Robert, 2011 : 142). La mise en relation de ces différents statuts et normes de conduite au sein d'un même champ pourrait donc devenir problématique.

Par ailleurs, on le sait, cette différence est renforcée par un système médiatique allemand beaucoup moins centralisé qu'en France, à l'image de l'organisation politique de la République fédérale. Le travail des journalistes dans les *Länder*, y compris dans les médias locaux, n'est pas le même que celui de leurs homologues français, tout comme leurs rapports aux lieux de pouvoir et aux personnalités politiques. D'une part, pour les rédactions comme pour leurs lecteurs ou auditeurs, les enjeux politiques des *Länder* ne sont jamais de second ordre, d'autre part, la dissémination des lieux de pouvoir (financier, économique, juridique) sur l'ensemble du territoire allemand (Berlin, Francfort, Karlsruhe, Hambourg, Munich, etc.) donne aux journalistes régionaux de vraies responsabilités politiques : le « provincialisme » à

¹⁷ Les rapports entre salariés et direction sont généralement plus tendus en France, alors qu'en Allemagne on cherche d'abord à résoudre les conflits par la négociation.

¹⁸ <http://www.holisticpage.com.au/european-journalism-education-george-terzis/9781841502359> [01.10.2013]. Pour la France, voir Ruellan, Marchetti (2001).

la française n'est pas la norme en dehors de la capitale¹⁹. Il est ainsi envisageable de faire une belle carrière journalistique comme spécialiste politique, économique ou culturel dans un titre influent d'une grande ville, sans forcément viser la presse nationale ou « *überregional* » (« suprarégionale »).

Au Luxembourg belge, la situation périphérique est plus accentuée encore qu'en Lorraine, puisque cette zone correspond à un territoire très peu dense de la Wallonie. Peu de prestige peut être retiré d'une spécialisation locale. La situation est inverse au Grand-Duché, qui est un État à part entière. Ici, au contraire, la couverture médiatique de la vie politique y est en quelque sorte hypertrophiée dans une sorte de microcosme où les élites économiques, politiques et culturelles se connaissent toutes et où les mouvements d'opinion d'une population de 500 000 habitants restent très prévisibles.

Les relations avec les autorités publiques et les méthodes d'enquête diffèrent fortement selon les cultures nationales. En Allemagne et au Luxembourg, les pouvoirs publics ont un devoir d'informer. Lors de la couverture de « faits divers » (un mot qui n'a pas d'équivalent en allemand) les journalistes se contentent bien souvent des communiqués de presse de la police²⁰ ou des pompiers pour rapporter l'événement sans être tenus de donner plus de détails. Les autorités policières françaises n'utilisent pas ce type de communication, si bien que les journalistes français, habitués à réaliser ce que l'on nomme « la tournée » (des commissariats, gendarmeries, pompiers), préfèrent nouer des relations privilégiées avec certains informateurs sources et bénéficier de « fuites » ou d'informations plus ou moins confidentielles. En pays de tradition germanique, les conférences de presse officielles, où les journalistes ont un rôle central, restent des lieux où les rédacteurs viennent véritablement chercher l'information et rencontrer les personnalités qui comptent, alors qu'elles sont plutôt dédaignées par les journalistes français qui les considèrent comme des opérations de communication et privilégient des liens directs avec leurs sources. L'organisation générale des processus de recueil d'informations n'est pas la même dans les deux cultures, ou du moins régie par des conventions différentes. En Allemagne, la proximité entre journalistes et hommes ou femmes de pouvoir est sans doute aussi étroite qu'en France (Schimmeck, 2010 : 11-40 ; Hubé, 2013) mais elle n'est pas publiquement manifestée dans la mesure où la norme sociale oblige les autorités publiques à une certaine

¹⁹ Voir dans ce même recueil la contribution de M. Baloge.

²⁰ Les « *Polizeimeldungen* » publiées sur le site internet de la police locale ou régionale détaillent les faits remarquables : accidents de la circulation, agressions, arrestations, etc.

transparence. En revanche, quand une personne politique ou un service d'État commet un faux pas, la critique de la part des journalistes sera plus acerbe qu'en France²¹.

Le passage d'une culture à une autre n'est pas sans poser des problèmes, aussi bien pour les journalistes que pour leurs récepteurs. La façon d'identifier et de cadrer des problèmes publics diffèrent, mais aussi les règles éthiques qui sont mises en avant pour les hiérarchiser et les traiter. Chaque culture médiatique possède son propre complexe « habitus-éthique-illusio » qui rend difficilement transférable d'un espace national à un autre les savoir-faire professionnels comme les horizons d'attente.

L'absence de définisseurs primaires communs

Les faibles interactions entre médias dans la Grande Région sont également expliquées par le fait que ces différents médias n'ont guère de sources communes. Or, le premier travail de définition des réalités sociales, la première forme de cadrage de l'actualité dépend des définisseurs primaires de l'information : institutions et corps intermédiaires, associations et groupes de pression, etc.²² Dans la Grande Région, chaque entreprise de presse s'appuie sur son réseau régional d'informateurs pour les événements locaux et sur les dépêches d'agences de presse nationales ou mondiales pour les autres informations, qu'elles concernent les pays lointains ou les proches voisins. Comme le reconnaît le directeur de rédaction du *Saarbrücker Zeitung* à propos des événements de type « fait divers », il est bien plus efficace (et économique) de recourir aux dépêches d'agences pour savoir ce qui se passe en France :

Wir haben keine eigenen Mitarbeiter in Frankreich, das heißt, der einfachste Weg über die Grenze ist, wenn eine Nachrichtenagentur darüber berichtet, also DPA, DAPD, oder AFP, dann ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass wir es allerdings verwenden, weil... Wir haben dann eine seriöse Quelle, von einem spektakulären Ereignis in Metz oder in Straßburg, das würden wir tendenziell nehmen, aber die Grenzen hier vorausgesetzt, nicht, also, desto weiter entfernt von Saarbrücken, desto geringer die Wahrscheinlichkeit. Es sei denn, es ist wieder ganz spektakulär. Ein Bombenanschlag in Paris, über den würden wir immer berichten, der würde auch über alle Nachrichtenagenturen reinkommen ... also

²¹ Voir le texte de V. Robert dans cet ouvrage.

²² Le concept de « champ médiatique » rend mieux compte, nous semble-t-il, de l'importance de ces agents dans le fonctionnement de cet espace social que celui de « champ journalistique ».

*ein Vorgang in Metz, oder in Straßburg, oder in Forbach, oder in Saargemünd, der müsste schon sehr spektakulär sein, dass wir ja darauf aufmerksam werden, weil wenn wir dort keine Mitarbeiter haben, ja? ist es sozusagen so eh... Nachrichtenagentur, oder wir werten zum Beispiel den *Républicain Lorrain* aus... Wenn wir sehen würden, der *Républicain Lorrain* würde sehr groß darüber berichten und es ist wirklich sehr spektakulär und wir haben's bis dahin nicht gewusst, dann würden wir dort irgendwann auch einsteigen, ja.*

En France, nous n'avons pas nos propres journalistes, ce qui signifie que la meilleure façon pour être présent de l'autre côté de la frontière, c'est lorsqu'une agence de presse telle que DPA, DAPD, ou bien l'AFP publie une information, alors, la probabilité est grande pour que nous utilisions cette information, parce que... Dans ce cas, nous avons une source sérieuse pour traiter d'un événement spectaculaire à Metz ou bien à Strasbourg, mais les frontières ne permettent pas de..., enfin, plus c'est loin de Sarrebruck moins grande est la probabilité. Sauf si l'événement est tout à fait spectaculaire. Un attentat à la bombe à Paris, où nous pourrions toujours dire que toutes les agences de presse viendraient, et euh... Il en est de même pour un événement à Metz ou à Strasbourg, ou à Forbach, ou à Sarreguemines, il devrait être vraiment très spectaculaire, pour que nous y prêtions attention parce que si nous n'avons pas d'équipe là-bas, oui, il est évident que euh... On consultera une agence de presse, ou par exemple le *Républicain Lorrain*... Si nous voyons que le *Républicain Lorrain* fait un dossier très conséquent à ce sujet et que c'est vraiment très spectaculaire et que nous l'avions jusque-là ignoré, nous aurions aussi à l'aborder à un moment donné, oui.²³

Pour les événements de moindre importance dans les villes situées à proximité de la frontière comme Forbach ou Sarreguemines, la lecture du *Républicain Lorrain* suffit à signaler des faits pouvant donner lieu à une brève ou à un éventuel article. Mais, même quand ils sont disponibles dans les rédactions allemandes, ces journaux arrivent tardivement dans la journée et il faut du temps et des compétences linguistiques qui manquent pour les lire et les dépouiller. Les agences locales du *Républicain lorrain* ne sont pas abonnées aux quotidiens régionaux allemands, si bien que les journalistes français doivent se contenter de leurs sites internet pour s'informer des événements de l'autre côté de la frontière. Le principe de circulation circulaire de l'information, qui participe à la structuration du champ journalistique en privilégiant certains thèmes par rapport à d'autres et donc en hiérarchisant collectivement l'information, ne peut ainsi être opérant dans cet espace plurinational.

²³ Entretien avec le directeur de la rédaction du *Saarbrücker Zeitung*, M. Herbst, le 26 septembre 2012.

À cet égard, le développement de l'IPI (Interregionale Presse / Presse Interregionale), une association regroupant des journalistes au sein de la Grande Région entre 1993 et dont le déclin s'accélérera en 2006, reposait en partie sur la volonté de faciliter la circulation de l'information et pouvait combiner certaines fonctions imparties aux clubs de presse. De la gestion de l'agenda médiatique de la Grande Région à l'organisation de conférences de presse annuelles, l'IPI occupait une position centrale dans la dynamique médiatique transfrontalière, dans le respect de l'habitus journalistique, du contexte spécifique de chaque pays. Néanmoins, elle n'est pas parvenue à structurer un champ médiatique commun à la Grande Région, sans doute trop respectueuse des situations nationales et n'ayant pas réussi à imposer un *illusio* commun. Les actualités des pays voisins peinent alors à trouver leur juste place dans le rubriquage ou la hiérarchisation de l'actualité par des médias régionaux, obnubilés par le local. La perception du voisinage semble osciller entre proximité immédiate (comme certains faits divers relativement anecdotiques) et rubrique européenne, voire internationale.

Le cas de la manifestation syndicale européenne contre l'austérité du 21 juin 2011 au Luxembourg illustre bien cette difficulté à valoriser l'information transfrontalière en tant que telle : si l'événement a bien été traité dans la presse luxembourgeoise (ce qui semble logique puisque le centre-ville de Luxembourg a été bloqué une journée entière, ce qui en fait une actualité nationale), il n'a pas été spécifiquement mis en valeur par le *Républicain lorrain* alors qu'un journaliste et un photographe de la rédaction de Thionville avaient couvert l'événement. Les responsables de la rédaction centrale, située à Metz, ont préféré privilégier la proximité immédiate et le lectorat local en mettant en « Une » la question du don du sang dans la région, donnant ainsi une faible visibilité au double niveau transfrontalier et européen de la manifestation au Luxembourg (un simple encart sur la colonne de gauche). L'article sur cette dernière a été relégué à l'édition de Thionville, en partie à cause du système très centralisateur de la gestion des éditions du titre régional, même si les deux titres se répondent non sans humour soulignant une même urgence « rouge », d'un côté politique, et de l'autre plus « biologique ». On constate le même phénomène pour *l'Avenir*, qui rend compte en pages régionales de la manifestation à l'aide d'une dépêche de l'agence Belgacom et qui n'entre dans le détail de ce défilé (à l'origine initié par l'association des syndicats de la Grande Région) que dans le cahier « Province du Luxembourg ». Cette difficulté pour les syndicats à communiquer au

niveau de la Grande Région²⁴ contraste avec leurs fortes capacités d'organisation logistique.

Illustrations 1&2 : à gauche : Une du cahier général du 22 juin 2011 ; à droite : Une du cahier local du 22 juin 2011.



Des logiques de rentabilité contraires au développement d'un journalisme « trans-régional »

Dans la presse quotidienne régionale (PQR), les réductions de personnel dans les agences locales se font dans une recherche de synergie de moyens, mais au détriment de la couverture de l'actualité transfrontalière. Par exemple, dans l'agence du *Républicain lorrain* de Thionville, un poste, occupé par un journaliste bilingue franco-allemand connaissant bien le Luxembourg a été supprimé. Ce journaliste est désormais en charge du bureau luxembourgeois qui est commun à l'ensemble des quotidiens du groupe EBRA-Crédit Mutuel auquel appartient le titre mosellan. Sa première mission est désormais de

²⁴ Voir dans ce volume la contribution de J. Frisch.

couvrir « l'actualité européenne » qui se produit au Grand-Duché, la production d'articles frontaliers étant devenue une activité secondaire et ponctuelle. Non seulement la rédactrice de la locale est privée d'un journaliste compétent mais elle doit reporter sur les autres les questions frontalières. Une journaliste expérimentée, mais nouvellement arrivée sur la locale, est désormais chargée de recenser les sujets concernant le Luxembourg. Non-germaniste, elle lit la presse francophone luxembourgeoise (*Le Quotidien* et *L'Essentiel*) pour trouver des papiers relevant plus de l'actualité « froide » (style de vie, culture, société) que de l'actualité « chaude » (politique, fait divers, événements imprévus). Un journaliste pigiste allemand est désormais en charge des sujets touchant l'Allemagne et écrit régulièrement des portraits de travailleurs frontaliers, trop longs à préparer et à rédiger pour les journalistes en poste.

Si une compétence collective pour les cultures luxembourgeoise et allemande continue d'être maintenue par la locale de Thionville, c'est au prix d'un surtravail de certains de ses membres et dans un sentiment d'urgence et d'un manque d'approfondissement de problématiques qui pourtant semblent intéresser les lecteurs, selon la conviction de la responsable de la locale.

Tandis que la réduction des effectifs des éditions incline vers « l'hyper local », la réorganisation des « informations générales » au sein du groupe EBRA accentue la prégnance d'un cadrage national. Un bureau parisien est désormais chargé de rédiger tous les articles d'actualité nationale, qui sont ensuite proposés à l'ensemble des titres du groupe. Si le point de vue reste celui d'un journaliste régional sur l'actualité nationale, celui-ci n'est pas précisément situé (ce peut être un Dauphinois, un Lyonnais ou un Alsacien) et se développe selon l'opposition Paris/Province. Le point de vue des cultures régionales sur l'actualité nationale ou internationale disparaît de la sorte, tout comme la possibilité de construire un point de vue trans-régional, qui ne soit ni tout à fait local ni seulement européen, sur les questions qui concernent la coopération et les enjeux de la Grande Région²⁵.

Considérée avant tout comme coûteuse, la pratique du journalisme trans-frontalier est finalement peu encouragée ou valorisée par les directions des entreprises médiatiques : au *Républicain lorrain*²⁶ comme au *Saarbrücker Zeitung*²⁷, aucune formation spécifique n'est proposée aux journalistes des

²⁵ L'exemple précédent de la manifestation syndicale européenne au Luxembourg est ainsi sans doute appelé à se renouveler.

²⁶ Entretien du 9 mai 2013 avec la responsable du *Républicain lorrain* à Thionville.

²⁷ Entretien du 26 septembre 2012 avec le directeur de la rédaction et le secrétaire général du *Saarbrücker Zeitung*.

éditions frontalières, il n'existe pas non plus d'encouragement financier (par exemple sous forme de prime) ou de reconnaissance particulière pour les journalistes bilingues ou enquêtant en dehors de leur pays ayant en charge des questions transfrontalières. Mais certains facteurs conjoncturels peuvent parfois inciter l'instauration d'une telle dynamique.

Le journaliste transfrontalier comme « marginal séquant »

Pour la plupart des rédacteurs et autres « journalistes de la base », le frontalier n'est pas central dans la mesure où le cœur du travail en locale est de rendre compte des événements ayant directement lieu dans la zone de diffusion de l'édition (exigence de la proximité et de l'adossement à un marché publicitaire territorialisé). La valeur d'une information, le prestige qu'elle peut procurer à son auteur peuvent être situés sur une échelle qui va du local au national en passant par le régional : un événement local peut faire la « Une » des pages « Région », voire figurer en « Une » du titre lui-même. Le niveau « grandrégional » se situe à la marge de cette hiérarchie et le capital spécifique accumulé par le traitement de l'actualité de la Grande Région est peu utilisable dans une carrière qui se joue au niveau local ou dans un cadre national.

Par ailleurs, bien peu de journalistes disposent des propriétés culturelles et sociales qui puissent permettre d'enquêter efficacement de l'autre côté de la frontière. Si les compétences linguistiques relèvent du prérequis, la collecte et le traitement des informations nécessitent d'autres compétences, liées notamment à la connaissance de l'histoire et de la culture de l'autre, la maîtrise des normes culturelles ou du fonctionnement des sources (on l'a vu à propos des faits divers mais la question se pose aussi pour des « données » apparemment aussi simples que le comptage kilométrique des bouchons). On imagine alors bien les difficultés occasionnées par le transfert de pratiques d'un territoire à l'autre et par l'apprentissage du fonctionnement d'un système administratif ou d'une communication institutionnelle étrangers. Ici encore, le Luxembourg a une position « interculturelle », même si les nombreux journalistes formés à l'étranger rencontrent l'obstacle de la langue. Un journaliste français ne sait pas écrire en allemand tandis qu'un Luxembourgeois formé en Allemagne pourra avoir quelques difficultés à rédiger aisément en français, chaque langue ayant ses propres routines d'écriture qui correspondent à différents publics.

Cependant, pour quelques personnalités finalement assez marginales au sein des rédactions, le transfrontalier peut s'avérer être une façon de se positionner, d'obtenir des marges de manœuvre ou être le fruit d'un capital social

et linguistique hérité de l'histoire ou de leur passé respectif (par exemple, génération ayant connu une présence plus importante du « Platt » sur leur lieu de vie, famille bi-nationale). La « vocation pour le transfrontalier » relèverait également une forme d'engagement voire de militance pour l'interculturalité, qui s'appuie sur une expérience personnelle, une pratique concrète du pays voisin. La reconnaissance recherchée ne se situe pas tant dans le milieu professionnel dans lequel ils se situent que dans des espaces connexes (dans le milieu musical par exemple, dans le cas de Gerd Heger, « pigiste permanent » au Saarländischer Rundfunk ou bien à travers la fréquentation d'interlocuteurs plus diversifiés et la possibilité de disposer de « marges de manœuvre » plus importantes dans le cas de ce journaliste bilingue du *Républicain lorrain* passé de l'édition thionvilloise au bureau luxembourgeois). Mais il peut également s'agir pour eux d'une façon de s'interroger sur leur façon de travailler, sur les normes professionnelles – dont rédactionnelles – développées dans chaque pays et d'enrichir leurs compétences journalistiques. L'écriture d'articles au sein de titres français de PQR n'offre pas toujours la possibilité d'innover d'un point de vue rédactionnel, tandis que les pratiques rédactionnelles germaniques pourraient permettre des formes de journalisme « plus interprétatif, valorisant plus le commentaire » (Neveu, 2009). Ces pratiques, également liées à des formes de journalisme dépassant le cadre localiste, telles qu'au *Süddeutsche Zeitung* ou au *Spiegel*, offriraient un prétexte pouvant contribuer à enrichir certaines écritures journalistiques comme l'a parfois expérimenté l'ancien journaliste bilingue de la rédaction de Thionville.

Nouveaux entrants et prémices de la constitution d'un champ médiatique « grandrégional »

Comme tout espace social, la Grande Région est en transformation permanente, si bien que de nouveaux éléments ou des reconfigurations peuvent s'avérer plus favorables à la constitution d'un « champ médiatique » – le fait d'élargir le concept de champ journalistique à celui de champ médiatique permet sans doute de mieux prendre en compte les acteurs intéressés ou engagés à la constitution d'un espace social où sont définis des enjeux communs.

La structure du champ est un état du rapport de force entre les agents ou les institutions engagés dans la lutte ou, si l'on préfère, de la distribution du capital spécifique qui, accumulé au cours des luttes antérieures, oriente les stratégies ultérieures (Bourdieu, 1984 : 114).

Chaque agent qui prétend participer au champ doit manifester son adhésion aux fondamentaux du champ, à son *illusio* commun, ce que Pierre Bourdieu a appelé « payer le droit d'entrée », mais leurs conduites diffèrent selon le volume de capital spécifique acquis dans le champ. Les agents en position dominante ont une stratégie conservatrice qui passe par la défense de l'orthodoxie de l'activité, tandis que les nouveaux venus qui aspirent à la domination, les *challengers*, sont enclins aux stratégies de subversion, à l'hérésie (*ibid.* : 115). Tout champ est dynamique, des éléments nouveaux (innovations techniques, événements politiques, entrée de nouveaux acteurs) pouvant permettre sa reconfiguration. Ce sont ces mêmes facteurs qui peuvent permettre, si l'on veut excuser cette formulation trop essentialisante, l'émergence d'un champ.

Dans l'espace médiatique de la Grande Région, les nouveaux venus doivent payer un « droit d'entrée » particulièrement élevé dans les sous-espaces régionaux qui le composent. Comme on a pu le constater, les cinq territoires considérés sont particulièrement bien exploités par les médias déjà présents : c'est le cas dans les situations de monopoles mais aussi au Luxembourg, qui, malgré son pluralisme, souffre d'un marché étroit, comme le montre en 2011 l'échec de *La Voix du Luxembourg* ou celui en 2012 du quotidien gratuit *Point24*. Une façon de contourner l'obstacle peut être d'identifier de nouvelles niches, de s'adresser à des publics « nouveaux » ou multipositionnés, c'est-à-dire d'accumuler des formes spécifiques de capital qui puissent permettre la définition de nouveaux enjeux et règles du jeu s'imposant à l'ensemble des acteurs. Dans ce cas particulier, il ne s'agit pas de mener une « révolution symbolique » dans le champ déjà existant (puisque il « n'existe » justement pas), mais de faire fonctionner l'espace concerné d'une nouvelle façon, « comme un champ ». Dit autrement, les nouveaux acteurs peuvent espérer s'imposer face aux *insiders* en créant un champ médiatique transfrontalier là où n'existaient que des espaces médiatiques contigus.

Ce travail de définition d'un nouveau champ s'appuie sur plusieurs éléments : le ciblage de publics des nouvelles générations (jeunes adultes) ou de publics immigrés ou expatriés, le centrage sur le Luxembourg comme cœur économique et pôle d'attraction culturel de la Grande Région, des formes de diffusion en adéquation avec les pratiques de vie des travailleurs frontaliers, la création de nouveaux médias (PQG, médias en ligne, presse magazine spécialisée pour « navetteurs » ou implantée dans les niches de l'anglais ou du luxe).

Les « jeunes » comme vecteur d'un champ médiatique interrégional

Hormis le confidentiel supplément *Extra* (supplément combinant les deux langues au sein d'un même article, sorte de « frallemant »), les émissions musicales destinées à la jeunesse sont les principaux contenus médiatiques à avoir une dimension transfrontalière affirmée. Par exemple, « Kubic », diffusée sur Mozaik TV, TV8 Moselle-Est et OK-TV Südwestpfalz est animée par une animatrice bilingue qui présente de jeunes groupes de la Grande région²⁸ ; BigFM à Sarrebruck, radio appartenant au groupe de la *Saarbrücker Zeitung* au format « Contemporary-Hit-Radio » (un format très commercial destiné aux jeunes) diffuse une émission musicale transfrontalière « Musik ohne Grenzen », durant une heure chaque dimanche soir : « Musik verbindet! Was ist HOT zwischen Luxemburg, Frankreich und Deutschland? »²⁹.

Lorsque l'Espace Culturel de la Grande Région a voulu continuer le travail de promotion et de coopération culturelle qu'avait initié l'événement « Luxembourg et Grande Région Capitale Européenne de la Culture 2007 »³⁰, il a très vite été décidé de créer un portail internet spécialisé bilingue (grrrrr.eu) qui informerait les jeunes sur la vie musicale et culturelle transfrontalière. Alors que beaucoup d'observateurs parient sur un changement de paradigme des pratiques médiatiques avec ces générations qui ont grandi avec Internet et les réseaux sociaux numériques, les médias, anciens ou nouveaux, tentent de développer des espaces numériques éditoriaux (via le net, les réseaux sociaux, différentes applications de téléphonie mobile) où ils espèrent capter et fidéliser cette population jeune.

Les jeunes sont aussi une des principales cibles de la presse quotidienne gratuite. Le journal gratuit francophone *L'Essentiel*, lancé au Luxembourg par Editpress avec le groupe helvétique Tamedia, s'adresse avant tout à une population mobile, urbaine, habituée à une consommation rapide et gratuite de l'information. Il a pour principale cible les 15 à 40 ans, résidants au Luxembourg ou travailleurs frontaliers (le titre est aussi distribué dans plusieurs gares françaises et belges)³¹. Presse quotidienne gratuite et presse en

²⁸ <http://web2.cylex.de/reviews/viewcompanywebsite.aspx?firmaName=suedwestpfalz-ok-tv---radio&companyId=2158101> [01.10.2013].

²⁹ « La musique relie ! Qu'est-ce qui est "hot" entre le Luxembourg, la France et l'Allemagne ? » <http://www.bigfm-saarland.de/shows/106/musik-ohne-grenzen> [01.10.2013].

³⁰ Voir dans cet ouvrage la contribution de D. Buzy-Christmann ainsi que Toullec (2010) et Bando, Crenn (2010).

³¹ Voir dans ce volume la contribution de C. Lamour.

ligne partagent un modèle économique proche, fondé sur de faibles coûts de collecte et de rédaction, une abondance de petites nouvelles peu développées, la recherche du « buzz » pour créer un volume de lecteurs monnayable auprès des agences publicitaires.

La centralité du Luxembourg

Le deuxième point d'appui pour construire cet espace médiatique partagé est la reconnaissance du Luxembourg comme nouveau centre de la Grande Région. Malgré le discours officiel sur la « Région Métropolitaine Polycentrique Transfrontalière » et l'euphémisation des rivalités sous les termes de « coopération » ou de « complémentarité », une concurrence objective oppose les quatre villes du Quattropole pour le *leadership* de la zone. L'attractivité économique du Luxembourg (qui emploie chaque jour plus de 150 000 travailleurs frontaliers) a nettement pris le dessus sur celle de Sarrebruck (Metz et Trèves restant des villes moins attractives sur le plan de l'emploi). Toutes les innovations médiatiques de ces dix dernières années ont pour origine le Luxembourg et toutes cherchent à capter aussi le lectorat des « navetteurs » ayant un bon pouvoir d'achat : quotidiens francophones payants (*La Voix du Luxembourg* et *Le Quotidien*), quotidiens gratuits en français et/ou en allemand (*L'Essentiel* et *Point24*), chaînes de télévisions « interrégionales » comme Air-TV, sites internet spécialisés (comme *lesfrontaliers.lu*, destinés aux « navetteurs » ou *plurio.net*, dédié à l'information culturelle de la Grande Région, la « grande sœur » de *grrrrr.eu* dont il a déjà été question).

Positionné à la fois à l'échelle « grand-régionale » et européenne, pays multilingue, accueillant des migrants du monde entier dont le niveau d'expertise professionnelle est souvent important, siège d'importantes institutions européennes, le Luxembourg offre une diversité culturelle qui est un terreau propice à de multiples innovations ou lancement de nouveaux produits médiatiques. Sur ce créneau, on peut trouver un éditeur nouvellement arrivé et très dynamique sur le marché de la presse luxembourgeoise, Maison Moderne (créé en 1996 sous le nom Mike Koedinger Éditions). Cette société de presse, de communication et de médias a de multiples activités et productions, comme le magazine économique francophone *Paperjam*, qui se présente (en anglais !) comme « *the top economic media in Luxembourg and therefore an*

*essential communication vehicle for the whole of the Greater Region*³² », mais aussi *Delano*, un journal anglophone « *business & Lifestyle* » qui s'adresse aux « *native English speakers and readers whose first or second preferred language of communication is English*³³ » ou encore le magazine de mode *Nico*, « *the one and only international award winning Luxembourg trend magazine with worldwide distribution*³⁴ ».

Cependant, l'espace médiatique du Grand-Duché est travaillé par des tensions contradictoires. Alors qu'une rationalité économique et ses caractéristiques démographiques et culturelles le poussent à s'étendre au-delà de ses frontières nationales et à développer des médias en langues anglaise, portugaise ou française, deux autres facteurs impriment une force centripète au champ médiatique luxembourgeois. D'une part, le gouvernement luxembourgeois cherche à s'émanciper des intermédiaires liés à la production informationnelle le concernant. À un relatif contrôle des acteurs médiatiques nationaux, *via* le système d'aide à la presse ou la réforme en 2010 du Conseil de presse, s'ajoute un renforcement et une professionnalisation de la communication institutionnelle directe. Par exemple, après avoir soutenu l'IPI pendant de longues années, le gouvernement luxembourgeois a entériné sa décision de cesser son financement (annoncée avec ses autres partenaires dès 2003) au moment même où il a confié la « promotion » de l'événement « Luxembourg Capitale européenne de la Culture 2007 » à une cellule d'information, de communication et de relations publiques. D'autre part, s'il existe une importante pénétration des médias audiovisuels français, allemands et belges au Luxembourg, la reconnaissance encore récente du luxembourgeois comme langue nationale (loi du 24 février 1984), incite les acteurs luxembourgeois à développer des programmes dans cette même langue. Par exemple, Radio 100 komma 7, la radio socioculturelle publique est essentiellement diffusée depuis 1993 en luxembourgeois. L'écriture du luxembourgeois dont l'orthographe a été récemment fixée se répand peu à peu, même si elle est peu familière à une population diglossique qui utilise le francique luxembourgeois comme langue affective de communication (exclusivement à l'oral) et l'allemand ou le

³² <http://www.maisonmoderne.lu/category/publication-category/magazines> (« le meilleur journal économique au Luxembourg, mais également un outil de communication essentiel pour l'ensemble de la Grande Région ») [01.10.2013].

³³ L'objectif est ainsi d'attirer également les résidents originaires de l'Europe de l'Est, de la Scandinavie, de l'Asie et du Moyen Orient, « sans oublier les couples mixtes et les Luxembourgeois ».

³⁴ « Le magazine de tendance luxembourgeois, et le seul, à avoir remporté un prix international avec une distribution internationale. »

français comme langue de communication officielle ou universitaire, en particulier à l'écrit. En cherchant à imposer sa langue nationale, l'État luxembourgeois semble chercher à défendre sa légitimité et son particularisme au sein de l'Union, comme à donner un avantage comparatif à ses ressortissants sur le marché de l'emploi : les Luxembourgeois bénéficient d'un secteur protégé, celui des secteurs publics, où la pratique du luxembourgeois est presque systématiquement exigée. Ces tensions entre ouverture internationale et fermeture nationale ne peuvent que recouper le constat effectué par Daniel Laumesfeld (1996)³⁵, qui souligne les hésitations de l'indépendance luxembourgeoise et décrit un mouvement identitaire de plus en plus marqué passant notamment par l'officialisation de la langue luxembourgeoise en 1984.

Nouveaux médias et réactions des « médias traditionnels »

Qu'ils s'adressent plus particulièrement aux jeunes générations ou qu'ils cherchent à agréger leur public autour du Luxembourg, ces nouveaux acteurs privilégient le modèle du « gratuit », c'est-à-dire le recours à des ressources publicitaires ou des subventions publiques, et utilisent largement les possibilités de la communication numérique. Comme la « petite presse » vendue au numéro s'était imposée durant la deuxième moitié du XIX^e siècle face à la presse d'opinion disponible uniquement sur abonnement, ces médias empruntent de nouveaux modèles économiques et éditoriaux, ciblent de nouveaux groupes d'utilisateurs pour tenter de transformer la configuration générale du champ médiatique.

À la différence du changement de paradigme qu'a connu le XIX^e siècle, la situation économique de ces nouveaux médias (PQG, web-tv, presse en ligne) reste très fragile. Le consentement à payer pour de l'information ne cesse de diminuer, tandis que le volume de ressources publicitaires dépend fortement de la conjoncture. Une difficulté supplémentaire touche l'espace médiatique de la Grande Région : cette zone de chalandise, théoriquement de 3,5 millions de personnes pour son « noyau fonctionnel », est en fait beaucoup plus réduite, en particulier quand on considère la population urbaine inscrite dans une culture de la mobilité compatible avec ces nouveaux modèles éditoriaux. Bien qu'à l'œuvre dans la Grande Région la métropolisation

³⁵ Daniel Laumesfeld dans son ouvrage de sociolinguistique sur le francique souligne l'évolution du francique au Luxembourg, langage vernaculaire dont l'usage témoignait des luttes de classe (ce qui a pu contribuer à plusieurs refus de reconnaissance de la Chambre du Luxembourg notamment en 1848 et 1896) avant de devenir au XX^e siècle une langue véhiculaire et d'être officiellement reconnue en 1984.

reste d'une ampleur limitée : Luxembourg-ville passe certes de 200 000 à 400 000 habitants lors des heures de travail, mais cela reste une ville moyenne, en particulier le soir, et les autres villes du Quattropole sont, à l'échelle européenne, de « grosses villes moyennes ». Aucune n'ayant une force d'attraction suffisante sur les autres pour polariser les flux de circulation, les institutions territoriales développent un concept de « polycentrisme » qui se traduit par une intensité relativement faible de ces flux³⁶.

Les acteurs dominants de l'espace médiatique de la Grande Région ne restent pas sans réaction devant l'arrivée de ces nouveaux médias. En 2005, RTL, Editpress et Saint-Paul ont cherché à s'entendre pour protéger leur marché de recettes publicitaires contre l'arrivée d'un quotidien gratuit étranger³⁷. Comme on l'a vu, les deux groupes de presse ont finalement créé chacun leur gratuit. Les difficultés économiques de ce modèle très sensible à la conjoncture ont poussé ces groupes vers le « bi-média ». Alors qu'il mettait fin à *La Voix du Luxembourg* puis à *Point24*, Saint-Paul a déployé une plateforme web unique multilingue, Wort.lu, disponible en allemand, français et anglais. *L'Essentiel* a également un site web qui reprend la version papier en français mais propose aussi une version allemande. Le luxembourgeois, bien qu'ayant une orthographe officiellement fixée, reste peu utilisé à l'écrit : seul rtl.lu, qui s'appuie sur ses médias audiovisuels, propose un site dans cette langue, parallèlement à une version francophone plus ouverte à l'actualité française. Les autres journaux qui sont présents sur le web (comme le quotidien libéral *Lëtzebuurger Journal* ou l'hebdomadaire socialiste *Jeudi*) déclinent les articles de leur édition papier sans proposer de traduction ou d'adaptation en d'autres langues.

Les groupes déjà bien installés dans l'espace médiatique de la Grande Région développent une logique de marque, associée à une déclinaison des contenus qui, certes, peut brouiller les repères identitaires des lectorats mais qui a le mérite de gêner l'implantation de *challengers* ou encore de les contraindre à des alliances avec les *insiders*. Les réglementations nationales diffèrent sur ce point : en Allemagne et Belgique, les éditeurs de presse font pression sur les autorités publiques pour empêcher le développement de

³⁶ Cette question des ressources et de leur répartition dans l'espace de la Grande Région pourrait faire l'objet d'une enquête plus systématique : les aides de l'État, les ressources publicitaires liées à des aires de chalandises nationales, les routines différentes d'achat dans chaque pays (les abonnements/l'achat au numéro) sans compter le lien avec les coûts de production (édition du papier, diffusion) qui est fortement lié à l'aire de chalandise sur lesquels s'appuient les journaux, etc.

³⁷ *Paperjam*, 14 juillet 2011.

l'information sur les sites web des entreprises publiques audiovisuelles³⁸, en France, la question ne s'est pas posée de manière aussi vive et le Luxembourg n'a pas de secteur audiovisuel mais un conventionnement avec RTL. Sur un marché assez restreint, chaque agent « installé » du champ cherche à être présent sur le Web pour contrer l'arrivée de nouveaux opérateurs. La même tactique d'occupation du terrain a été menée lors du lancement des télévisions locales ou de la presse gratuite.

Conclusion

La tentative d'utiliser le concept bourdieusien de champ journalistique pour analyser l'espace médiatique de la Grande Région a montré le caractère très fragmenté de ce dernier, trop fragmenté pour que le concept de champ s'avère opérant dans ce cas de figure. Cependant, on a pu identifier à travers cet outil heuristique quelques caractéristiques intéressantes des médias grand régionaux qui pourraient s'appliquer également aux médias européens : des habitudes journalistiques nationales, ainsi que des carrières professionnelles qui se déroulent avant tout dans un cadre national ; des systèmes d'alerte et de diffusion de l'information calés sur une échelle nationale (communiqués de presse des grandes institutions en particulier politiques, rôle central des agences de presse comme l'AFP et DPA) ; une logique économique du double marché des biens médiatiques qui participe à la sectorisation des zones de diffusion. Contrairement aux discours tenus sur l'europanisation en tant qu'approfondissement de l'intégration, on constate une internationalisation capitaliste des entreprises médiatiques qui se double d'une fermeture croissante des logiques de fonctionnement des champs médiatiques sur leur aire nationale. Ce phénomène est un obstacle majeur à la circulation transfrontalière des informations et plus largement à la constitution d'un champ médiatique transnational.

Cependant, des transformations structurelles de l'économie et des sociétés de la Grande Région (intégration des économies régionales, augmentation du nombre de travailleurs frontaliers, nouvelles pratiques informationnelles des jeunes générations, consolidation de la coopération institutionnelle, métropolisation) dégagent un espace pour des médias qui dépassent les frontières. Ce

³⁸ L'association des Journaux Francophones de Belgique (JFB) a porté plainte contre la RTBF en juin 2011 pour concurrence déloyale. En Sarre, des limites ont été imposées au site web du Saarländischer Rundfunk pour ne pas concurrencer les journaux régionaux.

processus s'appuie notamment sur de nouveaux médias (en particulier les médias numériques mais aussi la presse gratuite) et de nouveaux publics (jeunes et travailleurs frontaliers). Plutôt que de faire disparaître les frontières, il compose avec elles, articule les différents espaces de vie et de culture. Il nous paraît alors opportun de proposer l'emploi du terme « interrégional » plutôt que « transfrontalier » de façon à suggérer que les frontières ne sont pas abolies mais que le champ médiatique partagé ne peut se constituer que sur des bases de coopération et d'échanges politiques, économiques et culturels. Ce modèle de fonctionnement induit bien évidemment un ensemble de tensions perceptibles dans les politiques menées par les institutions européennes. Si ces dernières se sont historiquement appuyées sur une dimension interrégionale (reposant sur l'équité entre toutes les régions européennes à l'époque de Saar-Lor-Lux), elles semblent maintenant davantage travailler sur la notion de transfrontalier qui a tendance à gommer les particularismes régionaux au profit d'une bonne « gouvernance » de coopération. L'appréhension de ces pratiques jouant des frontières mériterait par ailleurs d'être approfondie puisque si la langue française privilégie la terminologie de « transfrontalier », les anglophones mettent davantage en avant la notion de « *cross-border* », et les germanophones, celle de « *grenzüberschreitend* ». Ces différences terminologiques sont un indice de plus du caractère interculturel de la coopération transfrontalière. Au sein d'un éventuel champ médiatique « grand régional », on peut prendre la mesure des difficultés à dépasser les cadres nationaux pour reformuler des règles autonomes du champ dans un contexte multiculturel et interconnecté.

Ce terrain « inter-régional » peut néanmoins être riche d'enseignement sur les conditions d'émergence d'un champ, en particulier sur l'importance du rôle des agents intéressés à le faire exister. Si la recomposition ou l'émergence d'un champ ne peut se produire qu'à l'occasion d'une transformation des conditions d'existence matérielles et sociales, et des rapports de production, il ne peut être réalisé sans un accompagnement volontariste et stratégique des agents, et en particulier des institutions publiques, qui ont un intérêt objectif à le faire exister. En l'espèce, la position du Grand-Duché du Luxembourg apparaît centrale et spécifique (de par l'usage du bi-voire du trilinguisme), de par ses caractéristiques économiques, culturelles et linguistiques. Cependant, pour concerner un nombre suffisant d'acteurs et parvenir à une « taille critique » qui puisse véritablement permettre l'élaboration de règles propres de fonctionnement, ce champ médiatique ne peut ignorer la dimension franco-allemande plus particulièrement portée par la ville de Sarrebruck. Pour permettre cet équilibre et un certain partage du *leadership* de la Grande Région, le rôle des autres régions comme des villes telles Metz et

Trèves est essentiel. Dans ce cadre aux équilibres subtils, la constitution du champ médiatique interrégional (l'affirmation de son autonomie ne pouvant d'ailleurs que contribuer à ces équilibres) peut être favorisée de deux façons : la « grand-régionalisation » des sources et des informateurs primaires, la transformation des habitus journalistiques vers plus d'interculturalité. Ces enjeux dépassent largement la seule activité des journalistes, des entreprises médias ou des « communicants », d'où la proposition d'utiliser les termes de « champ médiatique » plutôt que de « champ journalistique », et concernent de multiples autres organisations et individus opérant à un échelon interrégional fortement influencé par des cadres nationaux et positionné à la croisée des dimensions locales et européennes.

Références

- Bando C., Crenn G., 2010, « Mise en œuvre et réception d'une offre culturelle transfrontalière : "Luxembourg et Grande Région 2007" en Lorraine », pp. 217-235, in : Crenn G., Deshayes J.-L., éd(s), *La construction des territoires en Europe, Luxembourg et Grande Région : avis de recherche*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.
- Bourdieu P., 1984, « Quelques propriétés des champs », pp. 113-120, in : Bourdieu P., *Questions de sociologie*, Paris, Éd. de Minuit.
- Champagne P., 1995, « La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique », *Hermès*, 17-18, pp. 215-229.
- Champagne P., Marchetti D., 1994, « L'information médicale sous contrainte », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102, pp. 40-62.
- Goulet V., 2014, « L'«identité transfrontalière» problématique de la Grande Région SaarLorLux », in : Koukoutsaki-Monnier A., éd., *Représentations du transfrontalier. Identités, pratiques, politiques et gouvernances*. Actes du colloque *Représentations du transfrontalier*, Nancy, Presses universitaires de Nancy (à paraître).
- Hubé N., 2008, *Décrocher la « Une ». Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne (1945-2005)*, Strasbourg, Presses universitaires de Strasbourg.

- Hubé N. 2013, « Aus naher Quelle einer nahen Quelle... Die Codifizierung des 'off' in der deutschen Politik », pp. 166-190, in Wiedemann Th., Meyen M., éd., *Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft. Internationale Perspektiven*, Köln, Herbert von Halen.
- Laumesfeld D., 1996, *La Lorraine francique. Culture mosaïque et dissidence linguistique*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Neveu E., 2009, *Sociologie du journalisme*, Paris, Éd. La Découverte.
- Robert V., 2011, *La presse en France et en Allemagne. Une comparaison des systèmes*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle.
- Ruellan D., Marchetti D., 2001, *Devenir journalistes. Sociologie de l'entrée sur le marché du travail*, Paris, La Documentation française-DDM-CRAP.
- Schimmeck T., 2010, *Am besten nichts Neues. Medien, Macht und Meinungsmache*, Frankfurt/Main, Westend Verlag.
- Toullec B., 2010, « Une médiatisation hétéroclite. Constructions territoriales et logiques médiatiques de "Luxembourg et Grande Région 2007" dans la presse francophone », pp. 169-185, in : Crenn G., Deshayes J.-L., éd., *La construction des territoires en Europe. Luxembourg et Grande Région : avis de recherches*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.

MARLIS PRINZING

Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Köln

ROGER BLUM

Universität Bern

Transnationale Regionen mit Sprachbarrieren: Wie überwindet der Journalismus die Grenzen?

Landesgrenzen und Sprachgrenzen als Mediengrenzen

Die Theorie der Mediensysteme zeigt, dass sich die Mediensysteme nach den politischen Systemen richten (Hallin/Mancini 2004; Blum 2005). Dies bedeutet, dass Landesgrenzen Mediengrenzen sind. Das ist insofern logisch, als die nationale Politik das Leben der Menschen immer noch am stärksten determiniert. Die nationalen Steuergesetze, das nationale Sozialsystem, die nationale Gesundheitspolitik, die nationale Verkehrspolitik – all das hat direkte Auswirkungen auf den Alltag der Menschen. Und deshalb nutzen die Menschen Medien, die über diese Auswirkungen berichten. Außerdem spiegeln die Medien die Kultur und die Identität eines Landes, und das ist ein weiterer Grund dafür, dass sich Landesgrenzen als Mediengrenzen auswirken.

Die Mediennutzungsforschung zeigt zudem, dass die Menschen am liebsten Medien der eigenen Sprache nutzen. Selbst in mehrsprachigen Ländern wie Belgien, Lettland, Moldawien oder der Schweiz ist der Anteil jener Menschen, die regelmäßig Medien in einer anderen Sprache konsumieren, gering. Daraus folgt, dass nicht nur Landesgrenzen, sondern auch Sprachgrenzen Mediengrenzen sind. Dies sind nicht unbedingt günstige Voraussetzungen, wenn es darum geht, eine europäische Öffentlichkeit zu schaffen, die Identität stiftet und konstituierend ist für eine vitale europäische Demokratie. Fakt ist, dass sich diese europäische Öffentlichkeit langsamer entwickelt als die wirtschaftliche Harmonisierung und als die grenzüberschreitenden Regulierungen durch die Europäische Union. Die Europäische Union braucht indes, schon aus Legitimitätsgründen, eine europäische Öffentlichkeit (Balibar 2003, Pfetsch/Heft 2009, auch Sievert 1998). Diese könnte über zwei Wege erreicht werden: über zunehmend europäisierte nationale Öffentlichkeiten oder über die Transnationalisierung von Öffentlichkeit in Europa.

Am konkretesten würde sich die europäische Öffentlichkeit in Regionen auswirken, die beidseits der Landes- oder Sprachgrenzen wirtschaftlich, kulturell oder touristisch miteinander verbunden sind und einen Informationsaustausch brauchen. Die in Europa identifizierten Metropolregionen sind teilweise gleichsprachig, wie beispielsweise die Region Lyon-Genf mit französischsprachiger Bevölkerung in Frankreich und in der Schweiz, die Region Milano-Lugano mit italienischsprachiger Bevölkerung in Italien und in der Schweiz oder die Bodensee-Region mit deutschsprachiger Bevölkerung in Deutschland, der Schweiz und Österreich. Schon hier stellt sich die Frage, ob sich ein transnationaler öffentlicher Raum einstellt. Noch spannender ist es, sprachlich gemischte grenzüberschreitende Regionen zu untersuchen, wie wir sie in Europa beispielsweise zwischen Österreich und der Slowakei (Wien-Bratislava), zwischen Frankreich und Italien (Nice-San Remo), zwischen Frankreich und Spanien (Biarritz-San Sebastian), zwischen Deutschland, Luxemburg und Frankreich (Saarbrücken-Luxemburg-Metz, vgl. Scholz 2005; Cahn 2007; Grieves 2008b), zwischen Deutschland-Niederlande und Belgien (Aachen-Maastricht-Lüttich) oder am Oberrhein (Basel-Freiburg-Straßburg-Mülhausen, vgl. Gilcher 2004) vorfinden.

Zwei transnationale Regionen als konkrete Beispiele

Für unsere Studie haben wir zwei Regionen herausgegriffen, die sowohl Landesgrenzen als auch Sprachgrenzen überschreiten. Bei der einen Region handelt es sich um jene von Aachen – Maastricht – Liège (Lüttich), die deutsches, niederländisches und belgisches Gebiet umfasst und in der man Deutsch, Niederländisch und Französisch spricht (vgl. Abb. 1). Dabei sprechen nicht nur die Bewohner Deutschlands in dieser Region Deutsch, sondern auch jene des östlichen Belgien mit dem Hauptort Eupen.

Bei der zweiten Region handelt es sich um jene am Oberrhein mit Freiburg – Strasbourg (Straßburg) – Mulhouse (Mülhausen) – Basel, die deutsches, französisches und schweizerisches Gebiet bestreicht und in der man Deutsch und Französisch spricht (vgl. Abb. 2).

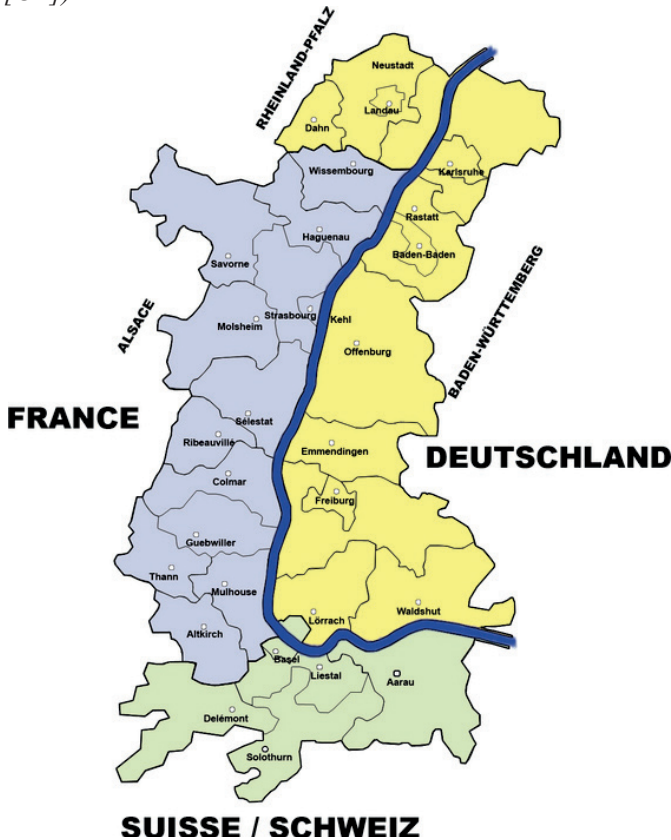
Abb. 1: Region Liège (B) - Maastricht (NL) – Aachen (D)



Während man im schweizerischen Kanton Jura schon immer Französisch sprach, hat sich die französische Sprache im Elsass erst im 20. Jahrhundert zunehmend durchgesetzt. Auch wenn es dort heute im Unterschied zu früher zahlreiche zweisprachige Schulen gibt und auch wenn der elsässische Dialekt eine gewisse Renaissance erlebt, dominiert das Französische eindeutig als Sprache der Behörden und als Sprache der Medien.

In den untersuchten Regionen ist auch prägend, dass hier Kooperationen im wirtschaftlichen, sozialen und politischen Bereich speziell gefördert oder bewusst im regionalen Kontext angeschoben werden. Es wäre anzunehmen, dass im medialen Bereich ähnliche Annäherungen erfolgen. Damit einhergehen sollte auch, dass das mediale Zusammenwachsen nicht mehr vom Engagement Einzelner abhängt, wie dies beispielsweise Heiko Riedel beim Rundfunk in der Region Saarland, Luxemburg und Lothringen feststellte (Riedel 1989) und wie es Kevin Grieves für die gleiche Region bestätigte (Grieves 2008a).

Abb. 2: Region Oberrhein (Strasbourg-Mulhouse [F] – Freiburg [D] – Basel [CH])



Journalistische Praxis am Beispiel von sieben Zeitungen

Unsere Forschungsfrage lautet daher: Wie berichten Medien dieser Regionen über die Gebiete innerhalb der Region, die auf der anderen Seite der Sprach- und Landesgrenze liegen?

Robert Schmidt (1978) unterscheidet drei Arten der grenzüberschreitenden Publizistik:

- Die gemeinsame Gestaltung von Medienangeboten in Kooperation von Medienschaffenden bzw. Medienunternehmen;

- Die Medienberichterstattung durch Korrespondenten, die im anderen Land vor Ort sind;
- Die Verfügbarkeit von Medienprodukten im anderen Land, beispielsweise, indem dort Sendungen ausgestrahlt werden oder Zeitschriften und Zeitungen erhältlich sind.

Unser Interesse gilt der ersten und der zweiten Form der Zusammenarbeit. Wir beschäftigen uns aber ausdrücklich nicht mit jenen Vorzeigeprodukten grenzüberschreitender Kooperation, die zwar sehr ambitioniert sind, sich aber abmühen müssen, überhaupt wahrgenommen zu werden – wie der deutsch-französische Kulturkanal „Arte“ oder der Nachrichtensender „Euronews“ (Opitz 1993; Baumann 2005). Unser Interesse gilt dem journalistischen Alltag in den Regionen selber: Wie stark interessieren sich die dort verankerten Medien für die Nachbarschaft auf der anderen Seite der Grenzen? Worüber wird berichtet? Wer tut es und wie?

Wir analysieren dies vor dem Hintergrund der verschiedenen Kontexte publizistischen Wirkens, die Siegfried Weischenberg (1992: 68 ff.) mit seinem Zwiebelmodell illustriert hat: Normen, Strukturen, Funktionen, Rollen. Für den weiteren Theoriezugriff dient Michael Schudson (2008; 2011), der politische und wirtschaftliche Abhängigkeiten, vor allem aber auch Sozialisation und Kultur als zentrale Kategorien sieht, um journalistische Arbeit zu erfassen. Auf der normativen Ebene stützen wir uns auf das Mediensystemmodell von Daniel Hallin und Paolo Mancini (2004), auf der funktionalen auf die Ansätze von Geert Hofstede (2001) und Roland Burkart (2002), und auf der Rollen-Ebene greifen wir auf Michael Meyen und Claudia Riesmeyer (2009) sowie auf Martin Löffelholz (2004) zurück. Wir arbeiteten nicht inhaltsanalytisch, sondern befragten in Leitfadengesprächen Experten auf den Redaktionen der einbezogenen Medien.

Dabei haben wir uns auf Printmedien beschränkt. In der Region Aachen-Maastricht-Liège haben wir die folgenden in den jeweiligen Verbreitungsgebieten stark verankerten Tageszeitungen einbezogen: in Deutschland die *Aachener Zeitung* vom Zeitungsverlag Aachen (www.aachener-zeitung.de; www.zeitungsverlag-aachen.de; Schrag 2007), in den Niederlanden das *Dagblad De Limburger* (www.limburger.nl; Bardoel/van Reenen 2009: 479), das dem britischen Medieninvestment-Unternehmen Mecom gehört, und in Belgien die von der Mediengruppe Sudpresse herausgegebene *La Meuse* (www.lameuse.be; De Bens/Ros 2009: 200; <http://pro.sudpresse.be>).

Tab. 1: Einbezogene Zeitungen in der Region Aachen-Maastricht-Liège

Zeitung	Sprache	Auflage	Regionalausgaben	Redakteure	Experte/Expertin
<i>Aachener Zeitung</i> , Aachen	deutsch	128 500	9	100	Claudia Schweda
<i>Dagblad De Limburger</i> , Sittard	niederländisch	131 000	8	110	Stefan Gillasen
<i>La Meuse</i> , Liège	französisch	52 000	6	35	Michel Royer

In der Region Oberrhein mit Freiburg-Straßburg-Mülhausen-Basel haben wir folgende Tageszeitungen einbezogen: In Deutschland die *Badische Zeitung*, deren Badischer Verlag zu gleichen Teilen den lokalen Verlegerfamilien Poppen & Ortman sowie Hodeige & Rombach gehört (www.badischezeitung.de; Schrag 2007; Beck 2012), in Frankreich die *DNA Dernières Nouvelles d'Alsace*, die vom größten Regionalzeitungsunternehmen des Landes, dem Groupe EBRA, kontrolliert wird (www.dna.fr; Junqua 1995; Kuhn 1995: 30; Mathien 1983), sowie *L'Alsace* (www.lalsace.fr) und in der Schweiz die *Basler Zeitung*, bei der die MedienVielfaltHolding von Tito Tettamanti und faktisch der rechtskonservative Politiker Christoph Blocher das Sagen haben (www.baz.ch; Mensch 2012; Rüegg 2012; Künzler 2013).

Tab. 2: Einbezogene Zeitungen in der Region Freiburg-Elsass-Basel

Zeitung	Sprache	Auflage	Regionalausgaben	Redakteure	Experte/Expertin
<i>Badische Zeitung</i> , Freiburg	deutsch	145 000	8	k.A.	Bärbel Nückles
<i>DNA Dernières Nouvelles d'Alsace</i> , Strasbourg	französisch	245 000	26	200	Marie-Sophie Kormann
<i>L'Alsace</i> , Mulhouse	französisch	100 000	10	140	Adrien Dentz
<i>Basler Zeitung</i> , Basel	deutsch	83 700	0	80	Peter Schenk

Ergebnisse im Raum Aachen-Maastricht-Liège

Wie präsentiert sich der grenzüberschreitende Journalismus in den beiden Regionen? Beginnen wir mit der Region Aachen-Maastricht-Liège. Für die *Aachener Zeitung* sind die niederländischen und belgischen Nachbargebiete hauptsächlich Ausflugsziele. Deshalb berichtet die Zeitung vor allem über Neuerungen oder Veranstaltungen, die im Bereich von Freizeit und Tourismus interessant sind. Im Übrigen ist die Berichterstattung eher zurückhaltend. Natürlich verfolge man beispielsweise spektakuläre Kriminalprozesse jenseits der Grenze, sagte Claudia Schweda, aber sonst stoße man an verschiedene Hürden:

1. Eine Hürde ist die Sprache. Während die Berichterstattung über das deutschsprachige Belgien einfach sei und man sich auch auf holländischem Boden recht gut verständigen könne, zumal der Dialekt der Kölner und Aachener und das Niederländische praktisch identisch seien und man auch mit Englisch gut durchkomme, müsse man in Wallonien immer jemand zur Seite haben, der die französische Sprache beherrscht.
2. Eine zusätzliche Schwierigkeit biete das belgische Recht: Belgische Behörden sind nicht zur Auskunft verpflichtet. Wenn man nicht über ein engmaschiges Beziehungsnetz verfüge und viele Beamte und Politiker persönlich kenne, erhalte man kaum Informationen. Auch die belgischen Journalisten kämen nur über Beziehungen an die Informationen heran.
3. Mit niederländischen Kollegen sei die Zusammenarbeit nicht einfach: Die Redakteure begännen ihre Arbeit erst etwa um 14 Uhr und blieben dann bis gegen Mitternacht auf dem Posten, so dass man am Vormittag selten jemand erreiche. Und die Fotografen, die kunstvolle Bilder schießen, seien unbezahlbar teuer.

Die Informationen über die Nachbarschaft auf der anderen Seite der Grenze holt sich Claudia Schweda durch die Lektüre des belgischen *Grenz-Echo* sowie durch die Konsultation von Online-Seiten belgischer und holländischer Zeitungen. Außerdem ist die *Aachener Zeitung* auf gewisse Informationsdienste von Institutionen in Belgien und den Niederlanden abonniert.

Deutlich aktiver ist *Dagblad De Limburger* im Raum Maastricht. Stefan Gillasen argumentiert, dass die Region sich nicht auf Limburg beschränken kann, sondern weiter ausgreift. Die Holländer seiner Provinz gehen nach Aachen einkaufen; sie sind interessiert, was jenseits der Grenze passiert. Aachen ist nur 40 Minuten von Maastricht entfernt. Es gebe sehr viele gemeinsame Themen. Deshalb begeben er sich immer wieder direkt auf die Schauplätze, berichtet Gillasen. Er spricht Deutsch und liest deutsche Zeitungen, verfolgt

deutsche Websites und hat Kontakt zu Behörden und anderen Institutionen. Diese Kontakte hat er in den letzten Jahren aufgebaut, seit er die Zuständigkeit für Aachen übernahm. Vorher hat seine Zeitung nur punktuell berichtet; damals wurde ein konzeptioneller Entscheid gefällt, die Nachbarschaft jenseits der Grenze stärker zu berücksichtigen. Ein ähnlich aktives Interesse gilt der belgischen Nachbarschaft. Es gibt eine Korrespondentin in Belgien.

Ganz strikt verhält sich hingegen die belgische Zeitung *La Meuse*: Sie berichtet nicht über das benachbarte Ausland, sondern konzentriert sich vollkommen auf die eigene Region, die sich auch von Flandern abgrenzt. Themen von der anderen Seite der Grenze haben laut Michel Royer nur eine Publikationschance, wenn sie einen Bezug zu Liège haben. Das gilt selbst für Verbrechen: Der Mörder oder das Opfer müssen aus Liège stammen.

Ergebnisse im Raum Freiburg-Straßburg-Mülhausen-Basel

Wie sieht die grenzüberschreitende Berichterstattung in der Region Freiburg-Straßburg-Mülhausen-Basel aus? Die *Badische Zeitung* berichtet aktiv über die Grenzregionen: Lörrach und das Dreiland bilden ein Ressort, das Elsass ebenfalls. Großes Interesse besteht an zentralen Ereignissen und Entwicklungen in allen Bereichen (Politik, Kultur, Sport etc.) sowie an Bezügen zum deutschen Kernverbreitungsgebiet – etwa an der Flughafenerweiterung oder an der Grenzgängerberatung. Bärbel Nückles arbeitet als Elsass-Korrespondentin und beliefert vor allem die *Badische Zeitung*, bei der sie schon volontiert hatte. Dialektentwicklung, Geschichte, die Planungen für die Straßburger Neustadt und das Kernkraftwerk Fessenheim sind besonders wichtige Themen, die sie für das deutsche Publikum aufbereitet, ferner den Umgang mit Veränderungen in der Bildungspolitik. Der französisch-sprechende Jura hingegen werde „ausgeblendet“, das übersteige ihre Arbeitskapazität. Sie habe bislang nur zweimal Jura-Themen aufgegriffen, darunter eine Geschichte über die Verschmutzung des Doubs, und zwar einfach, weil sie „ein eigenes Anliegen“ waren. In Straßburg sitzt sie jeweils in der Redaktion von „L’Alsace“, um ihre Texte fertig zu machen. Medienpartnerschaften gab es, und zwar in Form eines gemeinsamen Kulturkalenders; die *Badische Zeitung* sei aber aus finanziellen Gründen ausgestiegen, als die Förderunterstützung wegfiel. Und vor langer Zeit, als etliche Deutsche ins Elsass gezogen waren, habe man sie sozusagen durch eine spezielle Elsass-Seite begleiten wollen, aber rasch gemerkt, dass sich das nicht rechnete, und die Seite wurde eingestellt. Bärbel Nückles stammt selbst aus der Grenzregion, studierte Romanistik und informiert sich ohne Mühe und konsequent aus französischen Medien und Quellen.

Die *DNA* in Straßburg berichten nicht kontinuierlich über die benachbarten Regionen auf der anderen Seite der Grenzen, aber sie setzen Akzente und versuchen so zu zeigen, was die Nachbarn bewegt. So ist beispielsweise Marie-Sophie Kormann für die alle zwei Wochen erscheinende „Chronique de Kehl“ verantwortlich, in deren Rahmen sie auch über Schwarzwald-Tourismus und über die Landtagswahlen in Baden-Württemberg berichtet hat. Hingegen hat die Redaktion es abgelehnt, über das umstrittene Bahnprojekt „Stuttgart 21“ zu berichten. Das sei zu weit weg, hieß es. Marie-Sophie Kormann hält sich über das Geschehen jenseits der Grenze auf dem Laufenden, indem sie Zeitungen liest (wie die *Kehler Zeitung* oder die *Badische Zeitung*) und Informationen auswertet, die Behörden sowie wirtschaftliche und kulturelle Institutionen an die Redaktion schicken.

Deutlich intensiver berichtet die Zeitung *L'Alsace* über die Nachbarregionen. „Es handelt sich um die gleiche Region, deshalb behandelt man das, was auf der anderen Seite der Grenze geschieht, gleich wie das, was auf dieser Seite geschieht“, sagte Adrien Dentz. Die Informationen beschafft sich Dentz, indem er täglich die *Basler Zeitung* und die *Badische Zeitung* liest und auch Kontakte zu Journalisten nutzt, die er kennt. 1993, als der gemeinsame Wirtschaftsraum in der EU errichtet wurde, habe es viel Euphorie und gemeinsame Beilagen von Zeitungen beidseits der Grenze gegeben, erzählte Dentz. Heute sei die Berichterstattung nüchterner, aber in der Bevölkerung sei das Interesse groß, zu erfahren, was bei den Nachbarn geschieht. Die Zeitung arbeitet nicht mit Korrespondenten, sondern der Redakteur fährt hin, „es ist ja nicht weit“, sagt Dentz. Die Beiträge über das angrenzende Ausland werden nicht in einer besonderen Rubrik behandelt, sondern in die normale Regionalberichterstattung integriert.

Die *Basler Zeitung* schließlich war zwischen 1991 und 2001 ein Pionier in der Berichterstattung über die ausländische Nachbarschaft. Damals erschien die wöchentliche Beilage „Dreiland“, die man auch in Südbaden oder im Elsass abonnieren konnte. Die Beilage, vom damaligen Chefredakteur Hans-Peter Platz aktiv gefördert und von einer siebenköpfigen Redaktion mit Außenbüros in Freiburg und Mulhouse betreut, verursachte aber nur Kosten, zumal sie kaum Werbung generierte. Sie wurde eingestellt. Nach Ansicht von Peter Schenk war die *Basler Zeitung* mit diesem Projekt zu früh, denn heute sei der grenzüberschreitende Raum gerade wegen der gemeinsam zu lösenden Verkehrs-, Schul- und Energiefragen viel realer als damals. Auch Umfragen zeigten, dass in der Bevölkerung das Interesse da ist. Eine Zeitlang bestand noch die wöchentliche Seite „Dreiland“, aber inzwischen ist auch diese den Sparmaßnahmen in der Folge der Medienkrise zum Opfer gefallen. Verloren gegangen sei auch das Sendungsbewusstsein, sagte Peter Schenk. Man

befinde sich in einer Art Katerstimmung. Berichtet über das benachbarte Ausland werde allerdings weiterhin, aber nur punktuell, wenn auch oft mit großen Reportagen und Interviews. Peter Schenk ist inzwischen der einzige Redakteur, der sich der Thematik widmet. Er stammt aus dem Badischen und hatte für die „Badische Zeitung“ als Korrespondent in Mulhouse gewirkt. Er kennt also die Gegend von allen drei Seiten und verfügt über viele Kontakte. Er liest auch kontinuierlich *DNA*, *L'Alsace* und die *Badische Zeitung*.

Fazit

Was ist das Fazit? Wir können aus unserer Analyse drei Schlüsse ziehen:

1. Die nationalen Kulturen und Strukturen sind stärker als die transregionalen. Entsprechend den Modellen von Hallin und Mancini determinieren die politischen Grundordnungen und Zuständigkeiten auch das Medienverhalten. Große Barrieren bilden die unterschiedlichen Sprachen. Auch wenn die grenzüberschreitenden Regionen geographisch, historisch und kulturell über starke Gemeinsamkeiten verfügen, bleiben das Publikumsinteresse und parallel dazu das Medieninteresse punktuell. Dort, wo der kulturelle und wirtschaftliche Austausch intensiv ist und es große Pendlerströme gibt, ist die Berichterstattung breiter und vielfältiger als dort, wo die Bevölkerung eher autark lebt.
2. Die Journalisten halten sich über die Ereignisse im benachbarten Ausland auf dem Laufenden, indem sie die dortigen Zeitungen in Print und online verfolgen, Informationsmaterial von Behörden und Institutionen auswerten und persönliche Kontakte nutzen. Ihre Funktion ist die des nachrichtlichen Informationsjournalismus, sie nehmen die Rollen mehr von zielgruppenorientierten Dienstleistern als von analysierenden Aufklärern wahr. Die Berichterstattung ist umso intensiver, je mehr Journalisten am Werk sind, die die Region beidseits der Grenzen aus biographischen Gründen kennen.
3. Es gibt keine markanten Unterschiede zwischen der Region Aachen-Maastricht-Liège und der Region am Oberrhein. Aber es existiert gewissermaßen ein „schwarzes Schaf“: Die Zeitung *La Meuse* berichtet nicht über die ausländische Nachbarschaft, sondern konzentriert sich auf die eigene (wallonische) Region.

Bibliographie

- Balibar E., 2003, *Sind wir Bürger Europas? Politische Integration, soziale Ausgrenzung und die Zukunft des Nationalen*, Hamburg, Hamburger Ed.
- Bardoel J., van Reenen B., 2009, « Das Mediensystem der Niederlande », S. 476-490, in: Hans Bredow-Institut, *Internationales Handbuch Medien*, Baden-Baden, Nomos.
- Baumann A., 2005, « Zwischen Propaganda und Information. Die Entwicklung der deutsch-französischen Zusammenarbeit in Hörfunk und Fernsehen », *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande*, 37, 1, S. 7-28.
- Beck K., 2012, *Das Mediensystem Deutschlands. Strukturen, Märkte, Regulierung*, Wiesbaden, Springer-VS.
- Blum R., 2005, « Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme », *Medienwissenschaft Schweiz*, 2, S. 5-11.
- Burkart R., 2002, *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*, Stuttgart, UTB.
- Cahn J.-P., 2007, « An der Grenze, über Grenzen. Der Saarländische Rundfunk als Mittler zwischen Deutschland und Frankreich », S. 443-448, in: Raff F., Buchholz A., Hrsg., *Geschichte und Geschichten des Senders an der Saar – 50 Jahre Saarländischer Rundfunk*, Freiburg, Herder.
- De Bens E., Ros G., 2009, « Das Mediensystem Belgiens », S. 196-215, in: Hans Bredow-Institut, *Internationales Handbuch Medien*, Baden-Baden, Nomos.
- Gilcher D., 2004, « Grenzüberschreitende Berichterstattung in der Regionalpresse am Oberrhein », S. 249-257, in: Frenkel C., Lüger H.-H., Woltersdorff S., Hrsg., *Deutsche und französische Medien im Wandel*, Landau, Knecht.
- Grievies K., 2008a, *Il faut du courage – Grenzüberschreitende Berichterstattung in der Region Saar-Lor-Lux (It takes courage – Transborder Broadcast Journalism in the Saar-Lor-Lux Region)*, Paper presented to the DGPUK 2008 annual conference, Lugano, Switzerland.
- Grievies K., 2008b, *Transcending Borders, Facing Challenges. Journalists and Identity in the Saar-Lor-Lux Region*, Bloomington.
- Hallin D., Mancini P., 2004, *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.

- Hofstede G., 2001, *Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*, Thousand Oaks, Sage.
- Junqua D., 1995, *La presse écrite et audiovisuelle*, Paris, CFPJ.
- Kuhn R., 1995, *The Media in France*, London/New York, Routledge.
- Künzler M., 2013, *Mediensystem Schweiz*, Konstanz, UVK.
- Löffelholz M., 2004, *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*, Wiesbaden, VS Verlag.
- Mathien M., 1983, *La presse quotidienne régionale*, Paris, Presses universitaires de France.
- Mensch C., 2012, *Enteignete Zeitung? Die Geschichte der „Basler Zeitung“. Ein Lehrstück über Medienwandel*, Basel, Schwabe Verlag.
- Meyen M., Riesmeyer C., 2009, *Diktatur des Publikums. Journalisten in Deutschland*, Konstanz, UVK.
- Opitz G., 1993, « Programmkooperation mit Frankreich unter Berücksichtigung der spezifischen Aspekte des Europäischen Kulturkanals », S. 99-104, in: Koch U., Schröter D., Albert P., Hrsg., *Deutsch-französische Medienbilder/Images Médiatiques franco-allemandes*, München, Reinhard Fischer.
- Pfetsch B., Heft A., 2009, « Europäische Öffentlichkeit – Entwicklung transnationaler Medienkommunikation », S. 36-41, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zu „Das Parlament“*, B 23-24.
- Riedel H., 1989, « Neuere Tendenzen des Rundfunks im saarländisch-lothringischen Grenzgebiet », S. 181-200, in: Soyoz D. et al., Hrsg., *Beharrung und Wandel in einem peripheren Grenzraum. Band 1*, Saarbrücken, Selbstverlag des Geographischen Instituts der Universität des Saarlandes.
- Rüegg W., 2012, *Herausgefordert: Die Geschichte der Basler Zeitung*, Basel, Christoph Merian-Verlag.
- Schmidt R. H., 1978, *Grenzüberschreitende Publizistik in Rundfunk, Tagespresse und Zeitschriften der Großregion Saarland-Westpfalz-Lothringen-Luxemburg-Trier*, Darmstadt, Robert H. Schmidt.
- Scholz C., Bollendorf T., Eisenbeis U., 2005, *Medienstandort Saar (LorLux): Bestandsaufnahme, Entwicklungsperspektiven, Umsetzungsstrategie*, München, Rainer Hampp.
- Schrag W., 2007, *Medienlandschaft Deutschland*, Konstanz, UVK.

- Schudson M., 2008, *Why Democracies Need an Unlovable Press*, Cambridge, Polity Press.
- 2011, *The Sociology of News*, New York, W. W. Norton & Company.
- Sievert H., 1998, *Europäischer Journalismus: Theorie und Empirie aktueller Medienkommunikation in der Europäischen Union*, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg S., 1992/1998, *Journalistik, Bd. 1, Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen, Bd.2, Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*, Wiesbaden, VS Verlag.
- Weischenberg S., Malik M., Scholl A., 2006, *Die Souffleure der Mediengesellschaft: Report über Journalisten in Deutschland*, Konstanz, UVK.

II. Circulations transfrontalières des informations médiatiques : Études de cas dans la Grande Région

II. *Grenzüberschreitende mediale Informationsströme: Fallstudien aus der Großregion*

PATRICK WIERMER
Journalist, Saarbrücken

Die Nachrichtengeografie des Saar-Lor-Lux-Raums – Zentrum und Peripherie der Großregion

Die „gewollte“ und die „gelebte“ Großregion

Saar-Lor-Lux gilt – vor allem für die Politik – als Modellregion in Europa, in der die Entwicklung der gemeinsamen Wirtschaft und in der alltägliche Interaktionen (Einkaufen und Arbeiten im Nachbarland, Freundschaftsbeziehungen etc.) die gemeinsame historische Vergangenheit, die von Krieg und Zerstörung geprägt war, überwunden hat. Saar-Lor-Lux wird dabei von den politischen Akteuren als Einheit verkauft: Beispiele sind die Universität der Großregion, interregionale Verwaltungen wie der Gipfel der Großregion oder gemeinsame Marketingstrategien, was sich etwa in den Internetplattformen granderegion.net oder grrrrr.eu widerspiegelt.

Die Grenzen der Großregion sind durch die Außengrenzen ihrer Teilregionen definiert, die verschiedenen administrativen Ebenen angehören – vom Bundesland über das französische *département* und die belgischen Regionen (mit zwei Kulturgemeinschaften) bis hin zum Nationalstaat. Auf einer Karte von Saar-Lor-Lux sind die territorialen Grenzen klar definiert – sie reichen von Mons bis Mainz, von Andernach bis Vittel. Wer allerdings einen Mainzer fragt, ob Mons in Saar-Lor-Lux liegt, erntet vermutlich nur Achselzucken: Die Bürger nehmen die Großregion nicht in ihrer Gesamtheit wahr. Die Wahrnehmung wird von sozialräumlichen Grenzen bestimmt, innerhalb derer die Überschreitung der Nationalgrenzen selbstverständlich ist. Diese Interaktionsräume ergeben sich aus dem Zusammenspiel von historisch, sozial und kulturell gewachsenen sowie politisch (gewollten) Strukturen. Die Entstehung von Regionen wie Saar-Lor-Lux kann also als ein Prozess „von unten“ (Schaffung von politischen Institutionen auf Basis sozialräumlicher Strukturen, Paasi 1986) und „von oben“ (Schaffung von sozialräumlichen Strukturen auf Basis politischer Institutionen, Weichhart 2000: 564ff.) verstanden werden. Die sozialräumliche Realität steht dabei im Widerspruch zum gesamt-räumlichen Denken und Handeln der Politik und der Wirtschaft der Großregion, die eine „kollektive Identität“, eine maximale „Mobilität“ und somit

eine Überwindung sozialräumlicher Grenzen in der Region fordert und fördert.

Dieses Spannungsfeld, in seinen verschiedenen Teilaspekten, wurde bereits in mehreren wissenschaftlichen Arbeiten untersucht. Sie beschreiben Grenzen und Grenzüberschreitungen, etwa die Verbreitung von gemeinsamer Kultur (u.a. Dörrenbächer, Brücher 2000), Relikte einer gemeinsamen Vergangenheit (Bergbau) oder gemeinsamer Nutzung wirtschaftlicher Strukturen (etwa Gewerkschaften, Hahn 2012). Neuere Untersuchungen wie etwa die Dissertation von Wille (2012) über das Grenzgängerwesen, die Arbeiten von Gudrun Scholz (2012) über die Großregion in Form von *mental maps* und von Peter zur Nieden (2007) zur Wahrnehmung der Quattropole-Städte richten den Fokus auch auf das „Empfinden“ von Grenzen aus interdisziplinärer Perspektive. Diesen Untersuchungen ist das Ergebnis gemein, dass einerseits die Überschreitung administrativer Grenzen für die Bewohner der Großregion selbstverständlich ist und sich andererseits Saar-Lor-Lux als Ensemble kleinerer, einheitlicher Teilräume verstehen lässt.

Medienwissenschaftliche Untersuchungen zur Großregion sind bis auf eine ältere Arbeit von Schmidt (1978) und eine jüngere Studie zum Privatradio (Hedinger, Weiland 1998) selten. Dabei könnten gerade in den Medienwissenschaften neue Erkenntnisse zur Wahrnehmung der Großregion gewonnen werden. Die Medien in Saar-Lor-Lux sind Resonanzkörper, sowohl für *bottom-up*- als auch *top-down*-Prozesse. Sie reflektieren den Alltag der Bewohner: Was erfahren die Menschen in Trier über den Arbeitsmarkt in Lothringen? Lesen die Eupener Hinweise auf Feste im Saarland? Welche Projekte in Saar-Lor-Lux werden politisch gefördert? Diese Informationen stellen die Grundvoraussetzung für eine Grenzüberschreitung und die Entwicklung einer gemeinsamen Identität dar.

Doch ob, in welcher Form und wie oft sie in den Medien auftauchen, hängt damit zusammen, wie Journalisten die Relevanz der Informationen für den Leser einschätzen. Die Medien- und Kommunikationswissenschaften haben für diese Einschätzung seit den 1920er Jahren Modelle entwickelt, die diese Selektionsprozesse analysieren und als Nachrichtenwertfaktoren zusammenfassen. Eine gemeinsame Erkenntnis dieser Modellbildung ist die Tatsache, dass die Ereignisse die Leser direkt betreffen müssen, um als berichtenswert eingestuft zu werden. Diese Betroffenheit drückt sich unter anderem in „räumlicher, zeitlicher und kultureller Nähe“ aus (Schulz 1976). Liegt eine starke „Nähe“ vor, steigt auch der Nachrichtenwert. Besitzt eine Meldung einen hohen Nachrichtenwert, besteht eine höhere Chance, dass sie aus der Vielzahl der täglichen Informationen ausgewählt und publiziert wird. Des Weiteren ist davon auszugehen, dass ein höherer Nachrichtenwert

tendenziell zu einer prominenteren Platzierung (Mantel statt Lokalteil, Seite 1 statt Innenteil, über dem „Bruch“ statt unter dem „Bruch“, mit Foto statt ohne Foto) und zu einer ausführlicheren und vor allem häufigeren Berichterstattung führt.

Abbildung 1: Die Großregion „SaarLorLux“.



Im Umkehrschluss lässt eine Analyse der Häufigkeit der Berichterstattung (und der Themenvielfalt) Aussagen über den Grad der räumlichen, sozialen und kulturellen „Nähe“ zu den Lesern zu. Durch eine Medienresonanzanalyse der Namen von Orten und Städten der Großregion kristallisieren sich Regionen mit einem hohen (Zentren) und solche mit einem geringen Grad an Nähe heraus (Peripherien) – so lässt sich eine Nachrichtengeografie des Saar-Lor-Lux-Raumes erstellen, die Räume mit starker und schwacher grenzüberschreitender Integration aufzeigt. In einer vergleichenden Untersuchung von

Medien aus unterschiedlichen Teilräumen lassen sich zudem Informationsströme erkennen, die die territorialen Grenzen überschreiten, deren Bahnen aber auch durch strukturelle Bedingungen (etwa gemeinsame Sprachräume) vorgegeben sind.

„In Afrika passieren nur Katastrophen“ – die Nachrichtengeografie

Für diese Untersuchung, die im Rahmen einer Diplomarbeit des Verfassers entstand und für den Atlas der Großregion¹ aktualisiert wurde, wurden sechs Tageszeitungen der Großregion untersucht. Trotz massiver medialer Umwälzungen, die die Bedeutung der klassischen, gedruckten Regionalzeitung tendenziell zurückdrängen, bieten sich diese Quellen für eine Medienanalyse besonders gut an. Tageszeitungen verfügen über langsam gewachsene Strukturen, die sich in einer tiefen Verwurzelung mit den Lesern (das zeigt unter anderem der hohe Anteil an Abonnenten) und Entscheidungsträgern in der Region ausdrückt. Außerdem verfügen die meisten Zeitungen (noch) über entsprechende Ressourcen, um Vorkommnisse in der Region flächendeckend und tiefgehend aufzugreifen². Das macht die Zeitung für viele Leser immer noch zum wichtigsten Medium für lokale und regionale Ereignisse, was sich nicht zuletzt in der immer noch sehr hohen Reichweite ausdrückt. So wird das *Grenzecho* täglich von 50.000 Menschen gelesen (bei rund 75.000 Einwohnern in der Deutschen Gemeinschaft Belgiens (DG)), die *Saarbrücker Zeitung* (mit *Pfälzischer Merkur*) erreicht täglich rund 450.000 Menschen (Einwohnerzahlen Saarland/Westpfalz: ca. 1,2 Millionen), der *Trierische Volksfreund* wird von 266.000 Menschen (Einwohner Region Trier: etwa 500.000) in die Hand genommen. Der *Républicain Lorrain* erreicht 500.000 Leser (Einzugsgebiet Lothringen mit etwa 2,3 Millionen Einwohnern). Das *Luxemburger Wort* spricht bei einer Auflage von 83.000 etwa 43 % der luxemburgischen Leser an, *Le Soir* verkauft täglich rund 90.000 Exemplare, die vor allem auch in der Grenzregion Namur-Luxembourg gelesen werden.³

Die Zeitungen schaffen eine eigene Wirklichkeit der Großregion. Durch redaktionelle Selektionsprinzipien, die sich – überschneidend – zwischen

¹ Der Atlas der Großregion ist ein digitaler, interaktiver Atlas der Großregion. Das Projekt wird vom Fonds National de la Recherche Luxembourg und der Universität Luxemburg finanziert, http://geo.uni.lu/atlas/gr-atlas_dt.html [12.02.2013].

² Trotz Rückgang haben die untersuchten Zeitungen noch ein dichtes Netz an Lokalredaktionen (auch in kleineren Orten) und Zugriff auf (regionalisierte) Nachrichtendienste.

³ Alle Zahlen nach eigenen Angaben der Verlage.

„Chronistenpflicht“ (Funktion als Archiv historischer Fakten und Namen, Verlautbarungen von Stellungnahmen öffentlicher Stellen, Ankündigungen von Veranstaltungen etc.), Wächterfunktion der Medien (Selbstverständnis als „vierte demokratische Gewalt“) und Leserinteresse (Unterhaltung, Nutzwert) bewegen, entsteht ein Bild, das den sozialräumlichen Realitäten der Menschen näher ist als das gewollte (und verkaufte) Bild der politischen Entscheidungsträger in der Großregion. Diese Nähe ist vor allem Medien, die ein lokales/regionales Zielpublikum ansprechen, von stärkerer Bedeutung. Auf der einen Seite reflektieren die Medien die Lebenswelt der Menschen, die unmittelbare Alltagserfahrung zwischen Wetter, Fußballergebnissen und Baustelle vor der eigenen Haustür. Auf der anderen Seite konstruieren die Medien allerdings selbst eine Sicht auf die Wirklichkeit, die sich wiederum auf die Wahrnehmung der Menschen auswirkt. Erst wenn ein Thema in den Medien „gemacht“ wird, das heißt im ersten Schritt überhaupt darüber berichtet wird, hat es Auswirkungen auf die Alltagserfahrungen der Leser. Im Falle der Baustelle vor der Haustür könnte dies auch bedeuten, dass man man beim Blick auf die Baustelle nicht nur das Verbauen von Steinen, Holz und Zement wahrnimmt, sondern auch an einen Korruptionsskandal zwischen Bauherr und Architekt denkt, den die Zeitung im Zusammenhang mit der Baustelle thematisiert hat⁴.

Daraus lässt sich folgende These ableiten: Es gibt einen Unterschied zwischen der Wahrnehmung der Großregion durch die Bewohner und der politisch gewollten Einheit der Großregion. Die Sicht der Zeitungen auf die Großregion ist den Bewohnern näher als die Sicht der Politik, da sie die Alltagserfahrungen der Menschen reflektieren. Neben dieser Widerspiegelung der Alltagserfahrungen konstruieren die Medien selbst die Realität, etwa durch Themenauswahl, Schwerpunktsetzung und „Konstruktion von Skandalen“. So beeinflussen sie den Blick des Lesers auf die Großregion.

Die Nachrichtengeografie bildet einen Ansatz, diese informationellen Unterschiede zu untersuchen und sie in einen geografischen Bezug zu setzen.

⁴ P. Champagne (1998) spricht in seinem Aufsatz „Die Sicht der Medien“ von „Wirklichkeitseffekten“ der Medien, die etwa zu einer Skandalisierung von Vorfällen im Lyoner Vorort Vaulx-en-Vélin durch die Medien führen. Die Frage, ob die regionalen Medien – wie im skizzierten Fall – vielleicht ein nicht zuletzt kommerziell motiviertes Interesse daran haben könnten, auch von Katastrophen, Skandalen und Ähnlichem aus der Großregion zu berichten oder gar diese erzeugen und zu forcieren, kann in dieser Studie nicht abschließend beantwortet werden. Wie die Studie von K. Kamps (1998) zeigen wird, ist zumindest davon auszugehen, dass Negativmeldungen grundsätzlich dazu führen, dass auch über Orte berichtet wird, die sonst selten oder nie in den Zeitungen auftauchen würden.

Klaus Kamps untersuchte beispielsweise 1998 die Fernsehnachrichten vor dem Hintergrund der Frage, ob und warum etwa die Länder Afrikas nur im Rahmen von Katastrophenmeldungen in den Nachrichten erwähnt werden. Nach einer Auswertung verschiedener Formate kam er zu dem Schluss, dass die Medien die Welt in Nachrichtenzentren und Nachrichtenperipherien unterteilen. Nachrichtenzentren sind durch eine hohe Themenbreite sowie eine hohe Frequenz von Nennungen und Meldungen gekennzeichnet. Im Gegensatz dazu verzeichnet die Peripherie eine geringe Frequenz, eine generell geringe Vielfalt an Themen und einen hohen Anteil an Meldungen aus dem Bereich Unfälle, Katastrophen, Kriege etc. In diesen Kategorien gibt es besondere, unregelmäßige Anlässe zur Berichterstattung. Auch bei Kamps führen Nachrichtenwertfaktoren und strukturelle Hemmnisse (fehlende Information, Mangel an Korrespondenten, Schwierigkeiten beim Verständnis von Fremdsprachen und Fremdkulturen etc.) zu diesem Ungleichgewicht der Berichterstattung. Überträgt man den Ansatz von Kamps auf eine mediale Untersuchung der Großregion, lässt sich folgende These festhalten: Die Großregion lässt sich in Nachrichtenzentren (hohe Themenbreite, hohe Frequenz an Meldungen) und Nachrichtenperipherie (niedrige Themenbreite, niedrige Frequenz an Meldungen, hoher Anteil an „Katastrophen“-Meldungen) unterteilen.

Sechs Zeitungen, 15.000 Artikel und 731 Orte – die Untersuchung

Die untersuchten Zeitungen waren zum Zeitpunkt der Erhebung zwischen 2008 und 2010 in der Regel die jeweils wichtigsten aus den Teilräumen. Analysiert wurden sowohl der überregionale Teil (Mantel), alle Lokalteile sowie Sonderprodukte (etwa Extra oder Treff.Region). Mit einer Ausnahme: Um die Datenbasis für Wallonien, Lothringen und Rheinland-Pfalz anzugleichen, wurden nur die grenznahen *Le Soir*-Lokalausgaben „Namur-Luxembourg“ und „Liège“ in die weiteren Betrachtungen miteinbezogen. Untersucht wurden rund 15.000 Artikel aus dem Januar 2008, also mit einem ausreichenden Abstand zum Kulturhauptstadtjahr in Luxemburg, das die Ergebnisse deutlich verzerrt hätte.⁵ Der Untersuchungskorpus im Überblick:

⁵ Luxemburg und die Großregion waren 2007 europäische Kulturhauptstadt. Rund 3,3 Millionen Besucher besuchten Hunderte Veranstaltungen im Rahmen dieses Aktionsjahres.

Tabelle 1: Die untersuchten Zeitungen und Ausgaben. Insgesamt wurden 15.000 Artikel durchsucht

Zeitung	Verbreitung	Mantelteile	Lokalteile
<i>Saarbrücker Zeitung</i> (mit <i>Pfälzischer Merkur</i>)	Saarland/ Westpfalz	Themen des Tages Region/Land Politik Panorama / Uni / Internet / Kultur Sport Wirtschaft Sonderprodukte	Saarbrücken St. Wendel Köllertal Merzig Blieskastel Völklingen Sulzbachtal St. Ingbert Homburg Neunkirchen Dillingen Saarlouis Zweibrücken
<i>Trierischer Volksfreund</i>	Region Trier	Themen des Tages Meinung Welt Kultur Region/Luxemburg Spezialressorts (Immobilien, Auto etc.) Sport Sonderprodukte	Trier Konz Hochwald Bitburg Prüm Daun Gerolstein Wittlich Mosel Hunsrück
<i>Le Soir</i>	Wallonien	La Une La Belgique Le Monde L'Europe Économie Sports Forum Culture/Médias Sonderprodukte	(Bruxelles) (Brabant/Wallon) Liège (Hainaut) Namur-Luxembourg ⁶

⁶ Es werden nur die Lokalausgaben Namur-Luxembourg und Liège im Weiteren betrachtet, um die Datenbasis für Wallonien, Lothringen und Rheinland-Pfalz

Zeitung	Verbreitung	Mantelteile	Lokalteile
<i>Républicain Lorrain</i>	Lothringen	France Étranger Économie Région Départementale Sports Sonderprodukte	Metz Hagondange Orne Thionville Hayange Briey Longwy Forbach Sarreguemines Sarrebourog St. Avold
<i>Luxemburger Wort</i>	Luxemburg	Politik/Gesellschaft Wirtschaft Buntes/Campus Kultur Sport Sonderprodukte	Stad a Land Norden Süden Osten Zentrum/Lokales Varia Region/Großregion
<i>Grenzecho</i>	Deutschsprachige Gemeinschaft (DG)	Hier und Heute Meinung/Hintergrund Aus aller Welt Medien/Kultur Wirtschaft/Finanzen Verschiedenes Sport Sonderprodukte	Eupener Land An Göhl und Iter Eifel/Ardennen Euregio

Erfasst wurden Orte und Städte der Großregion, die außerhalb des Verbreitungsgebiets der jeweiligen Zeitungen liegen. So lässt sich feststellen, über welche Orte jenseits der Grenzen berichtet wird. Die Untersuchungseinheiten wurden nach einem bestimmten Schema ausgewählt, um die administrativen Unterschiede etwa zwischen Frankreich und Rheinland-Pfalz auszugleichen. Dabei wurde von einer Mindesteinwohnerzahl und einer vergleichbaren zentralörtlichen Bedeutung ausgegangen. Untersucht wurden somit im Saarland 52 Gemeinden, in Luxemburg 116 Gemeinden, in Wallonien 253 und in der

anzugleichen. Die hier untersuchten Zeitungen aus Lothringen und Rheinland-Pfalz decken auch nur einen Teilbereich ihrer Herkunftsregionen ab.

Deutschsprachigen Gemeinschaft Walloniens 9 Gemeinden, in Rheinland-Pfalz 161 Hauptorte von Verbandsgemeinden sowie in Lothringen 140 Chef-lieux der Arrondissements. Nach diesen Orten wurde in den Archiven des Untersuchungskorpus auch in ihrer Benennung in anderen Sprachen gesucht (z.B.: Bascharage, Nidderkærjeng, Niederkerschen).

Tabelle 2: Die untersuchten Städte und Gemeinden

Verwaltungsgebiet	Administrativer Typ	Anzahl
Saarland	Gemeinden	52
Luxemburg	Gemeinden	116
Wallonien	Communes	253
DG	Communes	9
Lothringen	Chef-lieux (arrondissements)	140
Rheinland-Pfalz	Hauptorte der Verbandsgemeinden	161

Die Archivtreffer wurden systematisch erfasst (vgl. Abb. 2): die Platzierung im Blatt (Lokal- und Mantelteile), Thema (angepasste Kategorie auf Basis der klassischen Daseinsgrundfunktionen der Sozialgeografie: Wohnen, Arbeiten, Versorgung, Bildung, Erholung, Fortpflanzung, in Gemeinschaft leben, Entsorgung/Umwelt, Verkehr, Kommunikation; zusammengefasst bei Werlen 2000) und „Termine und Ergebnisse“, was Ortsnennungen ohne Artikelzusammenhang (etwa Tabellen mit Sportergebnissen) umfasst. Es wird zudem zwischen „Nennungen“ (absolute Häufigkeit der Nennung eines Ortsnamens) und „Meldungen“ (Anzahl der Beiträge/Artikel, in denen der Ort mindestens einmal genannt wird) unterschieden. Ergänzend wird nach „Störungsmeldungen“ (nach Herrmann 1993) unterteilt, die im Wesentlichen aus Polizei- und Feuerwehrmeldungen bestehen. Die Platzierung im Mantel- und Lokalteil ermöglicht Aussagen über Formen von Kommunikationsmagnetismus (starke wechselseitige Berichterstattung zwischen Regionen/Orten) zwischen einzelnen Teilräumen und eine genauere Unterscheidung, ob ein Ort jenseits der Grenze eine lokale oder überregionale Bedeutung hat.

Abbildung 2: Kodierbogen für die Analyse der Saarbrücker Zeitung

Mantelteile	Lokalteile	Textform
Aufmacher	Saarbrücken	Nachricht/Ankündigung
Bildaufmacher	St. Wendel	(kurz)
Teaser	Köllertal	Bericht/Ankündigung
Sonstiger Artikel	Merzig	(lang)
Mantel	Blieskastel	Bildunterschrift
Themen des Tages	Völklingen	Hintergrund/Reportage
Region/Land	Sulzbachtal	Interview
Politik	St. Ingbert	Rezension/Sonstiges
Panorama/Uni/Internet	Homburg	
Kultur	Neunkirchen	
Sport	Dillingen	
Wirtschaft	Saarlouis	
	Sonderbeilage	
	Merkur Mantel	
	Merkur Zweibrücken	
Themen	Tendenz	Störungen
Produktion/Arbeit	Überw. kritisch	Unfälle
Konsum	Überw. zustimmend	Kriminalität
Wohnen	Ausgewogen	Gerichts-/Streitfälle
Bildung/Erziehung	Neutral	Verkehrsprobleme
Gesundheit/Umwelt		Arbeitslosigkeit
Soziales/Lokalpolitik		Allgemeine Krisen
Sport		
Verkehr		
Erholung/Freizeit		
Nennungszusammenhang	Gesamt	
Mit Städten der Region	Termine/Ergebnisse etc.	
Mit Städten der Großregion	Bereinigt (ohne Termine/Ergebnisse)	
Mit Regionsbezeichnung		
Regionsbezeichnung und Stadt		

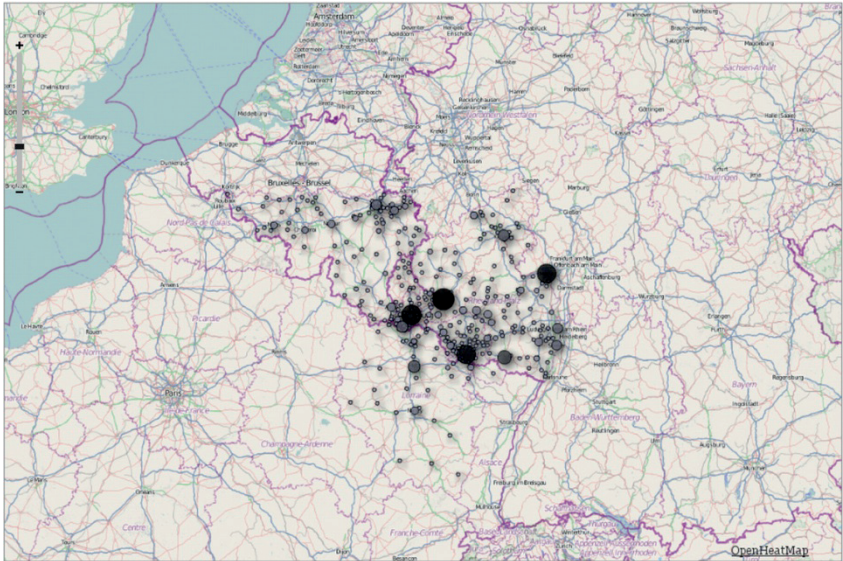
Ergebnisse: Die gesamte Großregion im Blick – aber nicht alles im gleichen Maße

Die Ergebnisse der Analyse zeigen ein heterogenes Bild der Großregion, das im Wesentlichen die Gegensätze zwischen der institutionalisierten Großregion (die politischen Grenzen der Teilräume) und der funktionellen Großregion (mit seinen „alltäglichen“ Grenzüberschreitungen) unterstreicht. In der Summe aller Daten zeigt sich, dass zwar alle Kreise bzw. Bezirke zumindest einmal in einer der untersuchten Zeitungen genannt wurden, andererseits gibt es deutliche Häufungen im Grenzbereich zwischen Arlon und Pirmasens. Ein Leser, der also jeden Tag jede Ausgabe jeder untersuchten Zeitung gelesen hätte, erhielte theoretisch aus jedem Teil der Großregion Informationen. Besonders gut wird er allerdings über Ereignisse informiert, die sich in unmittelbarer Nähe zur Grenze abspielen.

Letzteres betrifft sowohl die absolute Häufigkeit der Meldungen als auch das Themenspektrum. Dies ist nicht überraschend, stellt der Grenzbereich doch die Kernregion von Saar-Lor-Lux mit den stärksten Verflechtungen zwischen den verschiedenen Regionen dar. Auf der anderen Seite bildet sich aber auch eine Nachrichtenperipherie heraus, die nicht mehr Teil einer flächendeckenden Berichterstattung ist. Diese vernachlässigten Regionen liegen, einfach formuliert, nordwestlich von Arlon, nördlich von Luxemburg-Stadt, östlich einer Linie zwischen Trier und Pirmasens und südlich von Nancy. Zusätzlich entstehen in der Peripherie Nachrichtenpole, die oft in Meldungen im Zeitungsmantel erwähnt werden, die allerdings nicht zum Kern der Großregion gehören. Diese meist zentralen Verwaltungs- und Gerichtsorte (Mainz, Koblenz, Namur) liefern besonders viele Nennungen im Bereich Soziales/Lokalpolitik oder Gerichts-/Streitfälle.

Die Peripherie umfasst dünner besiedelte Gebiete (große Teile des Südens Lothringens, Nordostsaarland/Westpfalz, Luxemburg zwischen Luxemburg-Stadt und dem Norden Walloniens) – dort wo wenige Menschen leben, entstehen grundsätzlich auch weniger Nachrichten. Zudem fällt sie mit Regionen zusammen, die von sprachlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Barrieren geprägt sind. Hier zeigt sich, wie strukturelle Unterschiede offenbar die Berichterstattung beeinflussen.

Abbildung 3: Gesamt ohne „Termine/Ergebnisse“



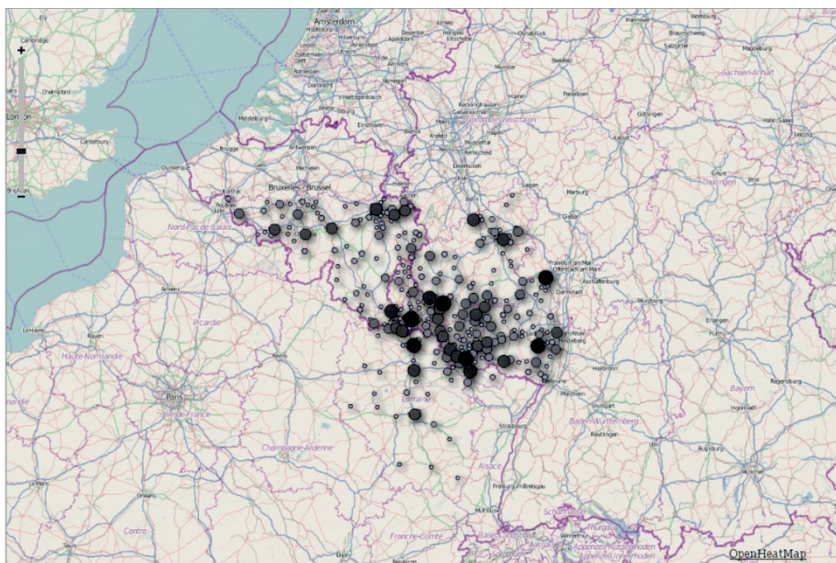
Bereinigt 1.00 188 375

Am deutlichsten ist dieses an der Sprachgrenze sichtbar. Liegen Probleme in der Verständigung vor, die etwa eine Recherche vor Ort aufgrund fehlender Sprachkenntnisse erschweren, und liegen keine Presseinformationen (etwa Pressemitteilungen) in der entsprechenden Redaktionsprache vor, haben es bestimmte Regionen schwer in den Medien auf der anderen Seite der Grenze erwähnt zu werden. Andererseits fördern Redaktionen, die zweisprachig aufgestellt sind – etwa die Büros des *Républicain Lorrain* in Forbach und Sarreguemines – in einem gewissen Rahmen den Fluss der Informationen über die Grenzen hinweg.

Auch die Nachrichtengeografie zeigt Grenzräume, die kulturell stärker miteinander verbunden sind als andere: Starke Verbindungen gibt es etwa zwischen den Bereichen Arlon/Longwy/südliches Luxemburg und Saarbrücken/Sarreguemines/Forbach, die nicht nur eine gemeinsame Geschichte (Schwerindustrie) verbindet, sondern auch der alltägliche (kulturelle) Austausch durch Wohnen, Einkaufen, Pendeln. Die relativ hohen Werte der Themenvarianz in diesen Bereichen reflektieren die Vielfältigkeit des Austausches.

Auch wirtschaftliche Faktoren scheinen sich in der Berichterstattung niederzuschlagen: Ärmere Regionen berichten offensichtlich stärker über reichere Regionen als umgekehrt. Der *Républicain Lorrain*, der insgesamt auch die höchsten Werte in der Auslandsberichterstattung hat, informiert regelmäßig über Geschehnisse im Saarland und in Luxemburg (vor allem im unmittelbaren Grenzbereich, wo Wohnort und Arbeitsplatz nah beieinanderliegen), die beiden Hauptziele für lothringische Pendler. Die *Saarbrücker Zeitung* richtet den Blick eher nach Luxemburg, dem Ziel vieler saarländischer Berufspendler, als nach Lothringen. Das *Luxemburger Wort* schaut hingegen nicht im gleichen Maße auf die angrenzenden Regionen.

Abbildung 4: Gesamt Themenvarianzen



Themen 1.00 5.00 9.00

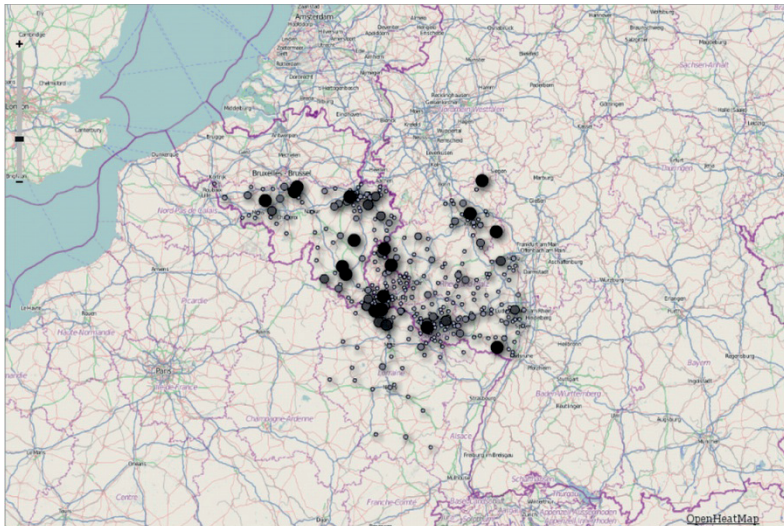
Nachrichtenzentren und Themenschwerpunkte

Die häufigsten Nennungen und die größte Themenvarianz erreichen die Quattropol-Städte Trier (573 Gesamt, 375 ohne „Termine/Ergebnisse“), Luxemburg (410/313), Metz (146/114) und Saarbrücken (436/277) sowie Mainz (315/285). Die Ergebnisse von Trier, Mainz und Saarbrücken entfallen zum größten Teil auf die Berichterstattung des *Trierischen Volksfreunds* und der

Saarbrücker Zeitung. Lässt man diese Effekte der gegenseitigen Berichterstattung des *Trierischen Volksfreunds* und der *Saarbrücker Zeitung* über die insgesamt stark verzahnten Teilregionen Rheinland-Pfalz und Saarland außer Acht, dominiert die Stadt Luxemburg die Berichterstattung in der Großregion. Über sie wird dreimal häufiger berichtet als über Metz und insgesamt auch häufiger in Artikeln (nur 97 Treffer für „Termine/Ergebnisse“) als über die anderen Großstädte.

Bei den Themen dominieren „Erholung/Freizeit“ (17 % aller Artikel), „Sport“ (16 %) und „Soziales/Lokalpolitik“ (14 %). Alleine die Hälfte der Ergebnisse aus letzterer Kategorie entfällt allerdings auf Artikel aus der *Saarbrücker Zeitung* über Orte aus Rheinland-Pfalz. Erholung und Sport dominieren daher die grenzüberschreitende Berichterstattung. Noch nicht einmal miteingerechnet sind dabei die stenographischen Erwähnungen in den Sporttabellen und Veranstaltungsterminen, die in der Studie unter „Termine/Ergebnisse“ (rund 42 % aller Nennungen) zusammengefasst sind.

Abbildung 5: Gesamt: Anteil der Störungsmeldungen an den Gesamtmeldungen



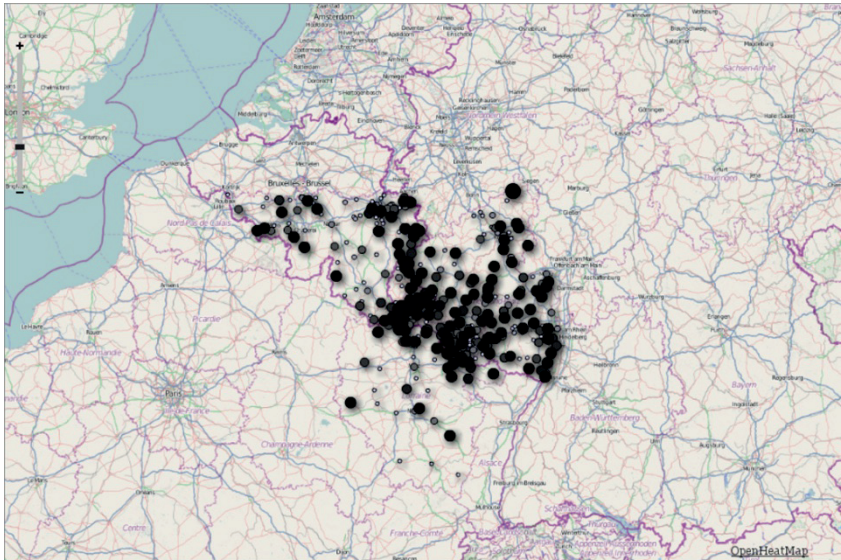
Anteil Störungen 0.00 50.0 100

Ein weiteres wichtiges Thema sind die Störungen: Etwa jeder zehnte Artikel entfällt auf diese Kategorie. Die absolut häufigsten Störungen treten im Zusammenhang mit der Stadt Luxemburg auf. Aufschlussreich ist allerdings vor allem der Blick auf Orte, die einen besonders hohen Anteil an Störungsmeldungen aufweisen. Sieben Orte, die ausschließlich im Zusammenhang mit Störungen genannt werden, befinden sich in Wallonien. Hohe Prozentwerte sind auch im Norden Luxemburgs und in kleineren Gemeinden im französisch-luxemburgisch-wallonischen Länderdreieck zu finden. Somit fallen die Störungsmeldungen in die peripheren Räume der Großregion. Interessant ist auch ein Blick auf den Anteil der Lokalmeldungen an der Gesamtberichterstattung. Orte, die vornehmlich bis ausschließlich in den Lokalteilen genannt werden, verteilen sich über die ganze Karte, bündeln sich allerdings an den Grenzübereichen. Ein weiteres Indiz, dass die Großregion an den Grenzen besonders in Form von häufigen lokalen Austauschprozessen lebt. In der Peripherie lassen sich entsprechend geringe Anteile an Lokalmeldungen ausmachen.

Der *Républicain Lorrain* – auf kurzem Weg über die Grenze

Die Ausrichtung des *Républicain Lorrain* ist stark lokal. Dies spiegelt sich auch in der relativ hohen Anzahl von Lokalredaktionen wider (2004 waren es 20, im Untersuchungszeitraum zehn, seit Februar 2008 sieben). Die Lokalteile nehmen den meisten Platz im Blatt ein. Berichtet wird auch über kleinste lokale Ereignisse, die in den anderen Vergleichszeitungen wohl kaum Platz gefunden hätten. Der *Républicain Lorrain* hat von allen Zeitungen die meisten Nennungen zu Orten aus dem angrenzenden Ausland: 812 Meldungen verteilen sich auf 592 Artikel über 107 Orte und Städte. Die Nennungen lassen sich zum größten Teil entlang eines Grenzsaums von etwa 20 Kilometern Breite auf wallonischer, luxemburgischer, saarländischer und pfälzischer Seite ausgehend von Virton bis nach Zweibrücken lokalisieren.

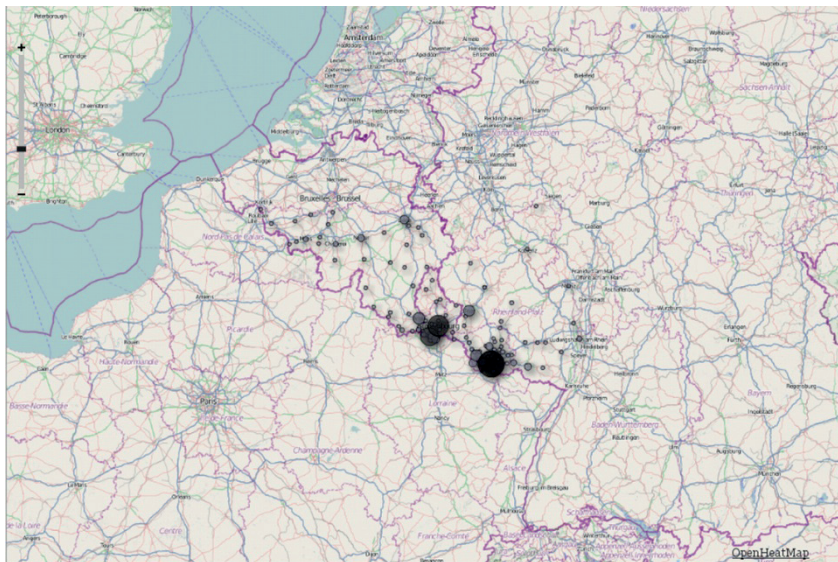
Abbildung 6: Gesamt: Anteil der Lokalmeldungen an den Gesamtmeldungen



Anteil Lokales 1.00 50.5 100

Dabei gibt es zwei Ballungsgebiete, die besondere Berücksichtigung in den Nachrichten finden: Das Dreiländereck zwischen Arlon und Luxemburg-Stadt (289 Meldungen, 36,5%) und der Raum zwischen Saarbrücken, Saarlouis und der deutsch-französischen Grenze (215 Meldungen, 27,2%); der südliche Teil Walloniens (mit Ausnahme der belgisch-lothringischen Grenzregion) findet kaum Beachtung. Lediglich im Norden, entlang des dichter werdenden Siedlungsgürtels von Mons bis Lüttich, nehmen die Meldungen wieder deutlich zu.

Abbildung 7: *Républicain Lorrain*: Gesamt ohne „Termine/Ergebnisse“



Bereinigt 1.00 66,5 132

Auswertung im Detail

a. Verteilung der Lokalmeldungen

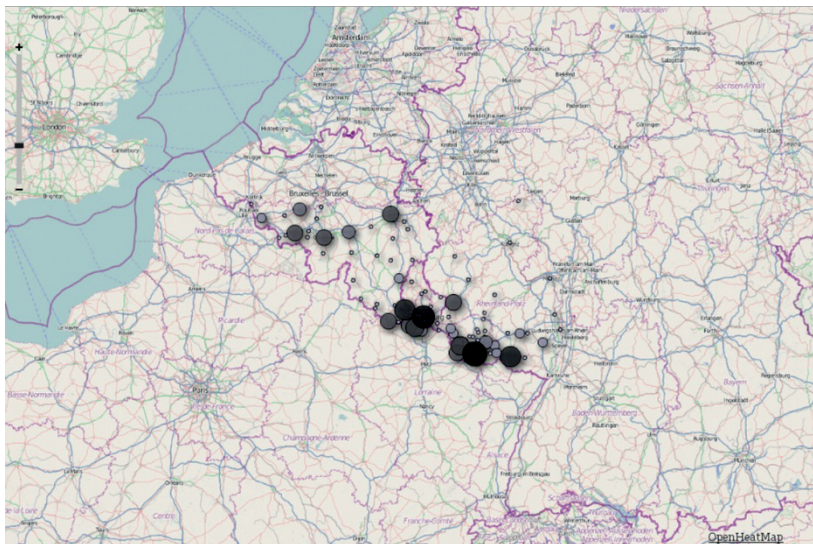
Der Anteil der Lokalmeldungen an der Auslandsberichtserstattung beträgt rund 78 % – der höchste gemessene Wert der Untersuchung. Die meisten Treffer lieferten dabei die Lokalressorts „Forbach“ (105 Meldungen, 22,3 %, inklusive „Sortir en Sarre“), gefolgt von „Longwy“ (95, 19,8 %), „Saint Avold“ (78, 16,3 %) und „Sarreguemines“ (63, 13,1 %). Auch beim Anteil der Lokalmeldungen lassen sich wieder die zwei oben angesprochenen Ballungszentren ausmachen, allerdings kommt es zu leichten Verschiebungen: Auf der einen Seite das Dreiländereck Lothringen-Luxemburg-Wallonien, wobei sich das Gebiet der höchsten lokalen Erfassung entlang der Grenze ausmachen lässt.

Wichtige Referenzorte sind Arlon und Luxemburg sowie auch kleinere Grenzstädte wie Virton, Aubange, Differdange und Rumelange hinzu. Es entsteht ein enger Gürtel der Berichterstattung, der in jeweils etwa zehn Kilometern Entfernung parallel zur wallonisch-lothringischen und luxemburgisch-lothringischen Grenze verläuft. Auf der anderen Seite erstreckt er sich entlang

der saarländischen Grenze und westlich der Saar (Überherrn). Auffällig ist auch, dass die starke lokale Erfassung auch noch weit in das Saarland – bis ins dünn besiedelte Nord-/Nordwestsaarland – hineinragt. Gerade aus den kleinen Grenzstädten wird im Zusammenhang mit den Themen „Soziales“, „Sport“ und „Erholung/Freizeit“ berichtet. Besonders oft sind darunter lokale interkommunale Initiativen vertreten. Weitere häufige Themen: Spielertransfers zwischen verschiedenen, auch kleinen Fußballklubs jenseits der Grenzen oder Wandergruppen, die entweder mit Gruppen aus den anderen Ländern wandern oder Ausflüge in das benachbarte Grenzland anbieten. Durch seine „mikrolokale“ Ausrichtung bildet der *Républicain Lorrain* also in besonderem Maße die alltägliche Grenzüberschreitung der Grenzbewohner ab.

b. Themenvarianz

Abbildung 8: *Républicain Lorrain*: Themenvarianzen



Themenvarianz 1.00 4.50 8.00

Insgesamt bestätigt sich bei der Bestimmung der Themenvarianzen das bisher gewonnene Bild von Zentrum und Peripherie aus Sicht des *Républicain Lorrain*. Eine hohe Themenbreite gibt es im Bereich des lothringisch-luxemburgisch-wallonischen Dreiländerecks, entlang der lothringisch-

saarländisch-pfälzischen Grenze und bei den Zentren der Großregion Trier, Namur und Lüttich. Außerhalb dieser umrissenen Gebiete nimmt die Themenvarianz stark ab.

c. Verteilung der Störungsmeldungen

Bei der absoluten Verteilung der Störungsmeldungen liegt die Stadt Luxemburg mit 31 Meldungen im Vergleich an erster Stelle. Davon behandeln jeweils zehn Meldungen die Themen „Arbeitslosigkeit“ und „Verkehrsprobleme“ – womit die Bedeutung des Ortes für Berufspendler bestätigt wird. Das Thema „Verkehrsprobleme“ tritt im Dreiländereck noch an anderen Stellen häufiger auf: zum Beispiel in Arlon (drei von fünf Störungsmeldungen), Esch (fünf von fünf Störungsmeldungen) und Aubange (zwei von zwei Störungsmeldungen). Im Norden Luxemburgs gibt es mit Ettelbrück und Diekirch zwei Städte, die ausschließlich im Zusammenhang mit „Katastrophen“-Meldungen genannt wurden. Dieser Teil des Landes gehört schon zur Nachrichtenperipherie des *Républicain Lorrain*.

Für Wallonien zeigt sich ein ähnliches Bild. Im Südostzipfel der Region wird, wie erwähnt, verstärkt über Verkehrsprobleme berichtet. Orte aus dem Mittelteil sowie aus großen Teilen des Nordwestens werden gar nicht genannt. Von hier dürfte es nur Störungsmeldungen geben, wenn gewisse Sensationsaspekte vorliegen oder die Orte in Zusammenhang mit allgemeinen politischen Krisen stehen. Eine derartige Tendenz lässt sich im äußersten Norden der Region gut erkennen: Es wird über Waterloo (100% Störungsmeldungen) im Zusammenhang mit der Aufarbeitung des Erbes der napoleonischen Kriege gesprochen, über die belgischen Städte Huy (100% Störungsmeldungen) und Lüttich (zwei von 13 Gesamtmeldungen) im Zusammenhang mit allgemeiner „Arbeitslosigkeit“ in der Region.

Die Störungsmeldungen über Saarbrücken (elf von 147 Gesamtmeldungen) verteilen sich recht gleichmäßig über alle Kategorien. Das entspricht der relativ großen Themenvarianz, mit der über die saarländische Landeshauptstadt geschrieben wird. Im Bereich westlich des Saartals und nördlich der Blies zeichnen sich Tendenzen einer Nachrichtenperipherie ab. Lebach und Saarwellingen rücken ausschließlich durch Störungsmeldungen in den Blickpunkt der Zeitung.

Lokale und regionale Nachrichtenzentren – eine Auswahl

a. Saarbrücken – lokales Zentrum

Saarbrücken ist die Stadt mit den absolut meisten Meldungen, sowohl bei den Gesamtnennungen als auch bei den Lokalmeldungen. Zwar hat die Stadt mit elf Meldungen im Ressort „Région“ einen, absolut gesehen, hohen Wert – im Vergleich zu 119 Gesamtmeldungen in den Lokalressorts allerdings schlägt die lokale Bedeutung durch. Allein 101 Meldungen liefern die Lokalressorts aus Forbach, Sarreguemines und Saint-Avold – jene Städte eben, die über die stärksten Verbindungen (Verkehr, Pendeln, Konsumtourismus) ins Saarland bzw. nach Saarbrücken verfügen.

b. Luxemburg – Zentrum für ganz Lothringen

Die Stadt Luxemburg hat von allen Städten die meisten Meldungen in den Mantelressorts (26) und wird auch in den meisten Lokalressorts relativ häufig genannt. Erhöhte Nennungen gibt es im grenznahen Ressort „Longwy“ (Verkehrsknotenpunkt) sowie im Ressort „Thionville“, was den starken sozioökonomischen Verbindungen des Ortes zu Luxemburg (Stahlindustrie/Wohnort für viele Luxemburger) Rechnung trägt. Das Ergebnis deutet auch auf die akute Stahlkrise in Thionville und Umgebung hin. Der Stahlkonzern Arcelor-Mittal mit Hauptsitz in Luxemburg Stadt ist Eigentümer der Stahlwerke bei Thionville.

c. Esch – lokales und regionales Kulturzentrum

Esch-sur-Alzette ist nach großen Investitionen (im Zuge des Kulturhauptstadtjahres) das wichtigste Kulturzentrum in Luxemburg geworden. Rund 28 „Kultur“-Meldungen (plus 10 stenographische Terminankündigungen) von insgesamt 72 Meldungen bestätigen diese Entwicklung. Dabei ist Esch vor allem durch die Rockhal mit ihren Großevents und Konzerten internationaler Künstler ein überregionaler Anziehungspunkt. Überregionale Kulturereignisse fallen dabei auch in die Ressorts „Région“ und „Metz“, die mit 11 bzw. 9 Meldungen zu Buche schlagen. Auf lokaler Ebene entfallen die meisten Meldungen auf das grenznahe Ressort „Longwy“. Dort verteilen sich die Nennungen zu etwa gleichen Teilen auf die Themen „Sport“, „Produktion/Arbeit“ und „Soziales“.

d. Arlon – lokales Zentrum

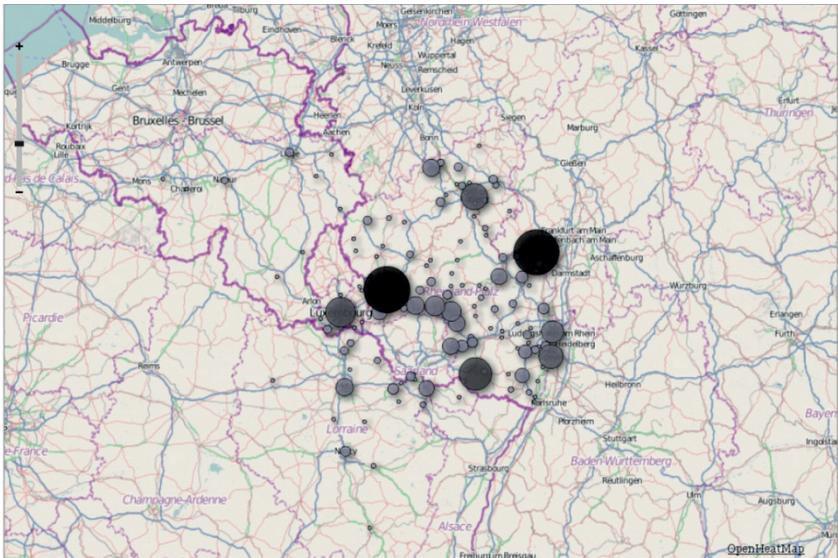
Die Gesamtnennungen von Arlon verteilen sich zu etwa 49 % (25 Meldungen) auf die Lokalressorts. Hauptbezugsort ist „Longwy“ (11 von 25 Meldungen), gefolgt von „Orne“ und „Thionville“ (je vier Nennungen). Die Themenvarianz, mit der über Arlon geschrieben wird, ist recht hoch (sechs Themenfelder), jedoch gibt es klare thematische Tendenzen: 12 Artikel fallen in den Bereich „Erholung/Freizeit“ und fast die Hälfte der Gesamtnennungen betrifft Veranstaltungshinweise. Die Stadt stellt also ein lokales Ausflugs- und Kulturzentrum für den Grenzraum dar.

Saarbrücker Zeitung (mit *Merkur*) – Der Blick nach Luxemburg

Bei der Auswertung der Ergebnisse der *Saarbrücker Zeitung* kommt der von dem Medium selbst gesetzte Schwerpunkt auf die regionale Berichterstattung deutlich zum Vorschein. Die Erhebung brachte 2.669 Gesamtnennungen aus der Großregion, die sich auf 1.385 Artikel und 138 Städte und Orte verteilen. Das mituntersuchte Tochterblatt *Pfälzischer Merkur*, der den Mantel der *Saarbrücker Zeitung* größtenteils übernimmt und eigene Lokalausgaben füllt, liefert davon 1.414 Nennungen und stellt damit 62 % aller Nennungen für Rheinland-Pfalz.

Bei der absoluten Verteilung der Städte wird deutlich, dass die *Saarbrücker Zeitung* auf der Ebene der Großregion sehr unterschiedlich berichtet: Der mit Abstand größte Teil der Nennungen konzentriert sich auf das Dreieck Saarbrücken/Luxemburg/Metz. Besonders auffällig ist, dass Wallonien fast nicht betrachtet wird. Eine Ausnahme bildet die Berichterstattung über die wallonischen Städte Charleroi, Namur und Lüttich, da die *Saarbrücker Zeitung* dort auch die großregionalen Entscheidungsprozesse oder außergewöhnliche Ereignisse abbildet.

Abbildung 9: Saarbrücker Zeitung: Gesamt ohne „Termine/Ergebnisse“



Bereinigt	1.00	141	281
-----------	------	-----	-----

Die Auswertung im Detail

a. Verteilung der Lokalmeldungen

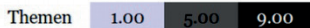
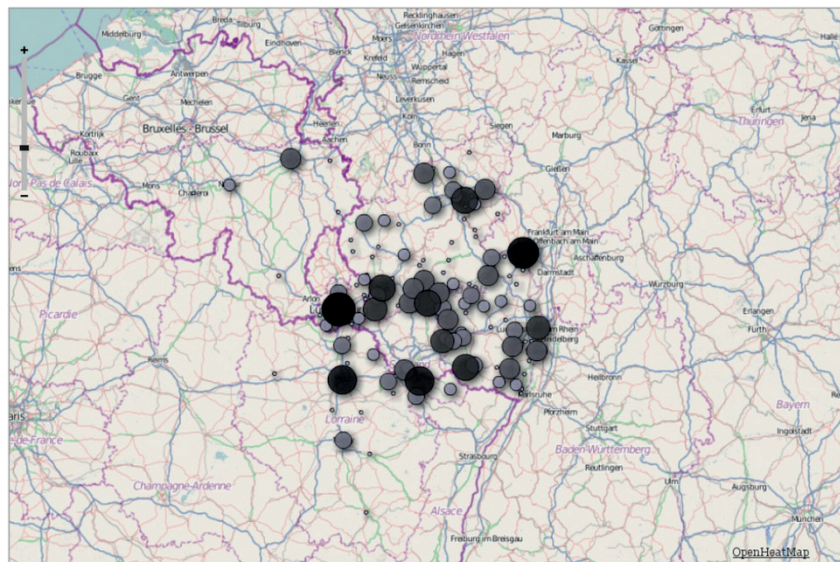
Mit einem Anteil an den Gesamtnennungen von rund 60% nehmen die Meldungen aus den Lokalressorts den größten Teil der Auslandsberichterstattung ein. Damit berichtet die *Saarbrücker Zeitung* auf lokaler Ebene im Vergleich mehr als das *Luxemburger Wort* jedoch weniger als der *Républicain Lorrain* von Ereignissen jenseits der Grenze. Die anteilig gesehen meisten Meldungen in den Lokalressorts entfallen auf den saarländisch-luxemburgischen bzw. saarländisch-lothringischen Grenzsaum. Das sind die Regionen, in denen der Austausch zwischen den Gemeinden auf beiden Seiten der Grenze am stärksten ist.

So entfallen die Meldungen aus der Stadt Luxemburg, dem Südosten des Großherzogtums und dem nördlichen Lothringen (Thionville) vor allem auf das Lokalressort „Merzig“, aus der Region Bouzonville/Freyming-Merlebach auf die Ressorts „Dillingen“ und „Saarlouis“, aus der Region Sarralbe, Sarreguemines, Saint-Avold und Forbach auf „Saarbrücken“ und

Bitche auf die Lokalredaktion des *Pfälzischen Merkurs* in Zweibrücken. Dabei geht es thematisch vor allem um „Soziales“ – rund jede fünfte Meldung fällt in diesen Themenkomplex. Ein Indiz für einen relativ lebendigen, lokalpolitischen Austausch dieser Teile der Grenzregion. Abschließend ist noch zu bemerken, dass der Sport im Vergleich zu den anderen Zeitungen insgesamt eine untergeordnete Rolle in der grenzüberschreitenden Berichterstattung der *Saarbrücker Zeitung* spielt.

b. Themenvarianzen

Abbildung 10: Saarbrücker Zeitung: Themenvarianzen



Der starke Fokus auf wenige Städte und die starke lokale Bindung sorgen für die im Schnitt höchste Themenvarianz unter den Vergleichszeitungen. Über einen Ort berichtet die *Saarbrücker Zeitung* im Schnitt in zwei Themenfeldern, was den höchsten Wert der Untersuchung darstellt. Besonders hoch ist die Themenvarianz bei Metz und im Bereich des „bassin houiller“. Herausragend ist allerdings Luxemburg mit neun abgedeckten Themenfeldern. Im Gegensatz dazu wird von vielen kleineren Orten in Luxemburg nur bei einem

Thema berichtet. Dies ist ein Ausdruck für einen starken Nachrichten-zentris-mus. Die wallonischen Orte erreichen nur bei den größeren Zentren leicht erhöhte Varianzwerte und bleiben somit auch peripher.

c. Verteilung der Störungsmeldungen

Bei den Störungsmeldungen wird noch deutlicher, dass Wallonien für die *SZ* nur eine periphere Nachrichtenregion ist. Bei zwei Städten (La Louvière, Charleroi) ist der Auslöser der Meldung ein Unfall oder eine Straftat, bei einer weiteren (Sankt Vith) führt ein Unfall zu einer von zwei Meldungen. Ein weiterer kleiner „Katastrophenschwerpunkt“ ist der Teil Lothringens zwischen Saint-Avold und der Achse Metz-Nancy. Offenbar aufgrund der Stahlkrise ist die Hälfte aller Meldungen aus Thionville zum Thema „Arbeitslosigkeit“. Delme und Pont-à-Mousson lieferten vor allem Meldungen zum Thema „Verkehrsprobleme“ im Zuge winterlicher Straßenglätte.

Lokale und regionale Zentren

a. Luxemburg – lokales und regionales Nachrichtenzentrum

Von allen für die *Saarbrücker Zeitung* untersuchten Städten liefert Luxemburg mit 116 die meisten Meldungen. Die Themenvarianz erreicht mit neun Themenfeldern den höchsten gemessenen Wert dieser Untersuchung. Dies ist ein Indiz dafür, dass Luxemburg ein wichtiger Bezugsort für das Saarland ist – und darüber hinaus noch mehr ist als ein reiner Ort zum Arbeiten. Am häufigsten wird die Stadt in Bezug auf „Soziales“ (28 Meldungen, 24 %) genannt. Ein weiteres Ergebnis: Alle Lokalressorts außer „Blieskastel“ berichten von Ereignissen in Luxemburg-Stadt. „Merzig“ blickt von allen Lokalredaktionen am häufigsten nach Luxemburg. Dieses Ergebnis spricht dafür, dass es sich bei Luxemburg um ein wichtiges lokales Zentrum für den Raum Merzig handelt. Die hohen Werte im Regionalressort „Region/Land“ unterstreichen die ebenfalls erwartete Bedeutung Luxemburgs als regionales Nachrichten-zentrum.

b. Sarreguemines – lokales Nachrichtenzentrum

Die Stadt Sarreguemines liefert im Untersuchungszeitraum 42 Gesamtnennungen – und damit doppelt so viele wie die Metropole Nancy, ein Indiz für die große Bedeutung der lothringischen Grenzstadt in der grenzüberschreitenden Berichterstattung der *Saarbrücker Zeitung*. Über Sarreguemines wird nicht nur mit relativer Häufigkeit, sondern auch mit großer Varianz berichtet.

In sieben von neun Themenfeldern gab es Meldungen, wobei allerdings der Bereich „Erholung und Freizeit“ (15 Nennungen) dominiert. Auch zehn Nennungen bei den „Terminen und Ergebnissen“ deuten auf die wichtige Naherholungsfunktion der Stadt hin.

Sarrequemines ist trotz der hohen Zahl an Gesamtnennungen nur ein lokales Zentrum; denn die Zahl der Meldungen in den Mantelressorts beschränkt sich auf zwei. Dazu kommen drei längere Veranstaltungshinweise im „Treff.Region“. Die meisten Meldungen (ca. 55 %) entfallen auf die Lokalressorts, dabei vor allem auf St. Ingbert, Homburg, Saarbrücken (wichtige Pendlerziele für Lothringer) und Zweibrücken. Das ist insofern bemerkenswert, dass Homburg und St. Ingbert bereits relativ weit von der Grenze entfernt liegen.

c. Metz – regionales Nachrichtenzentrum

Die lothringische Stadt lieferte im Untersuchungszeitraum 52 Gesamtnennungen – den zweithöchsten Wert für die *Saarbrücker Zeitung*. Die Themenstruktur der Nachrichten aus Metz ist insgesamt ausgewogen und erstreckt sich über sechs von neun Themenfeldern. Mit einer kleinen Einschränkung: Mehr als jeder fünfte Archivtreffer wurde bei den „Terminen und Ergebnissen“ erzielt, was mit den Ergebnismeldungen der Spiele des FC Metz zusammenhängt. Das Verhältnis von Lokal- zu Mantelmeldungen ist in etwa gleich (19 zu 15), was für eine stärkere Bedeutung von Metz auf regionaler Ebene spricht. Die Aufschlüsselung nach Ressorts unterstreicht diese Tendenz: Die Ressorts „Region/Land“ und „Treff.Region/Sonderbeilagen“ teilen sich die meisten Meldungen. Dazu kommt „Saarbrücken“ als wichtigstes Lokalressort. Zwischen „Saarbrücken“ und dem Ressort „Region/Land“ gibt es fließende Übergänge bei der Aufnahme einer Meldung, so dass das Saarbrücker Ressort häufig regionale Nachrichten abbildet.

Trierischer Volksfreund – Kultur öffnet die Grenze

Der Schwerpunkt der Zeitung *Trierischer Volksfreund* liegt in der regionalen und lokalen Berichterstattung. Die Lokalressorts „Prüm“, „Konz“ und „Saarburg“ decken das Gebiet an der luxemburgisch-belgischen Grenze ab. In den Ressorts „Saarburg“, „Hunsrück“ und „Hochwald“ werden auch Themen aus dem Saarland aufgegriffen. In der Gesamtübersicht wird deutlich, dass sich die überregionale Berichterstattung auf das südliche Luxemburg – entlang einer Linie von Echternach nach Bascharage – sowie auf das Saarland erstreckt.

Der *Trierische Volksfreund* greift Themen aus dem gesamten Saarland auf, wobei allerdings der Kreis Merzig-Wadern einen Schwerpunkt bildet. Die meistgenannten Städte sind Luxemburg, Saarbrücken und Merzig, wobei letzteres in erster Linie als Veranstaltungsort (142 von 178 Nennungen sind „Termine/Ergebnisse“) wahrgenommen wird. Orte in Wallonien (4 von 253 Gemeinden) und Lothringen (8 von 140 Gemeinden) werden nur selten erwähnt. Die an die Eifel angrenzende Deutschsprachige Gemeinschaft wird in großen Teilen noch beachtet (4 von 9 Gemeinden). Insgesamt lieferte der *Trierische Volksfreund* 1.290 Nennungen in 390 Meldungen über 79 Orte der Großregion. Bei den Nennungen ist dies der zweithöchste Wert, allerdings stellen davon mehr als 55 % „Termine/Ergebnisse“ dar. Durch die Wochenbeilage „Rendez-Vous“ werden Ereignisse im Vergleich zu anderen Zeitungen am häufigsten in Form von stenografischen Terminangaben angekündigt. Der *Volksfreund* berichtet zudem mit Abstand am häufigsten in Form von Nachrichten von Ereignissen jenseits der (Landes-)Grenzen.

Die Auswertung im Detail

a. Verteilung der Lokalmeldungen

Die Lokalressorts „Trier“ (79) und „Saarburg“ (83) stellen zusammen mehr als die Hälfte aller Lokalmeldungen (262). Prüm folgt mit 39 Meldungen. Dabei lassen sich Orte erkennen, die regelmäßig Teil der Berichterstattung zu sein scheinen. Trier berichtet stark über Luxemburg-Stadt und Saarbrücken, wobei Formen der zwischen-städtischen, institutionalisierten Kooperationen zum Tragen kommen (z.B. das Netzwerk Quattropole) dürften. Im Lokalressort „Saarburg“ sind die bevorzugten Städte jenseits der Grenze Merzig und Wormeldange. Merzig ist für die Region um Saarburg wichtiger Kulturort, Wormeldange liefert ausschließlich „Soziale Themen“. Für Prüm sind die wichtigsten Bezugsorte Echternach, Hosingen und Sankt Vith – wobei bei allen „Erholung/Freizeit“ dominiert.

Die größten Anteile der Lokalmeldungen finden sich in unmittelbarer Grenznähe. Im Saarland finden sich die höchsten Werte – von Trier aus betrachtet – bis zu einer Linie, die von Saarlouis nach Nohfelden reicht. In Luxemburg herrschen die stärksten lokalen Verbindungen im Dreieck Schengen-Bascharage-Echternach. In der Deutschsprachigen Gemeinschaft verlaufen die höchsten Anteile auf der Linie Bütgenbach – Burg Reuland. Wie bereits erwähnt, weist der *Trierische Volksfreund* die größte Häufung an Terminen/Ergebnissen (rund 55 %) auf. Dies sind meistens Ankündigungen, die sich auf kulturelle Veranstaltungen in Luxemburg-Stadt, Esch-sur-Alzette,

Merzig und Saarbrücken (Merzig und Saarbrücken liefern zusammen mehr als zwei Drittel aller Archivtreffer im Bereich „Termine/Ergebnisse“) beziehen. Das spiegelt sich auch im Themenfeld „Erholung/Freizeit“ wider, jeder dritte Artikel fällt in diese Sparte (Saarbrücken und Merzig: mehr als ein Drittel; Esch-sur-Alzette: 13 von 13 Meldungen). Zusammen mit dem „Sport“ stellt „Erholung/Freizeit“ rund 60 % aller Meldungen – die höchsten Werte in dieser Studie.

b. Themenvarianz

Der hohe Anteil an Meldungen aus „Erholung/Freizeit“ und an „Termine/Ergebnissen“ wirkt sich auch auf die Themenvarianz aus: Mit durchschnittlich 1,4 Themen berichtet der Volksfreund in relativ wenig Facetten. Die höchste Themenvarianz findet sich bei Luxemburg (7), Saarbrücken (6) und Echternach (7), danach folgt Mettlach mit nur noch vier Themenfeldern. Die Berichterstattung konzentriert sich also auf wenige Städte in der Großregion. Die meisten Meldungen entfallen auf die Ressorts „Erholung/Freizeit“ und „Sport“. Bei letzterem liefert allein Saarbrücken rund ein Drittel der Meldungen (Saarbrücken und Trier waren im Untersuchungszeitraum in der gleichen Fußball-Liga vertreten). Luxemburg und Saarbrücken stellen zudem fast die Hälfte aller Meldungen im Bereich „Erholung/Freizeit“. Der Bereich „Soziales/Lokalpolitik“ verteilt sich auf die überregionalen Nachrichtenzentren Luxemburg und Saarbrücken sowie auf das lokale Nachrichtenzentrum Merzig.

c. Verteilung der Störungsmeldungen

Der *Trierische Volksfreund* hat den niedrigsten Anteil an Störungsmeldungen aller Zeitungen (rund 8 %). Die Berichterstattung über die Großregion spielt sich im *Volksfreund* allgemein auf einem relativ kleinen Raum jenseits der Grenzen ab, weswegen auch Störungsmeldungen aus weiter entfernten Gebieten nicht berücksichtigt werden. Die meisten Störungsmeldungen finden sich im Saarland – was zunächst auf eine allgemein starke Berichterstattung aus der Teilregion zurückzuführen ist. Durch die Grubenbeben im Raum Saarlouis ist die Häufigkeit von Störungsmeldungen aus dieser Region erhöht.

Dennoch zeigt sich durch die hohen Anteilswerte, dass Saarlouis und das Saarland südlich der Festungsstadt schon zur Nachrichtenperipherie des *Trierischen Volksfreundes* gehören. Zwei von acht Orten aus Belgien werden nur im Zusammenhang mit Störungen genannt. Im Falle einer Unfallmeldung über einen Schüler aus La Louvière, der nach exzessivem Computerspielen stirbt, spielt die große räumliche Entfernung des Geschehnisses

offenbar keine Rolle mehr. Dieses Ereignis wurde zudem von den Nachrichtenagenturen aufgegriffen und letztlich international verbreitet. Die Redaktion wertete die Meldung auch nicht als (groß)regionales Ereignis, sondern platzierte sie im überregionalen „Panorama“.

Lokale und Regionale Zentren

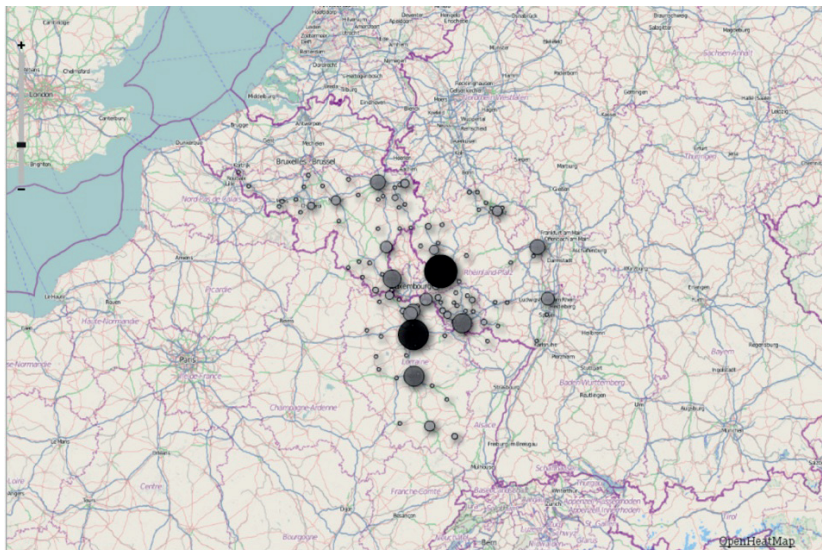
Für den *Trierischen Volksfreund* lassen sich nur wenige Zentren feststellen. Luxemburg-Stadt und Saarbrücken stellen regionale Nachrichtenzentren dar. Aus diesen Städten wird über viele verschiedene Themenfelder berichtet. Echternach und Mettlach sind lokale Nachrichtenzentren für den Grenzraum (Lokalausgaben Trierer Land, Prüm, Bitburg) und zwischen dem Raum Konz/Saarburg/Mettlach, was sich entsprechend in einer hohen Berichtsfrequenz und Themenvarianz zeigt. Darüber hinaus wird über Orte wie Schengen und Esch-sur-Alzette zwar relativ häufig, aber nur im Zusammenhang mit einzelnen Themen („Lokalpolitik“ bzw. „Erholung/Freizeit“) berichtet.

Luxemburger Wort – Die Großstädte bilden die Großregion

Als nationale Tageszeitung ist das *Luxemburger Wort* vor allem auf Luxemburg und international ausgerichtet. Seit 2005 gibt es allerdings fünf Lokalressorts (Norden, Süden, Osten, Westen, Zentrum), was die Berichterstattung auf lokaler/regionaler Ebene ausgeweitet hat.

Das *Luxemburger Wort* berichtet in 540 Artikeln über insgesamt 110 Städte und Orte der Großregion. 62 % der Nennungen entfielen auf die Mantelressorts (zweithöchster Wert der Untersuchung), was auf die überregionale Ausrichtung der Zeitung zurückzuführen ist. Die geografische Verteilung ist aufgrund der hohen Zahl an genannten Orten sowie aufgrund der zentralen Lage Luxemburgs im Untersuchungsraum recht dispers. Dennoch lassen sich zwei Tendenzen ausmachen: Durch die überregionale/internationale Ausrichtung gibt es auf der einen Seite eine Fokussierung auf die städtischen Zentren der Großregion Trier, Metz, Nancy, Arlon, Saarbrücken und Lüttich (zusammen fast 50% der Meldungen). Auf der anderen Seite entsteht ein „Nachrichtengürtel“, der sich von Thionville über Perl bis nach Trier erstreckt. Hierbei gibt es allerdings größere Unterschiede bei den Anteilen an lokalen und Mantelmeldungen je Ort. Außerdem lieferte die Agglomeration und Wirtschaftszone Thionville im Untersuchungszeitraum bedingt durch die Krise der Stahlindustrie Lothringens besonders viele Meldungen. Jenseits der lothringischen Zentren Metz, Nancy und Thionville sowie östlich der Landesgrenzen des Saarlandes mit der Pfalz wird fast gar nicht mehr berichtet.

Abbildung 11: Luxemburger Wort: Gesamt ohne „Termine/Ergebnisse“



Bereinigt 1.00 33.0 65.0

Die Auswertung im Detail

a. Verteilung der Lokalmeldungen

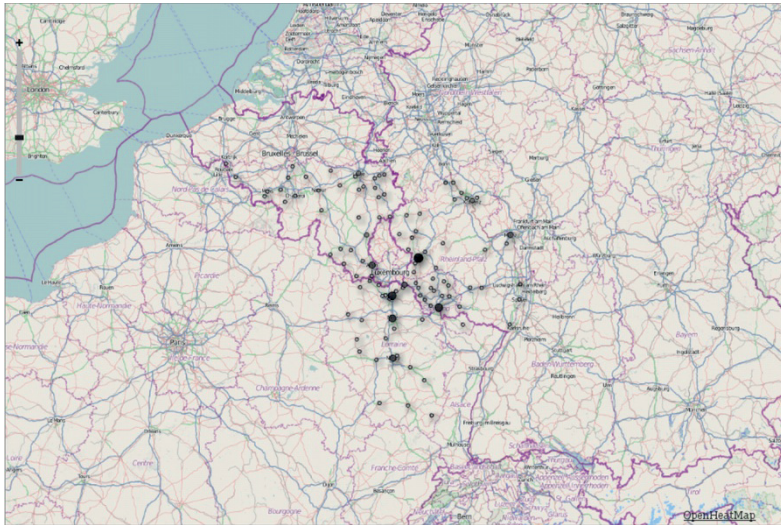
Die genannten Orte lassen sich nach der Verteilung der Lokalmeldungen und deren Anteilen an den Gesamtmeldungen folgendermaßen gruppieren: Die höchsten Werte, lässt man die vielen Einzeltreffer in Wallonien und in Teilen des östlichen Saarlandes beiseite, befinden sich im näheren Grenzgebiet und zwar in allen drei angrenzenden Regionen. Besonders hohe Prozentsätze gibt es in Aubange, Algrange, zwischen Saarburg und Konz sowie dem Nordsaarland. Bei den absoluten Werten gibt es besonders hohe Ergebnisse für die lokalen Zentren Arlon (9 Meldungen / 28 %), Trier (34 Meldungen / 47,8 %) und Perl (7 Meldungen / 63,6 %).

Auch bei Metz gibt es mit 18 Meldungen absolut gesehen viele Treffer. Diese machen aber nur 28,7 % der Gesamtmeldungen aus. Damit rückt Metz in Richtung eines regionalen Zentrums. Die Tendenzen der Berichterstattung in Richtung des Nordsaarlands und vor allem der Region Trier werden auch

in der Verteilung nach Lokalressorts deutlich: Der „Osten“ liefert mit insgesamt 35 Meldungen bei 13 Städten die meisten Beiträge.

b. Themenvarianzen

Abbildung 12: Luxemburger Wort: Themenvarianzen



Themen 1.00 5.00 9.00

Bei der Themenvarianz lässt sich eine ähnliche Tendenz ausmachen wie bei den Gesamtnennungen. Die größte Themenbreite ist bei den städtischen Zentren der Großregion und bei den Städten des „Nachrichtengürtels“ von Fontoy bis Trier sowie in Teilen des Nordsaarlands auszumachen. Insgesamt bestehen große Unterschiede in der Themenvarianz der Städte: Auf der einen Seite gibt es mit Saarbrücken, Thionville (je 7) und Trier (mit 9 Themenfeldern) Orte mit sehr hohen Werten, auf der anderen Seite aber auch die von allen Zeitungen größte Anzahl an Orten mit nur einer Nennung (62).

Dadurch beträgt die durchschnittliche Themenvarianz 1,4 pro Ort, was dem zweitniedrigsten Wert der Untersuchung entspricht. Das *Luxemburger Wort* berichtet also in recht zentralistischer Art über nur einige wenige Nachrichtenzentren. Ein großer Teil der Orte, auch wenn sie sich in der Nähe von größeren Zentren befinden, hat nur punktuelle, periphere Bedeutung – auf der

Karte wird das durch die vielen Punkte deutlich, die nur einer einzelnen Meldung entsprechen. Geografisch lassen sich diese Einzelmeldungen folgendermaßen gruppieren:

- In Wallonien: der Südzipfel westlich der lokalen Nachrichtenzentren Arlon und Bastogne sowie der Norden verteilt um die größeren Städte Charleroi, Namur und Lüttich.
- In Lothringen: westlich und südlich der Achsen Metz-Arlon und Metz-Saarbrücken, wobei Nancy die Ausnahme bildet.
- Im Saarland/Rheinland-Pfalz: in Teilen des östlichen Saarlands, vor allem aber in der Westpfalz.

c. Verteilung der Störungsmeldungen

Die Störungsmeldungen, die im Untersuchungszeitraum bei der Analyse des *Luxemburger Wort* vorkamen, verteilen sich grob auf die ganze Großregion. Dennoch drückt sich bei den Prozentsätzen ein gewisser Zentralismus der Zeitung aus. Bei einem Ort wie Trier, der recht stark mit Luxemburg verbunden ist, fällt immerhin jede fünfte Meldung (16 von 71) in den Bereich „Störung“. Auch die Tatsache, dass es keinen Ort mit unter 10 % „Störungs“-Anteil gibt, ist in diesem Zusammenhang zu sehen.

Die Orte, von denen ausschließlich im Falle einer Störung berichtet worden ist, befinden sich mit Ausnahme der lothringischen Orte Neufchâteau und Villerupt allesamt in Wallonien, dabei vor allem im Bereich des Südzipfels westlich von Arlon sowie im Bereich zwischen der luxemburgischen Nordgrenze und Lüttich. Diese Teile Belgiens gehören tendenziell zur Nachrichtenperipherie. Des Weiteren findet man hohe Werte im Bereich Thionville sowie in Longwy/Villerupt. Die starke Konzentration von Störungsmeldungen auf den Wirtschaftsstandort Thionville hängt wieder mit der akuten Krise der Stahlindustrie in Lothringen zusammen (Arcelor-Mittal). Im Fall von Longwy und Villerupt handelt es sich ausschließlich um Störungsmeldungen aus dem Bereich „Verkehrsprobleme“, was der Funktion dieser Orte als Verkehrsknotenpunkte im Dreiländereck entspricht.

Lokale und regionale Zentren

a. Trier – lokales und regionales Nachrichtenzentrum

Insgesamt liefert Trier 71 Gesamtmeldungen (höchster Gesamtwert der Zeitung), die sich zu gleichen Teilen auf die Mantel- und Lokalressorts verteilen (31 zu 34). Die Meldungen im Mantelteil verteilen sich vor allem auf die

Ressorts „Buntes“ bzw. „Campus“ (9), „Sport“ (8) und „Kultur“ (5). Die überregionale Bedeutung Triers für das *Luxemburger Wort* besteht also in erster Linie in diesen Bereichen und weniger in direkten Verflechtungen ökonomischer und sozialer Art. Auf lokaler Ebene sind die Verflechtungen vielfältiger, die thematische Breite nimmt zu und es kommt auch zu Meldungen in den Themenfeldern „Verkehr“, „Soziales/Lokalpolitik“, „Produktion“ und „Wohnen“. Von 34 Gesamtmeldungen entfallen elf auf die Teilressorts „Stad a Land“ und „Region/Grousregion“ sowie nochmals zwölf auf das Ressort „Zentrum“ bzw. „Lokales Varia“, jene Ressorts, die in der Regel für allgemeine lokale Verflechtungen zwischen Luxemburg-Stadt und Trier stehen.

b. Metz – regionales (Sport-)Nachrichtenzentrum

Die lothringische Metropole Metz zeichnet sich durch eine sehr einseitige Berichterstattung aus. 22 von insgesamt 38 Meldungen im Mantel entfallen auf den Sport. Einen Großteil davon machen die regelmäßigen Spielberichte über die Partien des FC Metz aus. In den lokalen Ressorts, die mit 18 Meldungen einen verhältnismäßig geringen Anteil ausmachen, verteilen sich die Nennungen recht ausgeglichen über den räumlich nahen „Süden“ und „Osten“ sowie über die regional ausgerichteten Lokalressorts „Region/Grousregion“ und „Stad a Land“.

c. Nancy – regionales (Sport)Nachrichtenzentrum

Wie bei Metz entfallen auch im Fall von Nancy die meisten Meldungen auf den Sportteil (15 von 40 Gesamtmeldungen). Auch hier führt die regelmäßige Berichterstattung über einen hochklassigen Fußballklub (AS Nancy) zu häufigen Nennungen. Das führt auch zu vielen Meldungen im Bereich „Ergebnisse“. Auf lokaler Ebene spielt Nancy mit 5 von 40 Gesamtmeldungen kaum noch eine Rolle.

d. Arlon – kleines regionales und lokales Nachrichtenzentrum

Für die kleine wallonische Stadt Arlon fallen die Meldungen zu fast gleichen Teilen auf die Lokal- und Mantelressorts (9 zu 10). Den größten Anteil machen allerdings die Meldungen in der Kategorie „Termine und Ergebnisse“ aus (13), was vor allem auf Hinweise für Veranstaltungen kleinerer Art sowie auf Sportergebnisse zurückzuführen ist. Auch im Mantelressort machen Sport und Kultur den größten Teil der Berichterstattung aus. Auf lokaler Ebene findet eine Berichterstattung über Arlon vor allem im Ressort „Stad a Land“ statt (6 von 9 Lokalmeldungen), wobei hier auch Themen wie „Soziales/

Lokalpolitik“ und „Verkehr“ eine Rolle spielen, was auf die Bedeutung von Arlon für die regionale Infrastruktur schließen lässt.

e. Saarbrücken – kleines regionales Zentrum

Rund 17 (von 24) Meldungen über die Stadt Saarbrücken fallen in die Mantelressorts. Dagegen fallen nur sechs in die Lokalressorts und eine Nennung in die Sparte „Termine und Ergebnisse“. Der Schwerpunkt der Berichterstattung über Saarbrücken ist also vornehmlich regionaler Natur. Die Themenvarianz und die recht gleichmäßige Verteilung innerhalb der Mantelressorts zeigen die ziemlich große Themenbreite, mit der über Saarbrücken berichtet wird. Allerdings zeigt die recht geringe Gesamtzahl der Nennungen, dass Saarbrücken eher selten Teil der Berichterstattung ist. Vor allem auf lokaler Ebene findet sie lediglich sporadisch statt, die örtlichen Verflechtungen mit der Landeshauptstadt sind nur sehr gering. Mit sechs Nennungen im Lokalen ist Saarbrücken auf einer Höhe mit Nancy, das fast ausschließlich mit Sportmeldungen von sich reden macht.

f. Perl – lokales Zentrum

Mit sieben von elf Nennungen in den Lokalressorts ist Perl vor allem von lokaler Bedeutung. Allein vier Meldungen lieferte das Ressort „Osten“, was repräsentativ für jene luxemburgische Region steht, die Perl räumlich am nächsten liegt. Die Themenvarianz ist mit fünf Feldern trotz der insgesamt relativ wenigen Nennungen recht hoch. Fast die Hälfte aller Nennungen (5 von 11) entfällt in den Bereich „Bildung und Erziehung“. Dies ist auf das in Perl ansässige deutsch-luxemburgische Schengen-Lyzeum als Nachrichtenproduzent zurückzuführen, ein deutliches Indiz auch für die Rolle von Institutionen bei der regelmäßigen Berichterstattung über einen Ort.

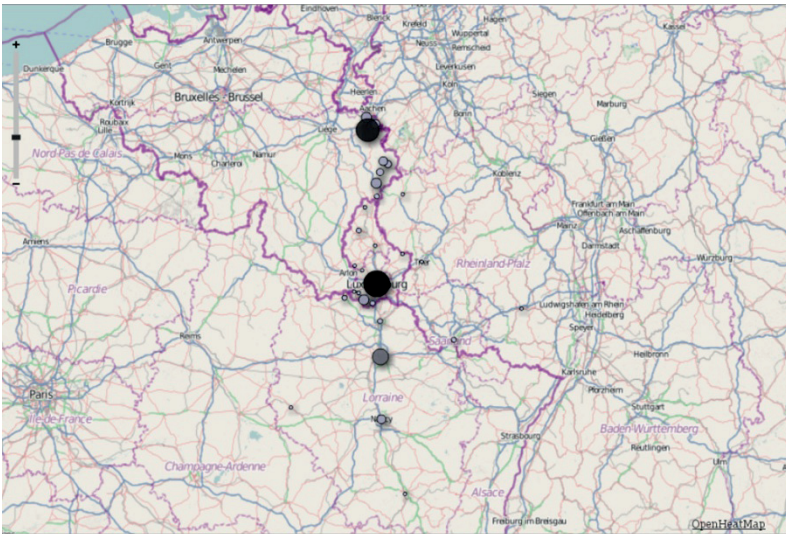
Le Soir – Die Großregion findet am Rande statt

Die Zeitung *Le Soir* richtet sich an die Französisch sprechende Bevölkerung Belgiens. Sie hat eine nationale Ausrichtung, berücksichtigt aber in den Lokalressorts auch regionale und lokale Ereignisse. *Le Soir* berichtet relativ wenig von Ereignissen in der Großregion. Insgesamt lassen sich 152 Nennungen bei 120 Artikeln aus der Großregion feststellen. 32 Orte, davon nur einer im Saarland (Saarbrücken) und drei in Rheinland-Pfalz (Kaiserslautern, Trier und Prüm), sind Teil der Berichterstattung. Dies sind in den genannten Kategorien die niedrigsten Werte der Untersuchung. Die geografische Verteilung fast aller Nennungen verläuft auf einer Linie von Eupen nach Metz, mit

Schwerpunkten in der nördlichen Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens (DG) und rund um Luxemburg-Stadt, wobei letztere den höchsten Wert an Gesamtnennungen (38) hat. Dies entspricht der Sprachgrenze in der Großregion. Alle Lokalmeldungen entfallen auf die Ressorts „Liège“ und „Namur / Luxembourg“.

Die Nachrichtenperipherie beginnt für *Le Soir* südlich und westlich von Luxemburg-Stadt, wobei allerdings auch Teile des nördlichen Luxemburgs und sogar der Deutschsprachigen Gemeinschaft aufgrund einer geringen Themenvarianz („Sport“) nur am Rande betrachtet werden. In Lothringen stellen Nancy und Metz kleine Nachrichtenpole dar, allerdings ebenfalls mit einer geringen Themenbreite in der Berichterstattung.

Abbildung 13: *Le Soir*: Gesamt ohne „Termine/Ergebnisse“



Bereinigt 1.00 14.5 28.0

Die Auswertung im Detail

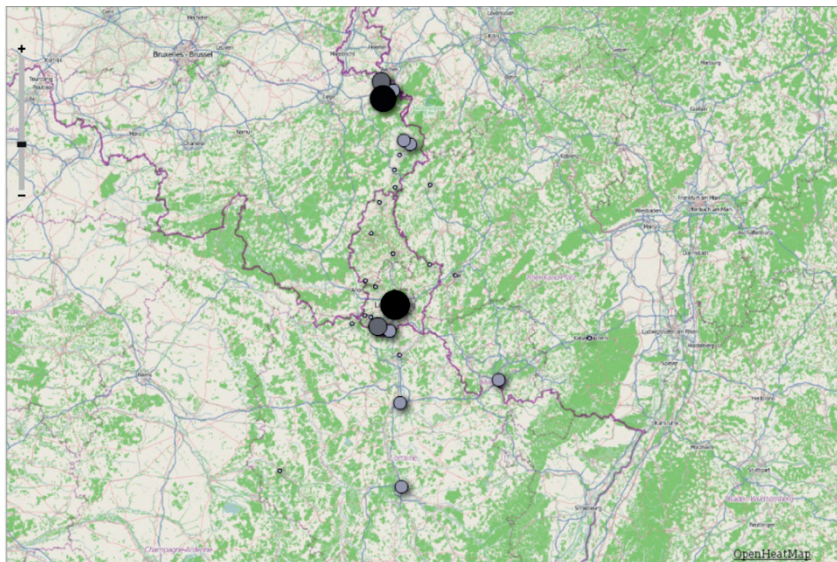
a. Verteilung der Lokalmeldungen

„Liège“ liefert 36 und „Namur/Luxembourg“ 46 Meldungen über Orte jenseits der Grenzen. Mit rund 68 % hat *Le Soir* den zweithöchsten Wert beim Anteil der Lokalmeldungen. Schwerpunkte mit den höchsten Anteilswerten

des Lokalen sind in Luxemburg und der Deutschsprachigen Gemeinschaft flächendeckend zu finden. Die Lokalredaktion „Namur/Luxemburg“ liefert 19 (von 23) Meldungen über Luxemburg-Stadt, „Liège“ acht von neun Meldungen. Hier wird deutlich, wie sehr die Teilräume miteinander verwoben sind.

b. Themenvarianzen

Abbildung 14: *Le Soir*: Themenvarianzen



Mit rund 1,7 Themen pro Ort hat *Le Soir* die zweithöchste durchschnittliche Themenvarianz. Dies lässt sich auf die relativ geringe Anzahl an genannten Orten zurückführen. „Sport“, „Erholung/Freizeit“ und „Störungen“ nehmen mit zusammen 65 % einen sehr hohen Anteil ein – ein Indiz dafür, dass die Zeitung die Großregion insgesamt eher peripher betrachtet. Den höchsten Wert der Kategorie Sport liefert Eupen – dazu trägt auch der lokale Fußballklub bei. Sport ist ebenfalls der einzige Anlass über Kaiserslautern zu berichten. Auf der anderen Seite hat *Le Soir* bei Meldungen aus dem Bereich „Produktion/Arbeit“ den höchsten Wert der Studie. Als Grund kann hierfür die arbeitsräumliche Verknüpfung des östlichen Walloniens (Namur/Provinz

Luxemburg) mit Luxemburg genannt werden. Die Hälfte aller luxemburgischen Orte wird ausschließlich im Zusammenhang mit Meldungen aus diesem Themenbereich genannt.

c. Verteilung der Störungsmeldungen

Mehr als jede fünfte Meldung fällt in den Bereich der Störungen – ein überdurchschnittlich hoher Wert. Die Verteilung der Störungsmeldungen zeigt ein recht deutliches Bild der Nachrichtenperipherie von *Le Soir*: Troisvierges, Prüm und Bar-le-Duc werden ausschließlich im Zusammenhang mit einer „Störung“ genannt. Fast die Hälfte der Störungsmeldungen stammt aus der Deutschsprachigen Gemeinschaft; das Saarland und das restliche Rheinland-Pfalz liefern keine einzige Störungsmeldung. Aber auch bei Luxemburg-Stadt ist mehr als jede dritte Meldung eine Störungsmeldung.

Lokale und Regionale Nachrichtenzentren

Die Berichterstattung von *Le Soir* ist gekennzeichnet von einer schwachen Zentrierung auf lokale Nachrichtenzentren der Großregion. Die drei meistgenannten Städte (Luxemburg, Eupen und Metz) decken fast die Hälfte aller Nennungen ab. Aber einzig Eupen und Luxemburg bieten sowohl eine relativ hohe Frequenz an Nennungen als auch eine hohe Themenvarianz. Metz und Nancy stellen in Bezug auf die Kategorie „Sport“ Nachrichtpole dar. Sankt Vith und Esch haben einen deutlichen Schwerpunkt bei „Erholung/Freizeit“.

GrenzEcho – Blick nach Wallonien

Das *GrenzEcho* berichtet insgesamt nur schwach über die Großregion. Daher sollen die Ergebnisse an dieser Stelle nur skizziert werden.⁷ Die kleinste der untersuchten Zeitungen, das *GrenzEcho*, erscheint in der Deutschsprachigen Gemeinschaft (DG) Belgiens. Sitz der Redaktion ist Eupen. Einen besonderen Schwerpunkt der Berichterstattung auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene gibt es nicht, man orientiere sich ausschließlich am Leserinteresse, sagt der damalige Chefredakteur Gérard Cremer.

Das Nachbarland Luxemburg spielt nur eine untergeordnete Rolle. Das *GrenzEcho* ist stark auf Wallonien (von allen 79 genannten Gemeinden der Großregion liegen 54 in Wallonien) fixiert, unter nahezu vollständiger Ausklammerung des Südens von Luxemburg (auch Luxemburg-Stadt), des größten Teils von Rheinland-Pfalz und des Saarlandes. Nur eine Gemeinde

⁷ Eine umfangreiche Auswertung findet sich im Atlas der Großregion.

Lothringens wird genannt. In Wallonien gibt es eine starke Verflechtung mit dem Raum Lüttich; die Städte des Gürtels Mouscron-Lüttich werden ebenfalls häufig betrachtet. Letztere bilden aber vor allem Nachrichtenpole. Die Gesamtverteilung erstreckt sich in Form eines rund 70 Kilometer breiten Bandes von Mouscron bis nach Bitburg. Die Peripherie beginnt für das *GrenzEcho* aber schon westlich von Namur sowie südlich von Gouvy und Hosingen. Trier bildet einen, allerdings sehr kleinen, Nachrichtenpol. Insgesamt werden 70 Gemeinden in 298 Artikeln 651 Mal genannt, wobei es sich um den zweitniedrigsten Wert der Untersuchung handelt.

Fazit: Die Großregion ist die Summe ihrer Teile

Die genannten Zeitungen betrachten im Allgemeinen die Entwicklungen in der Großregion, sie berichten jedoch unterschiedlich stark von einzelnen Teilräumen. Eine „ganzheitliche“ Wahrnehmung der Großregion lässt sich nicht feststellen. Die grenzüberschreitende Wahrnehmung ist entlang der Kernregion am stärksten. In folgenden Bereichen ist die Berichterstattung regelmäßig und thematisch breit: Im rund 20 Kilometer breiten Grenzsäum zwischen Deutschland, Frankreich, Luxemburg und Belgien von Bitche bis Arlon. Auf französischer Seite fällt die Wahrnehmung somit in etwa mit der deutschen Sprachgrenze zusammen.

Die Nachrichtenperipherie, d.h. die informationell „benachteiligten“ Orte, liegt einfach formuliert nordwestlich von Arlon, nördlich von Luxemburg-Stadt, östlich einer Linie zwischen Trier und Pirmasens und südlich von Nancy. Hier gibt es besonders viele Ortschaften, die nur selten oder gar nicht in den Medien auftauchen oder über die thematisch sehr beschränkt berichtet wird. Es zeigt sich, dass – vergleichbar mit der von Klaus Kamps untersuchten Berichterstattung über Afrika – Katastrophenmeldungen es offenbar grundsätzlich leichter haben von einem Medium jenseits der Grenze aufgegriffen zu werden, wobei damit auch eher periphere Orte zumindest kurzfristig in den Blickwinkel des Mediums geraten. Beispiele sind einige Orte in Wallonien, die ausschließlich wegen einer derartigen Störung mediales Interesse erfahren. Die „Katastrophen“-Berichterstattung wird durch einen höheren Grad an Nähe verstärkt. Dieses zeigt sich etwa, wenn Produktionsstandorte – vor allem der Schwerindustrie – in Gefahr sind.

Aber auch andere Themen scheinen in der grenzüberschreitenden Berichterstattung bevorzugt zu werden. Der *Trierische Volksfreund*, die *Saarbrücker Zeitung*, der *Républicain Lorrain* berichten oft über kulturelle Veranstaltungen (vor allem in den Kulturzentren Saarbrücken, Esch und Luxemburg) und bieten Ausflugs Tipps, etwa für Touren ins benachbarte

Ausland. Diese Meldungen finden sich in den Bereichen „Freizeit/Erholung“ und „Termine/Ergebnisse“. Auch Informationen aus dem Bereich „Sport“ überschreiten relativ leicht die Grenzen: Das *Luxemburger Wort* berichtet vor allem in diesem Bereich über Metz und Nancy, da in beiden Städten Profifußballklubs beheimatet sind. Auf lokaler Ebene finden sich in einigen Teilbereichen auch verstärkt Nachrichten zu den Themen „Lokales/Sozialpolitik“, wenn etwa grenzüberschreitende Städte- oder Vereinspartnerschaften gepflegt werden.

In den Mantelteilen lässt sich ein Kommunikationsmagnetismus zwischen den Großstädten der Großregion feststellen. Die Nachrichtenzentren der Großregion sind in erster Linie die Quattropole-Städte (Trier, Luxemburg, Metz, Saarbrücken). Allerdings dominiert Luxemburg die Berichterstattung sowohl bei der absoluten Nennungshäufigkeit als auch bei der Themenbreite. Im Gegenzug berichtet die in Luxemburg beheimatete Redaktion des *Worts* weniger vielfältig von Ereignissen aus den anderen Quattropole-Städten.

Die Lokalteile berichten am stärksten von grenzüberschreitenden Prozessen und drucken auch Informationen aus kleineren Ortschaften jenseits der Grenzen. Hier spiegelt sich wider, dass die Grenzen vor allem auf lokaler Ebene durchlässig sind, ihre Überschreitung zum Alltag vieler Menschen gehört. Dies betrifft natürlich vor allem die Lokalressorts, deren Berichtsbereich direkt an der Grenze liegt, etwa die Merzig-Ausgabe der *Saarbrücker Zeitung*, die Ausgaben Thionville, Longwy, Forbach und Sarreguemines des *Républicain Lorrain* oder die Ausgabe Ost des *Luxemburger Worts*. In den Lokalteilen bilden sich weitere grenzüberschreitend stark wahrgenommene Orte und Städte als „lokale Nachrichtenzentren“ heraus. Beispiele sind Forbach/Sarreguemines, Merzig, Arlon, Esch-sur-Alzette. Auch hier lässt sich ein Kommunikationsmagnetismus feststellen, etwa zwischen Forbach/Sarreguemines/Saarbrücken, Merzig/Lokalausgabe Ost des *Worts* oder Arlon/Esch/Ausgaben Longwy und Thionville des *Républicain Lorrain* sowie Ausgabe Trierer Land/Echternach des *Trierischen Volksfreunds*.⁸

Betrachtet man die einzelnen Zeitungen weiter, zeigen sich ganz unterschiedliche Blickwinkel auf die Großregion. Starke lokale, aber schwache ganzheitliche Wahrnehmung der Großregion beim *Républicain Lorrain*, eine stark auf die Nachrichtenzentren fixierte Berichterstattung beim *Luxemburger Wort*, eine starke Fixierung auf Ost-Wallonien beim *GrenzEcho*,

⁸ Der *Trierische Volksfreund* hatte im Untersuchungszeitraum eine Kooperation mit dem luxemburgischen *Tageblatt* und übernahm regelmäßig Themen und Texte aus dem Nachbarland. Die Lektüre der luxemburgischen Zeitungen gehörte gerade in den Lokalressorts Trierer Land/Konz/Bitburg/Prüm zum Alltag.

eine schwache Inklusion der Großregion bei *Le Soir*. Die *Saarbrücker Zeitung* und der *Trierische Volksfreund* bieten eine „gemischte“ Wahrnehmung: Nachrichtenpole überwiegen, in unregelmäßigen Abständen wird über Ereignisse unmittelbar (!) hinter der Grenze berichtet, während die Gebiete der Großregion, in denen ausschließlich Französisch gesprochen wird, nahezu vollständig ausgeklammert werden.

Zwei wesentliche Hürden für eine „ganzheitliche“ Berichterstattung sind Sprachprobleme und redaktionelle Konzentrationsprozesse. In den Interviews, die im Rahmen der Studie mit verantwortlichen Redakteuren geführt worden sind, wird dies deutlich. Jean-Marc Lauer (Chefredakteur des *Républicain Lorrain*) beklagt etwa, dass die Zeitung aus dem Saarland und Rheinland-Pfalz nur Pressemeldungen auf Deutsch bekäme. Diese könnten nur von deutschsprechenden Redakteuren in Forbach und Sarreguemines bearbeitet werden. Zudem fehle, nach dem Wegfall von Korrespondenten in Frankreich, die „Manpower“ für eine regelmäßige Berichterstattung jenseits der Grenzen, sagt etwa Oliver Schwambach (Leiter Ressort „Landespolitik“ bei der *Saarbrücker Zeitung*). Schwambach merkte im Interview zudem an, dass die Großregion für die Leser insgesamt immer noch viel zu abstrakt sei. Lediglich Themen, die etwa das Ausgehen oder das Pendeln betreffen, würden bei den Lesern auf Interesse stoßen. Diese Aussagen lassen sich auch in den Ergebnissen dieser Studie wiederfinden.

Was bleibt also festzuhalten? Grundsätzlich blicken die untersuchten Zeitungen auch auf Ereignisse jenseits der Grenzen und machen nicht „Halt“ an den Grenzen des Einzugsbereichs der Leser/Abonnenten. Die Institutionalisierung der Großregion, die auch offensichtlich zu einer Verbesserung des Informationsflusses (zweisprachige Pressemitteilungen, Webseiten und Pressekonferenzen) beigetragen hat, hat auch dazu geführt, dass die Redaktionen im Allgemeinen „großregional“ denken. So finden etwa Tipps zu größeren Veranstaltungen aus dem Nachbarland oft den Weg die Zeitung. Die „Großregion“ scheint auch soweit verankert zu sein, dass sie eine gewisse „Nähe“ zu Ereignissen schafft und somit den Nachrichtenwert einer Meldung erhöht, etwa indem sie ein Ereignis ins benachbarte Lothringen/Luxemburg verorten. Dennoch lässt sich nicht von einer „ganzheitlichen“ Wahrnehmung der Großregion sprechen, da sich die Wahrnehmung allzu oft auf einzelne Orte und einzelne Themen beschränkt. Eine Ausnahme bilden hier einige lokale Informationskorridore, die sich in Teilräumen befinden, die vor allem durch strukturelle, sozialräumliche Faktoren (Wohnen, Arbeiten, Einkaufen) begrenzt werden. In (wenigen) Fällen berichten hier die Lokalteile über die Ereignisse in Orten jenseits der Grenze bereits in einer Form, als ob sie über eine Gemeinde in ihrem Berichtsbereich berichten.

Bibliographie

- Champagne P., 1998, „Die Sicht der Medien“, S. 75-86, in: Bourdieu P., Hrsg., *Das Elend der Welt*, Konstanz, UVK.
- Dörrenbächer P., Brücher W., 2000, „Grenzüberschreitende Beziehungen zwischen dem Saarland und Lothringen: Ausdruck einer Mischkultur?“, S. 17-34, in: Marti R., Hrsg., *Grenzkultur – Mischkultur?*, Saarbrücken, SDV.
- Hahn C., 2012, „The transition of the automotive industry as a catalyst for cross-border networking? The case of the Greater Region SaarLorLux“, S. 29-47, in: Fromhold-Eisebith M., *Industrial transition: new global-local patterns of production, work, and innovation*, Farnham, Ashgate.
- Hedinger V., Weiland A., 1998, *Radio an der Grenze. Die grenzüberschreitenden Programmleistungen von Radio Salü, Radio Melodie und Studio 1*, Berlin, Vistas.
- Herrmann C., 1993, *Im Dienst der örtlichen Lebenswelt – lokale Presse im ländlichen Raum*, Opladen, Westdt. Verlag.
- Kamps K., 1998, „Nachrichtengeographie – Themen, Strukturen, Darstellung: ein Vergleich“, S. 275-295, in: Kamps K., Meckel M., *Fernsehnachrichten – Prozesse, Strukturen, Funktionen*, Wiesbaden, VS.
- Paasi A., 1986, „The institutionalization of regions: a theoretical framework for understanding the emergence of regions and the constitution of regional identity“, *Fennia*, 46, S. 105-146.
- Schmidt R., 1978, *Grenzüberschreitende Publizistik in Rundfunk, Tagespresse und Zeitschriften der Grossregion Saarland-Westpfalz-Lothringen-Luxemburg-Trier. Spiegel und Motor der Zusammenarbeit*, Darmstadt, Selbstverlag.
- Scholz G., 2012, *Der SaarLorLux-Raum zwischen Realität, Illusion und Vision: Wahrnehmung und aktionsräumliches Verhalten aus der Sicht von Bewohnern einer europäischen Grenzregion*, Saarbrücken, Institut für Landeskunde im Saarland.
- Schulz W., 1976, *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*, Freiburg [u.a.], Alber.
- Weichhart P., 2000, „Designerregionen – Antworten auf die Herausforderungen des globalen Standortwettbewerbs?“, *Informationen zur Raumentwicklung*, 9-10, S. 549-566.

- Werlen B., 2000, *Sozialgeographie. Eine Einführung*, Bern/Stuttgart/Wien, UTB.
- Wille C., 2012, *Grenzgänger und Räume der Grenze. Raumkonstruktionen in der Großregion SaarLorLux*, (Luxemburg-Studien/Études luxembourgeoises, Bd. 1) Frankfurt a.M., Peter Lang.
- Zur Nieden P., 2007, Hrsg., *Wahrnehmung von Nachbarschaft in der Großregion SaarLorLux durch Bürger und lokale Medien am Beispiel von QuattroPole – Ergebnisse einer Studie von Geografie-Studenten unter der Leitung von Peter zur Nieden*, Trier.

Die Berichterstattung über den Interregionalen Gewerkschaftsrat SaarLorLux-Trier/Westpfalz: Medienwirkungen in der Großregion

Themenstellung und Forschungsbereich

Der Interregionale Gewerkschaftsrat SaarLorLux-Trier/Westpfalz (IGR SLLTP) wurde 1976 als Zusammenschluss regionaler Vertretungen verschiedener Gewerkschaften gegründet, um vor dem Hintergrund der Stahlkrise ein Gremium zu schaffen, in dem sich Gewerkschaftsvertreter aus drei Ländern über gemeinsame Strategien im Kampf gegen Arbeitslosigkeit und Strukturwandel austauschen könnten (Busemann 2005: 248). Federführend bei der Gründung war der saarländische DGB-Vertreter und spätere Europaabgeordnete Manfred Wagner, der dem ersten IGR Europas 20 Jahre lang als Präsident vorstehen sollte. Die ersten Mitglieder waren die saarländische Fraktion des Deutschen Gewerkschaftsbunds (DGB), die lothringische Force Ouvrière (FO) und die Confédération Générale du Travail aus Luxemburg (CGT-L). Zudem erfolgte die Kooperation mit der lothringischen CGT, was an sich bereits ein nicht zu unterschätzendes Politikum war, da die CGT als traditionell kommunistisch ausgerichtete Gewerkschaft an sich den antikommunistischen Leitlinien des DGB widersprach. Die schwierigen wirtschaftlichen und sozialen Umstände jener Zeit bereiteten jedoch den Weg zu dieser Kooperation (*ibid.*: 250).

Im Laufe der Jahre kamen weitere Gewerkschaften hinzu, so dass es mehr als 35 Jahre nach der Gründung heute sieben Mitgliedsverbände gibt: DGB Saar, FO Lorraine, CFDT Lorraine, CFTC Lorraine, CGT Lorraine, sowie OGB-L (mit der ehemaligen CGT-L) und LCGB aus Luxemburg. Zudem wurde aus dem Pionierprojekt ein Vorbild für Europa, so dass mittlerweile, nach Stand 2013, 45 interregionale Gewerkschaftsräte entlang der Binnengrenzen der Europäischen Union existieren. Diese stehen unter der Verwaltung der Confédération Européenne des Syndicats (CES, deutsch: Europäischer Gewerkschaftsbund EGB), so dass ein IGR nur aus Gewerkschaften bestehen kann, die vom EGB offiziell anerkannt werden.

Der IGR SLLTP versteht sich selbst als koordinatives Gremium, in dem deutsche, französische und luxemburgische Arbeitnehmervertreter gemeinsame Ideen und Strategien entwickeln, um die Großregion als grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt einheitlicher zu gestalten (*ibid.*: 250ff). Hierzu gibt es im Jahr mehrere Sitzungen des Präsidiums sowie alle vier Jahre eine Gemeinsame Konferenz aller Mitglieder. Die Entscheidungen des Gremiums sollen dann als Impulse in Entscheidungsgremien der Großregion eingebracht werden, beispielsweise in den Wirtschafts- und Sozialausschuss der Großregion. Daher ist der IGR SLLTP nunmehr in weiteren Gremien und Organisationsstrukturen der Großregion präsent oder durch beteiligte Personen dorthin vernetzt, wie zum Beispiel in der Arbeitsmarktbeobachtungsstelle der Großregion oder im Rahmen des EU-Programms EURES zur Beratung und Förderung grenzüberschreitender Arbeitnehmer.¹

Da der IGR interregional tätig ist und eines seiner Ziele die verbesserte Kooperation bei der Bewusstseinsbildung für wirtschaftliche und soziale Fragen innerhalb der Großregion ist (vgl. CSI Sar-Lor-Lux 2001), stellt sich die Frage, wie die regionale Berichterstattung über seine Arbeit in der Großregion ausfällt.

Es ist zu vermuten, dass die Arbeit eines grenzüberschreitend tätigen Gremiums wie des Interregionalen Gewerkschaftsrats SaarLorLux in den Medien aller Wirkungsländer rezipiert wird. Dies ist umso wahrscheinlicher, da der IGR selbst über kein eigenes Presseorgan wie eine Zeitschrift verfügt, und derzeit auch weder eine eigene Internetseite noch einen Newsletter oder ähnliche Mittel der externen Kommunikation unterhält, sondern nur gelegentlich mit kleineren Meldungen auf den Webseiten seiner Mitgliedsgewerkschaften vertreten ist. Er ist somit in seiner Außendarstellung abhängig von den Medien, seien es nun Print-, Radio- oder Fernsehberichte. Da die Fernseh- und Radioberichterstattung über den IGR nicht sehr umfangreich ist,² konzentriert sich die Analyse der Berichterstattung auf die regionalen Printmedien in Lothringen, Luxemburg und dem Saarland, da der IGR in der überregionalen Presse kein Thema ist. Hinzuzufügen ist, dass das Pressesystem Luxemburgs in der Forschung gleichzeitig als regionale und als nationale Presse angesehen wird (vgl. Hilgert 2004) und die Artikel mehrheitlich auf Deutsch, zum Teil aber auch auf Französisch oder Letzeburgisch erscheinen. Die Zeitungen Luxemburgs werden im Rahmen dieses Artikels als regionale

¹ European Employment Service unter Verwaltung der Europäischen Kommission mit eigenem Teilprojekt Saar-Lor-Lux-Rheinland Pfalz, siehe <http://www.eures-sllrp.eu> [01.10.2013].

² Zwischen 1976 und 2012 wurde der IGR in nur sechs Fernsehbeiträgen des Saarländischen Rundfunks erwähnt, in den meisten Fällen zudem lediglich marginal.

Medien und somit als den saarländischen und lothringischen Publikationen gleichgestellt behandelt.

Im Zentrum stehen folgende Forschungsfragen, welche auf der Basis von quantitativen und qualitativen Untersuchungen des vorliegenden Pressematerials beantwortet werden sollen:

- Wie wird die Arbeit des IGR in der Regionalpresse der drei Länder dargestellt?
- Wie viele Artikel über den IGR gibt es, und welche Aspekte werden darin dargestellt?
- Gibt es regionale Unterschiede in der Berichterstattung? Wenn ja, wie können diese erklärt werden?

Hierzu werden die Anzahl der erschienenen Artikel und ihr Inhalt vergleichend betrachtet, sowohl vor dem Hintergrund der veröffentlichten Pressemitteilungen als auch mit Bezug auf die Rahmenbedingungen innerhalb der Organisation selbst: Möglicherweise könnten die zwischen den Regionen und den beteiligten Gewerkschaften wechselnden Präsidenschaften die regionale Berichterstattung beeinflussen.

Darstellung der regionalen Berichterstattung

Als zentrale Medien wurde für das Saarland die *Saarbrücker Zeitung* ausgewählt, für Lothringen der *Républicain Lorrain* und für Luxemburg wurde die Suche aufgrund der Pressestruktur in allen Tageszeitungen durchgeführt, jedoch wurden nur in drei Zeitungen Artikel gefunden: im *Luxemburger Wort*, im *Luxemburger Tageblatt* und in *Le Quotidien*.³ Es wurden alle Texte miteinbezogen, die den Suchbegriff „Interregionaler Gewerkschaftsrat“ bzw. „Conseil syndical interrégional“ im Singular oder Plural enthalten und sich dabei auf den IGR SLLTP beziehen. Im Zeitraum von der Gründung des IGR im Jahr 1976 bis zum August 2012 sind in den ausgewählten Medien insgesamt 251 Beiträge erschienen, die diese Kriterien erfüllen. Davon entfallen 178 Artikel auf die *Saarbrücker Zeitung*, 34 auf den *Républicain Lorrain* und 39 insgesamt auf das *Luxemburger Wort*, das *Luxemburger Tageblatt* und *Le Quotidien*. Daraus ergibt sich folgende Aufstellung:

³ Die Presse der Region Trier-Westpfalz wird bei der Analyse nicht berücksichtigt, da diese Teilregion erst 1992 dem IGR beigetreten ist und daher die Berichterstattung dort nicht über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg evaluiert werden könnte.

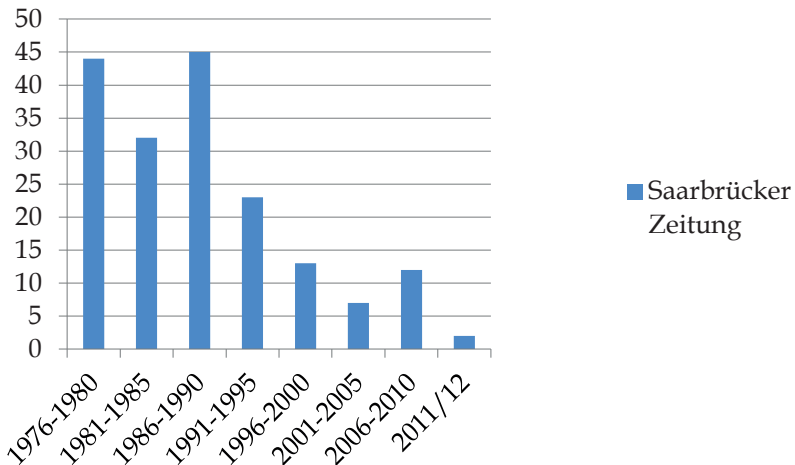
Tabelle 1: Verteilung der Artikel nach Regionen und Zeitungen

Artikel insgesamt (1976-2012):	251
Saarland:	178
• Saarbrücker Zeitung	178
Lothringen:	34
• Républicain Lorrain	34
Luxemburg:	39
• Luxemburger Wort	22
• Luxemburger Tageblatt	16
• Le Quotidien	1

Im Saarland sind somit die meisten Artikel publiziert worden, mit weitem Abstand zu den anderen beiden Regionen. Auf die Gründe hierfür soll später eingegangen werden.

Visualisiert man die Erscheinungsjahre der saarländischen Artikel, ergibt sich ein eindeutiges Bild:

Diagramm 1: Verteilung der saarländischen Artikel nach Jahren



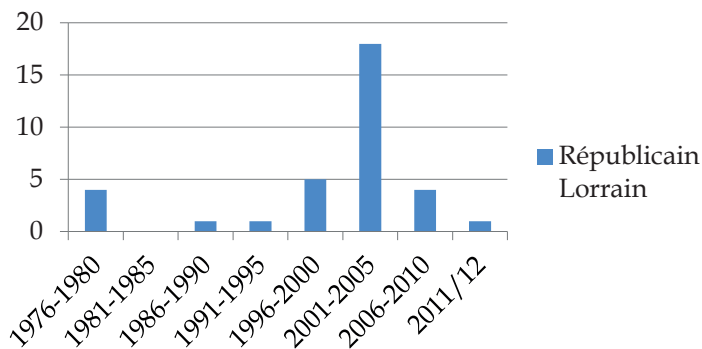
Die Höhepunkte der Berichterstattung liegen in den ersten Jahren direkt nach der Gründung des Gremiums sowie zum zehnjährigen Jubiläum. Ab den 1990er Jahren ist nicht nur ein deutlicher Rückgang der Artikelzahlen insgesamt zu verzeichnen, sondern auch einzelne Jahrgänge, in denen der IGR nur ein Mal oder sogar überhaupt nicht erwähnt wird, so z.B. 1995 oder 2005. Es zeigen sich auch nach 1986 keine vermehrten Nennungen mehr zu den späteren Jahrestagen der Gründung.

Diese Entwicklungen sind aus mehreren Gründen bemerkenswert. Zum einen verläuft die Zahl der vom DGB Saar veröffentlichten Pressemitteilungen zur Arbeit des IGR im Untersuchungszeitraum nicht parallel zu den Artikelzahlen: So wurden bspw. im Zeitraum von 1991 bis 1995 neunzehn entsprechende Pressemitteilungen lanciert, ebenso viele wie zwischen 2005 und 2010⁴ – dabei wurde das Gremium in der früheren Periode dreimal so häufig in der *Saarbrücker Zeitung* erwähnt. Die Berichterstattung über den Arbeitsmarkt der Großregion besteht zwar weiterhin, jedoch beruft sich die *Saarbrücker Zeitung* nun häufiger auf andere Gremien der Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretung, wie den Wirtschafts- und Sozialausschuss.

Zum anderen gab es bisher zwei saarländische IGR-Präsidenten: Manfred Wagner von 1976 bis 1996, und Eugen Roth seit 2009. Die zweite Präsidentschaft hat die Berichterstattung jedoch offenkundig in geringerem Maße quantitativ beeinflusst.

Die lothringische Berichterstattung verteilt sich demgegenüber zeitlich gesehen wie folgt:

Diagramm 2: Verteilung der lothringischen Artikel nach Jahren

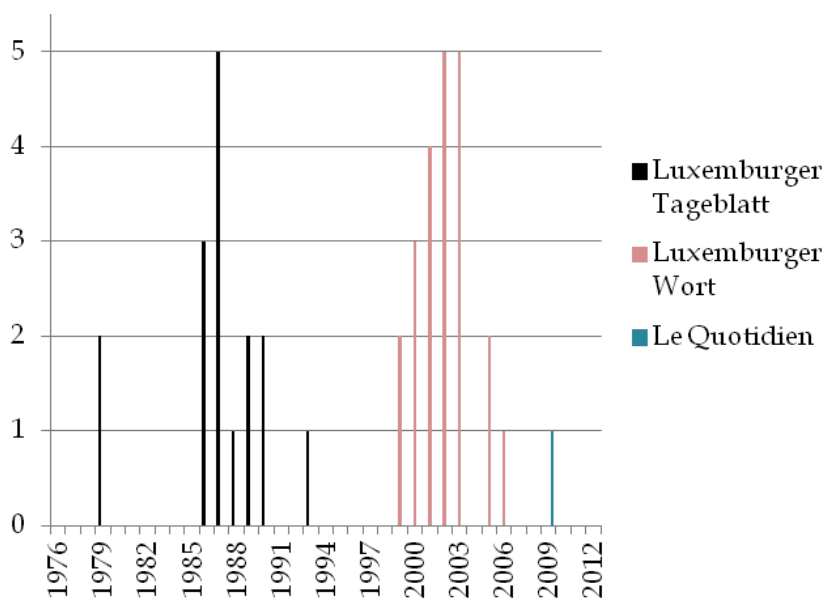


⁴ Ergebnisse von Recherchen im Archiv des DGB Saar in Saarbrücken.

Die lothringischen Präsidentschaften von Madeleine Thiebaut (FO) von 1996 bis 1998 und Roger Cayzelle (CFDT) von 1998 bis 2000 hatten demzufolge nur geringe Auswirkungen auf die Artikeldichte, die Hochphase der Veröffentlichungen fällt mit 50 % aller in Lothringen publizierten Printartikel sogar in die Zeit des Luxemburger Vorsitzes unter Jean-Claude Reding. Eine stärkere regionale Verankerung durch regionales Personal innerhalb des Gremiums scheint daher kein hinreichendes Kriterium für gesteigerte mediale Aufmerksamkeit in Lothringen zu sein, die Einflussfaktoren müssen an anderer Stelle gesucht werden. Zum Beispiel waren, im Gegensatz zur saarländischen Situation, die Gründungsphase und die frühen Jahre des Interregionalen Gewerkschaftsrats lediglich von geringem Interesse, und die mediale Hochphase um das Jahr 2001 herum ebte sehr schnell auf das vorangegangene Niveau ab. Ein möglicher Grund für dieses Hoch liegt in der Besonderheit der Demonstration zum 1. Mai 2001 in Luxemburg, die im *Républicain Lorrain* erstmalig als grenzüberschreitende Veranstaltung unter Leitung des IGR SLLTP wahrgenommen wurde. Da das thematische Augenmerk der Kundgebung auf der gestiegenen Arbeitslosigkeit der gesamten Großregion lag und dieses Thema in Lothringen sehr präsent war, wurden mehrere Artikel zu derselben Veranstaltung publiziert, wobei auch Akteure, insbesondere der CGT Lorrain, zu Wort kamen. Im Zuge dessen wurde das Gremium als Initiator genauer vorgestellt und rutschte so für kurze Zeit in den Fokus der Berichterstattung, was sich in den Artikelzahlen des Jahres 2001 wie bereits genannt widerspiegelte. Die Artikel aus den folgenden Jahren sind thematisch wieder deutlich allgemeiner, worauf unten noch genauer eingegangen wird.

Die Situation in Luxemburg stellt sich hingegen noch einmal anders dar. Durch die Repräsentation des IGR in drei unterschiedlichen Periodika ergibt sich ein ungewöhnliches Publikationsmuster:

Diagramm 3: Verteilung der luxemburgischen Artikel nach Jahren



Es gibt somit bis dato kein Jahr, in dem mehr als eine Zeitung den IGR in ihrer Berichterstattung erwähnt, was für sich genommen bereits ein bemerkenswerter Faktor ist.⁵ Darüber hinaus ist erwähnenswert, dass *Le Quotidien* und das *Tageblatt* zur selben Verlagsgruppe gehören, deren Eigner der Gewerkschaftsverband OGB-L ist (Bundeszentrale für politische Bildung 2013). Dies lässt die Frage zu, ob der IGR in Luxemburg während der ersten beiden Dekaden möglicherweise nur in Gewerkschaftskreisen vermehrt wahrgenommen und daher nicht in anderen Medien erwähnt wurde. Das *Tageblatt* veröffentlicht regelmäßige Artikel zur Arbeit der Gewerkschaften im Land sowie über die Gewerkschaftliche Plattform,⁶ berichtete jedoch in jüngster Zeit nicht mehr über den IGR. Während des Luxemburger Ratsvorsitzes unter Jean-Claude Reding (damals CGT-L) von 2000 bis 2004 lässt sich eine

⁵ Die Archiv-Artikel des *Luxemburger Worts* sind nur auf Microfiche vorhanden und schwer zu konsultieren, da es keine Indexierung gibt. Daher ist es möglich, dass zu einem späteren Zeitpunkt noch einzelne Artikel aus der Zeit vor 1990, dem aktuellen Stand der Recherche, in die Analyse mit aufgenommen werden.

⁶ Die Gewerkschaftliche Plattform setzt sich aus den IGR SLLTP und Trois-Frontières zusammen und repräsentiert somit geographisch gesehen die gesamte Großregion.

vermehrte Berichterstattung seitens des *Luxemburger Worts* nachweisen, wohingegen der Publikationsverlauf des *Tageblatts* die größte Artikeldichte im Zeitraum um das zehnjährige Bestehen des IGR 1986 verzeichnet. Seit wenigen Jahren veröffentlicht auch das *Wort* vermehrt Artikel über Gewerkschaftsarbeit im Allgemeinen, bezieht sich jedoch nicht (mehr) auf den IGR – dieser Umstand ist umso bemerkenswerter, da die Zeitungsredaktion in Luxemburg-Stadt angesiedelt ist, ebenso wie das Generalsekretariat des Gewerkschaftsrats und die Zentralen der beiden beteiligten Luxemburger Gewerkschaften. Es zeigt sich deutlich, dass räumliche Nähe nicht zwingend eine breitere Wahrnehmung in der Regionalpresse zur Folge hat.

Nach diesem ersten Blick auf die Ergebnisse der quantitativen Analyse sind bereits deutliche Unterschiede in der regionalen Medienwirkung offensichtlich geworden. Dieses Bild bestätigt sich in der qualitativen Analyse, die ebenfalls stark divergierende Berichterstattungsmuster nachweist, wie im Folgenden dargelegt wird.

In Lothringen präsentiert der Großteil der den IGR erwähnenden Artikel entweder Daten oder Personalien, z.B. bei Änderungen im Präsidium, Ankündigungen von Kundgebungen und Versammlungen oder auch bei Jahrestagen der Gründung. Hierbei werden hauptsächlich allgemeine Informationen und Termine veröffentlicht, wie Zeitpunkte, Orte oder Verweise auf Tagesordnungen/Themen, wohingegen konkrete Arbeitsinhalte und Positionen des Interregionalen Gewerkschaftsrats oder seiner Mitglieder außen vor bleiben. Ein anschauliches Beispiel hierfür sind die Veranstaltungen zum 1. Mai, die im *Républicain Lorrain* zum Teil mit Zitaten eines IGR-Mitglieds ein Echo finden, in der Regel jedoch mit allgemein gehaltenen Aussagen über die Symbolik des Datums an sich und ohne Bezug auf aktuelle Themen und Forderungen des Gremiums.

Den Luxemburger Lesern präsentiert sich ein ähnliches Bild: Die Presse berichtet über Kundgebungen zum Tag der Arbeit oder über Personalwechsel im IGR und bezieht sich hierbei ebenso selten auf inhaltliche Positionen wie ihr lothringisches Pendant. Wenn der IGR im Kontext eines übergeordneten Themas erwähnt wird, so geschehen bei der Diskussion um die Besteuerung von Grenzgängern, wird der IGR als an der öffentlichen Debatte beteiligtes Gremium zwar erwähnt, seine Haltung zur dargestellten Problematik aber nicht umfassend dargelegt. Es bleibt somit, wie in Lothringen, bei einer mehrheitlich oberflächlichen Darstellung.

Im Saarland finden sich ebenfalls Artikel mit Informationen zu Personalien und Ankündigungen zu Veranstaltungen in der Großregion unter Beteiligung des IGR, allerdings nicht ausschließlich: Zu verschiedenen Themen wie dem grenznahen Kernkraftwerk Cattenom, einer Initiative zur

Festlegung eines Mindestlohns innerhalb des Grenzgebiets, der Direktive zur Schaffung Europäischer Betriebsräte oder auch dem Ausbau des grenzüberschreitenden Schienenschnellverkehrs werden zusätzlich die Haltung und Argumentationen des Gremiums dargelegt. Hier unterscheidet sich die saarländische Presseberichterstattung deutlich von der Darstellung in den anderen Zeitungen.

Zusammenfassend lässt sich daher feststellen, dass es ein deutliches Ungleichgewicht sowohl in der qualitativen als auch in der quantitativen Berichterstattung gibt. In Luxemburg und vor allem in Lothringen wird der IGR nur selten und eher oberflächlich erwähnt, während die Presseresonanz im Saarland zwar seit 1990 quantitativ rückläufig ist, aber insgesamt trotzdem umfassender und detaillierter ist als in den Nachbarregionen.

Analyse der Ergebnisse

Für die dargestellten Abweichungen können mehrere Deutungshypothesen entwickelt werden, die zusammengenommen ein hinreichendes Erklärungsmuster ergeben.

Der DGB Saar hat eine dominante Rolle innerhalb des IGR inne. Dies zeigt sich zum einen an der Anzahl der aktiven Vertreter, die der DGB in den IGR entsendet, zum anderen auch durch die bereits erwähnten insgesamt 24 Jahre unter DGB-Präsidentschaft.⁷ Daraus folgt, dass ein Großteil der Pressemitteilungen und sonstiger Außendarstellung des Gewerkschaftsrats über das Pressebüro des DGB Saar in Saarbrücken kommuniziert wird, so dass die *Saarbrücker Zeitung* über direkte deutschsprachige Informationen verfügen kann. Das Generalsekretariat in Luxemburg widmet sich nach Aktenlage eher der internen Kommunikation und der Organisation und Koordination von IGR-Veranstaltungen wie Sitzungen und Konferenzen und weniger der Außendarstellung, wobei es keine offizielle Vereinbarung über diese Rollenverteilung zu geben scheint. Hinzu kommt, dass es auf saarländischer Seite nur einen Gewerkschaftsverband im IGR gibt, wohingegen aus Luxemburg und Lothringen mehrere Verbände vertreten sind. Für eine klare Außendarstellung auch in Richtung der Regionalpresse müssten diese rivalisierenden Gewerkschaftsverbände kooperieren und mit einer Stimme sprechen, was aber de facto nicht der Fall ist. In Lothringen gebe es darüber hinaus eine

⁷ Die Anzahl der aktiven Gremiumsmitglieder des IGR resultiert aus der Größe der jeweiligen gewerkschaftlichen Regionalverbände. Da der DGB Saar der mitgliederstärkste im IGR SLLTP vertretene Regionalverband ist, stellt er 23 Delegierte in der Gemeinsamen Konferenz, einem der Verwaltungsorgane des IGR. Zur Struktur des IGR siehe: Jacob (1996).

Konkurrenzsituation vor allem zwischen den regionalen Vertretungen in Metz und Nancy, womit selbst innerhalb einer einzelnen Gewerkschaft eine eindeutige Positionierung nach außen erschwert werde.⁸ Dementsprechend gibt es aufgrund dieser Fragmentierung der Gewerkschaften auch keine starke einheitliche Verbindung zwischen den lothringischen IGR-Mitgliedern und dem *Républicain Lorrain*: Der *Républicain* als regionales Presseorgan steht den verschiedenen *Département*-Verbänden der Gewerkschaften gegenüber und wäre somit darauf angewiesen, von einer der im IGR SLLTP vertretenen *unions départementales* (UD) mit Informationen versorgt zu werden, sofern er über den IGR berichten möchte.⁹ Da es nach der oben genannten Aussage jedoch keine wirkliche Abstimmung in Pressefragen zwischen den UD einer Gewerkschaft gibt, ebenso wenig wie eine Abstimmung zwischen den unterschiedlichen Gewerkschaftsverbänden an sich, scheint es nachvollziehbar, dass die externe Pressekommunikation eher gering ausfällt. Die UD legen offensichtlich ihren kommunikativen Schwerpunkt darauf, über ihre eigenen Projekte und Termine zu informieren. Erst wenn beides zusammenkommt, so beispielsweise bei dem bereits zitierten 1. Mai 2001 in Luxemburg, wo sich vor allem die CGT sehr stark öffentlich für das Anliegen des IGR positionierte, gelangen Meldungen über den IGR SLLTP in die lothringische Presse.

In der Luxemburger Presse existiert darüber hinaus die Tendenz, einen Großteil der Berichterstattung auf der Basis internationaler Agenturmeldungen aus Frankreich oder Deutschland zu entwickeln, welche in der Regel auf den grenznahen Raum beschränkte Themen wie die Arbeit des Interregionalen Gewerkschaftsrats nicht aufgreifen. Es sei demnach noch einmal schwieriger für den IGR oder auch für die Luxemburger Gewerkschaften, ihre Darstellungen in den Zeitungen zu positionieren.¹⁰

Ein weiterer zentraler Faktor, der die Berichterstattung über den IGR beeinflusst, ergibt sich aus der zwischen den Mitgliedsgewerkschaften divergierenden Haltung zum Stellenwert des Gremiums an sich. Im Vergleich zum DGB, der das Engagement in interregionalen Gewerkschaftsräten im Allgemeinen sehr befürwortet¹¹ und der die Gründung des IGR SLLTP ebenfalls unterstützt hat, betrachten die Zentralen insbesondere der französischen Gewerkschaften die IGR eher als regionale Phänomene, in denen sich zwar lokale Vertretungen engagierten, welche aber die Arbeit der Hauptsitze nicht

⁸ Interview mit einem Vertreter der CFDT Lorraine, aufgezeichnet am 01.10.2012.

⁹ Zur Zersplitterung der französischen Gewerkschaften im Vergleich zur deutschen Gewerkschaftslandschaft siehe z.B. Andolfatto (2004).

¹⁰ Interview mit einem Vertreter der OGB-L, aufgezeichnet am 26.07.2012.

¹¹ Landesverbände des DGB sind aktuell Mitglied in 13 der 45 existierenden IGR in Europa.

beeinflussen und daher von ihnen nicht wahrgenommen würden. Der IGR gelte dort entsprechend als Angelegenheit der *unions départementales* und nicht der Pariser Zentralen.¹² Es ist daher nicht zu erwarten, dass es in Fragen der externen Kommunikation oder auch der Strategie Beistand von den Gewerkschaftszentralen gibt, zumal die regionalen oder lokalen Vertretungen französischer Gewerkschaften ohnehin häufig sehr autonom agieren und diese Unabhängigkeit auch bei der Außendarstellung verfolgen, was sich beispielsweise an eigenständigen Webseiten dieser Vertretungen zeigt.¹³

Der quantitative Rückgang der saarländischen Berichterstattung über den IGR wird durch diese Faktoren nicht erklärt. Es steht jedoch stark zu vermuten, dass die Gründungen weiterer grenzüberschreitend aktiver Gremien in der Großregion aus den 1980er und 1990er Jahren wie dem Wirtschafts- und Sozialausschuss der Großregion, der EuRegio oder dem Interregionalen Parlamentarier-Rat den Fokus der Regionalpresse verschoben beziehungsweise zu einer breiteren Streuung der Berichterstattung über grenzübergreifende Themen geführt hat. Diese Hypothese muss jedoch zunächst einer weiteren Analyse unterzogen werden.

Die Großregion an sich nimmt durchaus weiterhin Raum in der regionalen Berichterstattung ein, doch dient der IGR SLLTP nicht mehr so häufig als Referenzgremium oder Quelle wie in den ersten beiden Dekaden seines Bestehens, was auch an einer vermehrten Präsenz von Themen wie der Universität der Großregion oder dem Städtenetzwerk Quattropole liegen dürfte – Themen, zu denen sich der IGR in der Vergangenheit wenig bis gar nicht öffentlich äußerte.

Fazit

Die regionale Presseberichterstattung über den Interregionalen Gewerkschaftsrat SaarLorLux stellt sich somit als stark heterogen dar. Es existieren Divergenzen sowohl in der qualitativen als auch in der quantitativen Repräsentation, die sich zum Großteil mit den ebenfalls uneinheitlichen regionalen Strukturen der Akteure erklären lassen. Vor allem die saarländische Dominanz in Struktur und Personal innerhalb des Rats beeinflusst die Medienwirkung des IGR sehr stark und hat dies vor allem in der Anfangszeit getan, und es stellt sich die Frage, inwiefern dies auch auf die Arbeitsthemen und Positionen des Gremiums zutrifft. Dieses Thema ist Teil einer weiteren

¹² Interview mit einem Vertreter der CFDT, aufgezeichnet am 01.10.2012.

¹³ Der DGB Saar ist demgegenüber als Untersektion der allgemeinen DGB-Webseite im Netz präsent.

Untersuchung, die derzeit durchgeführt wird und welche die Betrachtung der Medienwirkungen ergänzen wird.¹⁴

Da der IGR in seiner Außendarstellung vollumfassend von der Regionalpresse abhängig ist, könnte eine verbesserte Kooperation zwischen den Mitgliedern für eine homogenere Berichterstattung sorgen, falls für die entsprechenden Zeitungen eine Verstärkung der Publikationen zu diesem Thema von Interesse ist. Eine eigene Webseite mit aktuellen Informationen zu Tätigkeiten und Positionen des IGR respektive ein konzertierter Pressedienst, der ebenfalls grenzüberschreitend und möglichst zweisprachig arbeitet, könnte unter diesen Voraussetzungen die Medienwirkung ebenfalls etwas homogenisieren, sofern dies von den Akteuren gewünscht wird. Bis dato scheitert die Wiedereinrichtung einer solchen Seite an fehlendem Interesse seitens der Mitglieder, die bei Besprechungen zwar das Fehlen der Internetpräsenz kritisieren, das Thema ansonsten aber auf einen späteren Zeitpunkt verschieben, da es über die Finanzierung und die praktische Umsetzung keinen Konsens zu geben scheint.

¹⁴ Frisch, Julia (laufendes Dissertationsprojekt): Interkulturelle Organisationskommunikation am Beispiel der Interregionalen Gewerkschaftsräte Saar-Lor-Lux-Trier/Westpfalz und Öresund. Eine vergleichende Analyse der Strukturen, Themenschwerpunkte und Medienwirkungen. (Arbeitstitel) Universität des Saarlandes, Lehrstuhl für Romanische Kulturwissenschaft und Interkulturelle Kommunikation.

Bibliographie

- Andolfatto D., 2004, *Les syndicats en France*, Paris, La Documentation française.
- Bundeszentrale für politische Bildung, 2013, *Medienlandschaften in Luxemburg*. <http://www.eurotopics.net/de/home/medienlandschaft/luxmdn/> [01.10.2013].
- Busemann W., 2005, *Kleine Geschichte der saarländischen Gewerkschaften nach 1945*, Saarbrücken, Arbeitskammer des Saarlandes.
- CSI Sar-Lor-Lux, 2001, *Rapport de la Conférence commune du CSI Sar-Lor-Lux-Trèves-Palatinat/Ouest. 20 décembre 2000*, Luxemburg, Luxembourg-Kirchberg.
- Europäische Kommission. <http://eures-sllrp.eu> [01.10.2013].
- Hilgert, R., 2004, *Zeitungen in Luxemburg 1704-2004*, Luxemburg, Service Information et Presse du Gouvernement Luxembourgeois.
- Jacob P., 1996, *20 Jahre Interregionaler Gewerkschaftsrat SaarLorLux (1976-1996)*, Saarbrücken, Unionprint Saarbrücken.

DELPHINE BUZY-CHRISTMANN
Université de Lorraine, CREM

Dispositif de pérennisation de l'information culturelle transfrontalière : le cas de « Luxembourg et Grande Région Capitale européenne de la culture 2007 »

Le processus de mondialisation crée de nouvelles catégories d'identification collectives qui conduisent à « s'interroger sur les mécanismes de déconstruction/reconstruction territoriale concomitants et sur leurs modalités pratiques » (Dressler, Gatti, Pérez-Agote, 1999). Les figures que l'on qualifiait d'universelles, comme l'État-nation ou la ville, sont contrariées au profit « d'autres catégories d'identifications collectives territorialisées, infra- ou supra-étatiques, que l'on appelle grandes régions européennes ou régions administratives sub-étatiques » (*ibid.*). Ce processus est particulièrement encouragé par l'Union européenne au moyen d'importants programmes de soutien financier comme le programme InterReg¹. Ces programmes financiers créent une forte concurrence entre les différents territoires transfrontaliers émergents d'autant plus que ceux-ci, étant composés d'identités hétérogènes, doivent parler « d'une seule voix ». Dans cette perspective, la manière dont ces territoires émergents se mettent en scène, se créent une image, est primordiale pour leur crédibilité, que ce soit auprès des instances européennes afin d'obtenir des budgets supplémentaires, auprès des populations afin de créer un sentiment d'appartenance commune ou encore auprès des médias afin d'exister dans l'espace public.

Les logiques événementielles, par la dimension symbolique qu'elles recèlent, sont très amplement mobilisées dans ce cadre (Chaudoir, 2007). Car si l'événement culturel a surtout été, durant les XIX^e et XX^e siècles, l'apanage de grandes villes (Paris, Londres, New York ou encore Rome), souvent elles-mêmes capitales historiques des États-nations (Charle, 2009), on assiste depuis les années 1990 à un tournant concernant l'instrumentalisation de l'événement culturel. En effet, de Glasgow à Anvers en passant par Lille ou

¹ Le programme InterReg contribue au financement de la coopération interrégionale en Europe. Il est mis en place par la Communauté européenne dans l'objectif de la coopération territoriale. Il est financé par le Fonds européen de développement régional (FEDER).

Essen, respectivement « Capitales européennes de la culture » en 1990, 1993, 2004 et 2010, ces villes de province veulent exister politiquement et économiquement sur la scène européenne, créant dans leur sillage de nouveaux référents symboliques. L'événement culturel est ainsi construit, pensé, structuré comme une sorte de « vitrine » du savoir-faire du territoire, créant une désynchronisation entre leur durée de vie médiatique et leur durée de vie réelle (Gravari-Barbas, Jacquot, 2007).

L'événement « Luxembourg et Grande Région Capitale européenne de la culture 2007 » (LUXGR2007) a produit une situation informationnelle culturelle inédite en Grande Région. Pour la première fois les informations produites et diffusées ont été réellement transfrontalières. Si les médias nationaux et locaux issus de la Grande Région offraient leur propre lecture de l'événement (Toullec, 2010) souvent au prisme d'une vision localiste, LUXGR2007 a cependant permis aux médias de s'appropriier le territoire grand-régional et de s'interroger sur les problématiques liées à cet espace de coopération. Mais si l'événement en lui-même a joué un rôle de catalyseur stimulant la fonction d'« *agenda setting*² » (McCombs, Shaw, 1972) des médias de la Grande Région, qu'en est-il une fois l'événement terminé ? Quels dispositifs communicationnels sont alors mis en place pour pérenniser cette médiatisation culturelle transfrontalière et créer un sentiment d'appartenance au territoire auprès des populations, en créant ce que Benedict Anderson (1983) nomme un « imaginaire collectif » ?

La principale initiative a été la création d'une association transfrontalière, l'Espace culturel Grande Région (ECGR). Cette association marque l'engagement politique des entités territoriales de la Grande Région à poursuivre leur effort de coopération mais également à médiatiser celle-ci, transformant cette association en véritable dispositif communicationnel de l'action menée, notamment en lui assignant des missions très à savoir « informer, mobiliser, créer des réseaux, initier et communiquer³ ». Cependant, la mise en place de l'événement LUXGR2007 ne s'était pas faite sans heurt : le réseau culturel transfrontalier initié à cette occasion a révélé de nombreuses attentes et parfois des dysfonctionnements (Buzy-Christmann, 2010). En est-il de même concernant l'action pérenne ? La volonté politique de mettre en place un réseau culturel transfrontalier est-elle réelle ? Comment les publics de ce

² En effet les journaux ne choisissent pas si librement les sujets à mettre à l'agenda. Ce phénomène s'explique par une boucle interactive : l'intérêt des publics sur un sujet encourage sa mise à l'agenda et plus ces sujets sont médiatisés, plus ils sont susceptibles de susciter l'intérêt des publics.

³ <http://www.espaceculturelgr-kulturraumgr.plurio.net/param/98/missions.html> [01.10.2013].

dispositif sont-ils impliqués ? Étudier cette association en tant que dispositif nous permet d'envisager cette association comme un « instrument de captation et de compréhension des processus de médiation et des situations (ou contrats) de communication, en identifiant les composants en jeu et leurs articulations » (Appel, Boulanger, Massou, 2010 : 10). Il est ainsi nécessaire de prendre en compte les discours émanant des acteurs de l'action pérenne mais aussi l'agencement de ces discours qui vont produire une représentation de l'association dans l'espace public à travers sa médiation. Le concept de dispositif permet également d'analyser les tactiques mises en place par les acteurs pour comprendre leur adhésion ou leur opposition à l'action de l'ECGR et ainsi mettre en lumière les éventuels points de dissonances dans le réseau pérenne.

Pour répondre à ces questions, nous avons mené une étude auprès des sept coordinateurs régionaux de l'ECGR mais aussi auprès de dix porteurs de projets issus de la Grande Région ayant ou allant utiliser les services de cette association. Les porteurs de projets culturels transfrontaliers peuvent se distribuer en trois sous-groupes :

- les porteurs de projet culturel transfrontalier par région ayant participé à l'événement LUXGR2007 et mettant en place encore aujourd'hui des projets culturels transfrontaliers (ou souhaitant le faire) ;
- les porteurs de projet culturel transfrontalier par région ayant participé à l'événement LUXGR2007 et ne mettant plus aujourd'hui en place des projets culturels transfrontaliers ;
- les porteurs de projet culturel transfrontalier par région n'ayant pas participé à l'événement LUXGR2007 et mettant aujourd'hui en place des projets culturels transfrontaliers.

Devant la difficulté de trouver dans chaque région des porteurs de projets répondant à ces critères, l'étude a finalement été menée afin de couvrir dans un premier temps l'ensemble des régions (soit six porteurs de projets culturels) et dans un second temps au moins une fois l'un des trois critères définis au préalable. En tout, dix entretiens ont donc été effectués au lieu des dix-huit souhaités au départ. Cela a pour conséquence de ne pas pouvoir croiser de manière fine l'ensemble des critères par régions⁴ et ainsi d'appréhender les

⁴ Par exemple pour la région Lorraine nous n'avons pu nous entretenir qu'avec un seul porteur de projet répondant à l'un des critères énoncés au départ (il s'agit dans ce cas du critère n°2 à savoir « porteur de projet culturel transfrontalier ayant participé à

attentes des porteurs de projets en fonction des spécificités de celles-ci. Cependant ces entretiens permettent d'obtenir des résultats généraux satisfaisants concernant les demandes, souhaits et attentes des porteurs de projets vis-à-vis de la coopération culturelle transfrontalière dans sa globalité et de la structure Espace culturel Grande Région en particulier.

Ces entretiens semi-directifs, menés entre février et avril 2010 nous ont permis d'analyser les enjeux liés à la pérennisation de l'information culturelle transfrontalière. En parallèle, une analyse de la production communicationnelle de l'association nous révèle la construction de la médiation culturelle en Grande Région et sa capacité de diffusion de l'action menée. Pour cette analyse, le corpus est constitué de l'ensemble de la production communicationnelle de l'association. Concernant l'analyse plus spécifique de la mise en place de l'action « été culturel » et de la création du site Web grrrrr.eu (portail culturel pour la jeunesse mis en place par l'association), nous avons eu la possibilité de saisir les changements liés à cette médiation lors de l'étude menée auprès des coordinateurs régionaux mais également lors de l'observation de réunions stratégiques de l'ensemble des coordinateurs.

L'association ECGR est gérée par un conseil d'administration composé de vingt-cinq personnes à savoir cinq administrateurs par territoires concernés : Lorraine, Rhénanie-Palatinat, Sarre, Wallonie (communauté française et communauté germanophone) et Luxembourg. Les administrateurs de cette association sont des personnes institutionnelles qui représentent les ministères des Affaires culturelles des entités et qui ont pour mission la gestion de l'association. La coopération transfrontalière au sein de l'ECGR est par ailleurs plus démocratique que lors de l'événement LUXGR2007 puisque le conseil d'administration de cette association est composé de manière égale par chaque entité de la Grande Région, ce qui n'était pas le cas de l'association LUXGR2007 où la représentation luxembourgeoise était bien supérieure à celle des autres entités⁵. De plus, la présidence de l'association

l'événement LUXGR2007 et ne mettant plus aujourd'hui en place des projets culturels transfrontaliers »).

⁵ Le conseil d'administration de la structure « Asbl Luxembourg et Grande Région Capitale européenne de la culture » était composé de dix-sept membres (neuf membres luxembourgeois, deux membres pour les partenaires belges, deux membres pour la Lorraine, deux membres pour la Sarre, deux membres pour la Rhénanie-Palatinat). Cette composition était directement liée à l'apport financier de chaque région dans l'événement. Ainsi, dans le rapport d'évaluation préliminaire de l'événement LUXGR2007 (décembre 2007), il est indiqué que le budget total s'est élevé à 45 millions d'euros dont 2/3 financés par le gouvernement luxembourgeois, 1/5 par la Ville de Luxembourg et 1/10 par le sponsoring, revenus propres et subventions de l'Union européenne. En complément de ce budget général les partenaires régionaux

alterne en fonction de la présidence du Sommet des Exécutifs de la Grande Région ce qui n'était pas le cas pour l'association LUXGR2007. Le budget de l'ECGR pour la période juillet 2008-juin 2012 s'élevait à 1.338.854 € dont 669.427 € financés par le fonds InterReg⁶.

Le travail quotidien de l'association est confié à un secrétariat commun composé d'une personne à temps plein et à sept intermédiaires appelés coordinateurs régionaux rattachés à leur entité territoriale. Ainsi chaque région et communauté linguistique est représentée par une personne au sein de la structure sauf la région Lorraine qui compte deux représentants : une coordinatrice est rattachée à la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC) et l'autre au Conseil régional. Ces coordinateurs sont affectés à la mission de l'ECGR avec des temps de travail différents, entre 7% pour le coordinateur de la communauté germanophone de Belgique et 100% pour la coordinatrice de la Sarre. Cet écart s'explique à la fois par le contexte historique (la Wallonie n'a intégré la Grande Région qu'en 1995 tandis que la Lorraine, la Sarre et le Luxembourg coopèrent depuis 1980 au sein de l'entité SaarLorLux) et par la politique de coopération culturelle menée par les régions. Des priorités doivent être nécessairement définies, comme pour le cas de la Wallonie et la communauté germanophone de Belgique qui sont aussi impliquées depuis de nombreuses années dans d'autres espaces de coopération transfrontalière comme l'Euregio Meuse-Rhin.

Une action « immobile »

Les coordinateurs régionaux interrogés sur les retombées médiatiques de la création de l'association et de son action concernant l'après LUXGR2007, c'est-à-dire la période couvrant les années 2007 à 2009, s'accordent pour dire qu'il y a un réel déficit concernant l'intérêt des médias pour l'action menée mais, dans le même temps, l'ensemble des coordinateurs avoue que l'association n'a pas réellement mené de projets transfrontaliers. Cette inactivité de l'association peut s'expliquer par différents facteurs : tout d'abord par le temps qu'il a fallu pour pérenniser l'association LUXGR2007 à travers

ont également financé les manifestations et activités de la Grande Région inscrites dans le contexte de l'année culturelle (Lorraine : 1,5 millions €, Ville de Trèves : 5,2 millions €, Rhénanie-Palatinat : 4,6 millions €, Sarre : 1 million €, Communauté française de Belgique : 505.000 € et Communauté germanophone de Belgique : 60.000 € pour un total de 12.865.000 €).

⁶ <http://www.interreg-4agr.eu/admin/upload/pdf/projet-100-olbehd183.pdf> [01.10.2013].

l'association ECGR qui n'a vu le jour de manière effective qu'en 2009⁷. Ainsi, entre la fin de l'événement LUXGR2007 et l'année 2009, les coordinateurs n'ont pas pu travailler officiellement pour la coopération culturelle transfrontalière dans un dispositif réellement transfrontalier, les budgets servant à cette coopération étant, durant cette période transitoire exclusivement alloués par les régions elles-mêmes. Un second facteur expliquant le manque d'intérêt médiatique pour l'association peut être révélé par l'analyse de la production communicationnelle de celle-ci durant les années 2007 à 2009. En effet, une analyse sémiotique montre que celle-ci a plutôt été institutionnelle (dépliant présentant l'association, etc.), sans cibler aucun public en particulier. Ainsi l'information diffusée durant cette période était focalisée sur l'association elle-même, à savoir ses objectifs institutionnels. Or si la constitution d'une telle association peut intéresser les médias de la Grande Région d'une manière très ponctuelle, elle ne peut en aucun cas constituer le cœur d'une médiatisation à long terme.

Lorsque l'association a produit un discours non institutionnel, à travers un dépliant intitulé « La Grande Région s'affiche » édité en 2009, celui-ci a été diffusé seulement par la moitié des coordinateurs régionaux et de manière assez timide (à deux exceptions près). Le principal problème de ce support est que les coordinateurs ne savaient pas à qui le distribuer car il ne répondait à aucun besoin réel de leur mission au quotidien : en effet ce support faisait la promotion du patrimoine des régions de la Grande Région, destiné au grand public, et ne s'adressait en rien aux porteurs de projets culturels avec qui l'ECGR est censée travailler. Il y a visiblement eu ici une confusion sur les missions prioritaires de l'ECGR.

Suite à ce constat nous avons tenté de comprendre les freins existants pour une réelle action de terrain. Lorsque l'on interroge les coordinateurs sur les difficultés liées à leur statut au sein de l'association, ceux-ci répondent que la précarité des statuts de certaines personnes au sein de leur structure de rattachement (CDD, mission à moyen terme, etc.) rend difficile la mise en place d'une stratégie à long terme. Cela a pour effet que certaines régions sont plus dynamiques que d'autres (grâce à la création de postes spécifiques pour la mission ou encore grâce à une valorisation du temps consacré à cette mission), mais aussi que certains coordinateurs sont plus motivés que d'autres. Car bien qu'un secrétariat commun existe, dirigé par une personne employée par la structure ECGR et répondant directement au président de

⁷ Car même si les statuts de l'association ont été rédigés en avril 2008, les coordinateurs, lors de notre étude, nous ont indiqué que leur mission a officiellement commencé au début de l'année 2009.

l'association, celui-ci n'a pas de pouvoir décisionnaire en tant que tel, selon notre observation empirique, et ne peut donc pas réellement arbitrer les négociations entre les différentes régions. Ce secrétariat se positionne avant tout en tant que relais des instances culturelles politiques de la Grande Région au sein de l'ECGR mais aussi auprès des instances européennes dans le cadre de demande de subventions auprès du fonds InterReg. Ces demandes de subventions nécessitant « de remplir une "paperasserie" conséquente » selon les termes du secrétariat commun, cette tâche ne lui permet pas de pouvoir pleinement s'occuper de la coordination de l'ensemble de la structure ECGR.

D'autres freins expliquent cette activité limitée, à savoir la perte de temps pour les coordinateurs lors de réunions mensuelles : certains coordinateurs n'assistent pas à toutes ces réunions, car trop éloignée de leur lieu de travail⁸, ce qui entraîne généralement le report des décisions à la réunion suivante ; quand des décisions sont prises, elles le sont de fait en comité restreint, ce qui provoque un désintérêt de la part de certains coordinateurs régionaux absents. De plus, le temps nécessaire à la définition de pratiques culturelles dans chaque région est très important : par exemple, la danse possède un statut plus professionnel en Lorraine qu'en Rhénanie-Palatinat où celle-ci est d'abord considérée comme un loisir. La nécessité de s'accorder sur des appréhensions différentes des pratiques culturelles devient ainsi un enjeu majeur lors de ces réunions.

Ainsi, notre enquête dégage quatre niveaux de difficultés qui peuvent expliquer l'incapacité de l'association à offrir une information nouvelle sur les actions menées : le premier implique l'engagement des territoires dans l'action, le second concerne la concurrence entre les territoires, le troisième la géographie du territoire, particulièrement étendu, et le quatrième niveau met en cause le consensus sur l'action à mener. Ces quatre niveaux se conjuguent pour aboutir à une certaine immobilité. En effet, si l'on ne peut nier la volonté de chaque acteur à parvenir à créer un réseau culturel transfrontalier, celui-ci ne se développe que très lentement. Ces difficultés amènent à se poser une question de fond concernant le statut du coordinateur régional car celui-ci dépend de données géopolitiques : certaines régions ont plus besoin que d'autres de s'investir au sein de la Grande Région⁹. Comme nous l'avons vu

⁸ Le coordinateur régional de la Wallonie communauté francophone nous a indiqué lors de son entretien que se rendre de Bruxelles à Sarrebruck par exemple pour une réunion mensuelle de deux heures nécessitait pour lui de devoir planifier une nuit d'hôtel et une journée complète hors de son lieu de travail ce qui était impossible à organiser chaque mois.

⁹ La coordinatrice sarroise de l'ECGR nous a indiqué que « si vous voulez, dans notre constitution sarroise, on a le devoir, l'objectif est marqué de coopérer à travers la

précédemment les coordinateurs régionaux n'ont pas le même temps de travail à accorder à l'ECGR. De cet investissement différencié découle cette impression de « Grande Région à deux vitesses » : la première, plus volontaire politiquement et dont les coordinateurs régionaux sont mandatés à 100 % de leur temps de travail, qui souhaite avancer et prendre des décisions très rapidement, et la seconde, plus timide politiquement et dont les coordinateurs régionaux ne peuvent pas, même s'ils le souhaitent, consacrer plus de temps à leur mission. Cette implication politique, indépendante de la volonté personnelle des coordinateurs régionaux, a pour conséquence de nombreuses frustrations vécues dans la réalité : les uns veulent avancer et veulent prendre rapidement des décisions, les autres, pas toujours informés de ce qui se passe, se sentent mis en retrait ce qui entraîne leur désengagement. Il s'agit donc bien d'un cercle vicieux qui peut, à moyen terme, ankyloser les relations entre coordinateurs régionaux.

Les coordinateurs régionaux nous indiquent également que l'échange d'informations s'effectue bel et bien entre les régions mais que celui-ci est plus facile avec les régions qui ont les mêmes habitudes administratives et culturelles. En effet, si les coordinateurs de la Sarre ou du Luxembourg sont décisionnaires dans leur action (car ils sont mandatés directement par leur ministre de la Culture respectif), ce n'est pas le cas pour une région comme la Lorraine par exemple dont le principal coordinateur dépend du Conseil régional de Lorraine. Ainsi les configurations institutionnelles de chaque entité de la Grande Région impliquent certaines limites dans l'action culturelle transfrontalière.

L'étude réalisée auprès des porteurs de projets culturels transfrontaliers consistait à comprendre leurs attentes vis-à-vis de l'ECGR et leurs besoins en termes de coopération culturelle transfrontalière. Lorsque nous les avons interrogés sur la capacité à toucher les médias issus de la Grande Région, la totalité des porteurs de projets nous ont dit avoir de réelles difficultés dans leurs relations presse avec les médias situés en dehors de leur région et ce pour deux raisons principales : la langue et la connaissance du milieu journalistique de la Grande Région. Cela est encore plus vrai pour les petits porteurs de projets, c'est-à-dire ceux qui ne possèdent pas de service communication. Ces problèmes, selon les porteurs de projets, peuvent facilement être résolus par l'ECGR en leur proposant un service de traduction des communiqués de presse ou encore en leur fournissant une base de données consultable sur Internet des coordonnées des journalistes de la Grande Région.

frontière. Donc pour la Sarre, c'est comme pour le Luxembourg, si vous êtes petits comme ça, c'est primordial de coopérer ».

L'étude d'un cas pratique, « L'été culturel de la Grande Région », va nous permettre de comprendre les mécanismes de négociation se jouant dans la structure ECGR et les choix communicationnels qui en découlent.

Une médiation culturelle « alternative » négociée

Si de 2007 à 2009 l'association n'a existé dans l'espace public qu'à travers une communication institutionnelle, début 2010, lors de l'étude que nous avons menée, tous les coordinateurs régionaux s'accordaient pour dire que leur public cible était la jeunesse et qu'ils devaient les « inciter à la mobilité et à découvrir la Grande Région par eux-mêmes ». Dans ce cadre ils ont imaginé un « été culturel » c'est-à-dire un ensemble de manifestations dédiées à la jeunesse qui auraient lieu dans l'ensemble du territoire de la Grande Région durant l'été 2010. Le rôle de l'ECGR aurait été à la fois d'initier le programme (en choisissant les porteurs de projets et en les mettant en réseau pour créer des événements transfrontaliers) et de promouvoir ce programme à travers une campagne de publicité « classique » (insertion média, spot radio). Cependant cet été culturel ne s'est pas fait. Les principaux freins à la mise en place de cette action sont dus au fait que certains coordinateurs régionaux ne souhaitaient pas que l'ECGR devienne « l'agence culturelle de la Grande Région » et désiraient donc pouvoir garder une certaine maîtrise sur les manifestations issues de leur région. Les coordinateurs avaient également l'impression d'« imposer » un programme à la jeunesse alors qu'ils estimaient au contraire qu'« il faut laisser parler les jeunes, on ne doit pas avoir des jugements de valeurs sur ce qu'ils apprécient ou non ». Par ailleurs, la campagne de promotion de cette action était jugée par les coordinateurs trop « classique » pour atteindre le public « jeunesse » et la structure ECGR subissait en parallèle une pression politique pour une promotion rapide et visible, notamment dans les médias, toujours dans le cadre de l'octroi des fonds pour l'association du programme européen InterReg.

Ainsi une négociation concertée sur cette action a été menée entre les coordinateurs régionaux de l'ECGR et s'est traduite par la mise en place d'une nouvelle forme de médiatisation. Pour cette nouvelle médiation culturelle les coordinateurs de l'association ont pris en compte les pratiques communicationnelles de leur public-cible, la jeunesse. Ils ont ainsi développé une stratégie de communication axée sur Internet avec un portail spécifique pour la jeunesse relayant l'information culturelle en Grande Région, ce portail se nommant grrrrr.eu, mais aussi en utilisant les réseaux sociaux en créant à la fois une page Facebook grrrrr.eu et une page Facebook ECGR. L'utilisation du média Internet a permis l'implication de jeunes issus de la Grande Région

dans le travail rédactionnel tout en permettant de mettre en place un partenariat avec le portail plurio.net¹⁰. Ce dernier portail est le site Internet de la culture en Grande Région, il recense 3.000 manifestations et présente 10.000 adresses culturelles, son principal objectif étant l'augmentation de la visibilité de l'offre culturelle en Grande Région pour le public. Plurio.net bénéficie également des fonds européens InterReg, ce qui était susceptible de créer une concurrence entre les deux dispositifs (l'ensemble des coordinateurs régionaux de l'ECGR s'accordant pour dire que « l'ECGR, c'est la tête et Plurio, c'est les jambes »).

Afin de comprendre l'information relayée par ces différentes sources nous avons procédé à une analyse discursive des sites Internet grrrrr.eu, plurio.net et espaceculturelgr.eu (celui de l'ECGR) et de l'ensemble des messages postés¹¹ sur leurs pages Facebook respectives de septembre 2010 (date du lancement du site grrrrr.eu et de sa page Facebook) jusqu'en avril 2011. Cette analyse abordée sous l'angle de la pragmatique permet d'aborder le langage comme un phénomène à la fois discursif, communicationnel et social (Jacques, 1979). Le langage peut être compris en fonction de sa dimension interactive (effets que les discours exercent sur les auditeurs) : dans cette perspective nous avons suivi l'évolution du nombre d'« amis » de ces pages Facebook ainsi que l'interactivité avec les publics, notamment par le décompte de commentaires lors d'informations publiées ou encore de mention « j'aime ». Nous avons également analysé les discours selon leur fonction propositionnelle. Il ressort de cette analyse que les informations que l'on trouve sur le site Internet grrrrr.eu et plurio.net sont relativement complémentaires : on ne retrouve pas les mêmes informations sur les deux sites même si le fond des informations est le même, à savoir la mobilité des publics par la promotion d'institutions culturelles ou de festivals issus des territoires de la Grande Région. Ainsi plurio.net, relaye des informations des deux sites espaceculturelgr.eu et grrrrr.eu tandis que le site grrrrr.eu, relaye des informations de plurio.net. Les différences entre ces sites s'inscrivent dans

¹⁰ Le portail plurio.net a été inauguré le 16 novembre 2006 à l'initiative des organisations publiques régionales de la Grande Région (ministères, administrations de la culture, etc.) qui souhaitaient à travers ce portail valoriser l'offre culturelle et favoriser la professionnalisation des acteurs culturels. Ce portail est subventionné par ces organisations publiques régionales mais aussi par le fonds européen InterReg.
<http://www.culture.be/index.php?id=5164> [01.10.2013].

¹¹ Ce corpus est composé de plus de 150 messages, la majeure partie émanant de la page facebook grrrrr.eu. Ainsi, pour saisir la réalité de l'ensemble des informations diffusées par ces trois sources nous avons inclus également dans le corpus l'analyse de leurs sites Internet.

une perspective de publics : plurio.net s'adressant au grand public en général, le site répertorie l'ensemble des manifestations culturelles de la Grande Région tandis que grrrrr.eu, ciblant plutôt un public jeune, fait majoritairement la promotion d'institutions, de lieux culturels et d'événements issus de la Grande Région susceptible de répondre à la demande de ceux-ci. La négociation entre les acteurs intermédiaires de l'action a donc permis de changer le statut des relations avec le dispositif de médiation plurio.net puisque de concurrents ils sont devenus partenaires. Cependant les informations diffusées sur le site grrrrr.eu ne sont pas réellement transfrontalières et ont un ancrage territorial très important (programme annuel de la Philharmonie au Luxembourg, concerts se déroulant à la Rockhal ou encore expositions du Centre Pompidou-Metz). Ce site s'inscrit plus comme un relais d'informations d'institutions culturelles de la Grande Région que véritablement comme une source nouvelle d'information concernant la coopération culturelle transfrontalière et la visibilité de cette coopération au travers des projets initiés. C'est dans cette perspective que le site Internet et la page Facebook de l'ECGR prennent le relais de la diffusion de ce type d'information puisqu'on y trouve des actualités propres à ses missions principales. Ainsi ces informations impliquent spécifiquement les porteurs de projets comme les fonds InterReg pour les microprojets ou des informations sur les tables rondes concernant la coopération transfrontalière, ou encore le formulaire de demande unique de subvention mis en place par l'ECGR (qui permet aux acteurs culturels de la Grande Région d'effectuer une demande de subvention pour l'ensemble des régions de la Grande Région plutôt que de remplir un formulaire pour chaque région).

Il est intéressant également de comprendre les usages que les « fans » Facebook font de la page grrrrr.eu. Les messages postés sur le mur de la page sont issus du comité rédactionnel grrrrr.eu mais également d'autres institutions de coopération transfrontalière (QuattroPole, le réseau de villes associant Metz, Luxembourg, Trèves et Sarrebruck), de médias (*Point 24*, un quotidien gratuit luxembourgeois alors édité en français et en allemand), d'autres groupements Facebook visant la mobilité au sein de la Grande Région (comme « Événementiel 3 frontières ») ou encore des fans « privés » qui partagent des informations liées à leurs propres sorties (Stromae à la Rockhal, par exemple). L'interactivité est également présente puisqu'à chaque information postée sur le mur de grrrrr.eu entre deux et sept personnes indiquent aimer la publication. Par contre, sur les deux pages grrrrr.eu et plurio.net, il y a peu de « conversations » entre les publications et les fans de la page (très peu de commentaires sont laissés suite à une publication de l'équipe rédactionnelle) révélant

une audience limitée de ces outils de communications¹². Voulant compléter l'interactivité entre les publics jeunes et l'accès de ces publics à l'information culturelle en Grande Région, plurio.net et grrrrr.eu désiraient également mettre en place une application Iphone. Cette application conçue comme un nouvel outil de médiation dès le départ n'a pas été développée car l'association ECGR souhaitait dans un premier temps « maîtriser les outils » de communication mis en place (une application Iphone semblait à ce stade plus difficile à mettre en place technologiquement parlant) et cela nécessitait une coopération plus accrue entre les deux sites, plurio.net et espaceculturelgr.eu, coopération qui à ce stade semblait encore fragile.

L'analyse de ce dispositif de pérennisation de coopération culturelle transfrontalière qu'est l'association ECGR nous permet de mettre en lumière certains mécanismes de négociation entre les acteurs de l'action ainsi que le réajustement de la promotion de cette action en faveur des publics ciblés. Ainsi, la mise en place d'une médiation culturelle « alternative » (réseaux sociaux, site Internet, application Iphone, etc.) a vu le jour par rapport à une médiation culturelle classique *via* les médias « traditionnels » puisqu'un constat de faiblesse d'attention a été noté par rapport aux médias issus de la Grande Région concernant la culture en Grande Région. Cette communication alternative semble avoir créé un espace d'échanges pour les acteurs de la coopération transfrontalière mais également pour des médias, des structures culturelles ou associatives, des usagers, etc. L'audience limitée de ces outils de communication nous interpelle cependant sur ce type de médiation par les nouvelles technologies de l'information et de la communication qui ne semble pas pour le moment un vecteur d'une circulation accrue des informations au-delà des frontières. Cette médiation numérique permet néanmoins un démarrage de la construction de normes sociales et culturelles (notamment la mobilité) qui pourraient constituer les prémices d'un espace public transfrontalier même si l'interaction des usagers est limitée. Elle favorise également la transmission des informations culturelles liées à la Grande Région dans l'espace public en contournant la faible attention pour ce sujet par les médias dits « traditionnels » et offre un espace d'échange pour les publics, porteurs de projets culturels et les institutions culturelles de la Grande Région. Cette médiation numérique de la coopération culturelle transfrontalière au sein de la Grande Région reste toutefois rattachée aux entités territoriales et n'est pas

¹² Même si l'on peut noter une augmentation de l'audience au fil des mois. Ainsi en avril 2011 la page Facebook de plurio.net comptait 450 fans, tout comme la page grrrrr.eu. En juin 2012, les pages Facebook de plurio.net et grrrrr.eu comptaient respectivement 609 fans et 872 fans.

réellement « transfrontalière » puisque les événements ou les institutions que le dispositif souhaite promouvoir sont ancrés dans leur territoire. L'ECGR est toutefois un dispositif de pérennisation de l'information culturelle transfrontalière qui a subi une évolution importante par rapport à la structure mise en place pour l'événement « Luxembourg et Grande Région Capitale européenne de la culture 2007 » car elle a initié une gestion plus collaborative de celle-ci, permettant une négociation concertée entre les différents acteurs de l'action.

Références

- Anderson B., 1983, *L'imaginaire national : réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, trad. de l'anglais par P.-E. Dauzat, Paris, Éd. La Découverte, 1996.
- Appel V., Boulanger H., Massou L., dirs, 2010, *Les dispositifs d'information et de communication. Concepts, usages et objets*, Bruxelles, De Boeck.
- Buzy-Christmann D., 2010, La stratégie de communication de « Luxembourg et Grande Région 2007 », pp. 187-210, in : Crenn G., Deshayes J., eds, *La construction des territoires en Europe. Luxembourg et Grande Région : Avis de recherches*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.
- Charle C., dir., 2009, *Le temps des capitales culturelles*, Seyssel, Éd. Champ Vallon.
- Chaudoir P., 2007, « La ville événementielle : temps de l'éphémère et espace festif », *Géocarrefour*, 82, 3.
<http://geocarrefour.revues.org/index2217.html> [01.10.2013].
- Dressler W., Gatti G., Pérez-Agote A., eds, 1999, *Les nouveaux repères de l'identité collective en Europe*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Gravari-Barbas M., Jacquot S., 2007, « L'événement, outil de légitimation de projets urbains : l'instrumentalisation des espaces et des temporalités événementiels à Lille et Gênes », *Géocarrefour*, 82, 3.
<http://geocarrefour.revues.org/index2217.html> [01.10.2013].
- Jacques F., 1979, *Dialogiques. Recherches logiques sur le dialogue*, Paris, Presses universitaires de France.
- McCombs M., Shaw D. L., 1972, « The Agenda-Setting Function of Mass Media », *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-187.

Toullec B., 2010, « Une médiatisation hétéroclite. Constructions territoriales et logiques médiatiques de “Luxembourg et Grande Région 2007” », pp. 169-185, in : Crenn G., Deshayes J., eds, *La construction des territoires en Europe. Luxembourg et Grande Région : Avis de recherches*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.

III. Circulation des concepts et analyses comparatives entre médias français et allemands

III. Interkultureller Begriffs- und Methodentransfer und deutsch-französischer Medienvergleich

MICHAEL MEYEN

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Universität München

Der Begriff des journalistischen Felds in Deutschland. Transfer und Anwendungspotenziale

Ziele

Bourdieu's Feldkonzeption ist in der deutschsprachigen Journalismusforschung nach wie vor nicht angekommen – obwohl hierzulande spätestens seit der zweiten Hälfte der 1990er Jahre bekannt ist, dass die Kolleginnen und Kollegen in Frankreich diese Theorie mit Erfolg nutzen (Averbeck 2003: 255), obwohl die Sprachbarriere durch Übersetzungen und Einführungen in das Werk Bourdieus etwa ab dem gleichen Zeitpunkt gefallen sein dürfte und wengleich es inzwischen auch in Deutschland einige (wenige) Adaptionen gibt. Der vorliegende Aufsatz fragt zunächst nach den Gründen für diese schleppende Rezeption und argumentiert dabei ganz im Sinne Bourdieus sowohl mit der Position der Kommunikationswissenschaft im wissenschaftlichen Feld als auch mit dem Habitus der Kolleginnen und Kollegen, die gehofft haben, durch die Berufung auf Niklas Luhmann symbolisches Kapital zu gewinnen, während die Arbeit mit marxistischen Ansätzen in Deutschland in den vergangenen 30 Jahren eher mit einem Reputationsverlust verbunden zu sein schien. In Abschnitt 2 werden außerdem zwei der seltenen Versuche vorgestellt, Bourdieu für die Journalismusforschung fruchtbar zu machen. Im Mittelpunkt des Aufsatzes steht dann meine eigene Konzeption des journalistischen Feldes. Die Abschnitte 3 und 4 skizzieren zunächst die entsprechende Deutung von Bourdieus Denkwerkzeugen und das Untersuchungsdesign, mit dem ich die Theorie empirisch umgesetzt habe (Leitfadeninterviews mit 501 deutschen Journalistinnen und Journalisten). Die Abschnitte 5 bis 7 informieren dann über die zentralen Befunde und geben so zugleich einen Einblick in das Feld selbst.

Rezeption der Feldtheorie

Dass Bourdieu heute in der deutschsprachigen Journalismusforschung bestenfalls eine Außenseiterrolle spielt, hat mehrere Ursachen. An erster Stelle ist

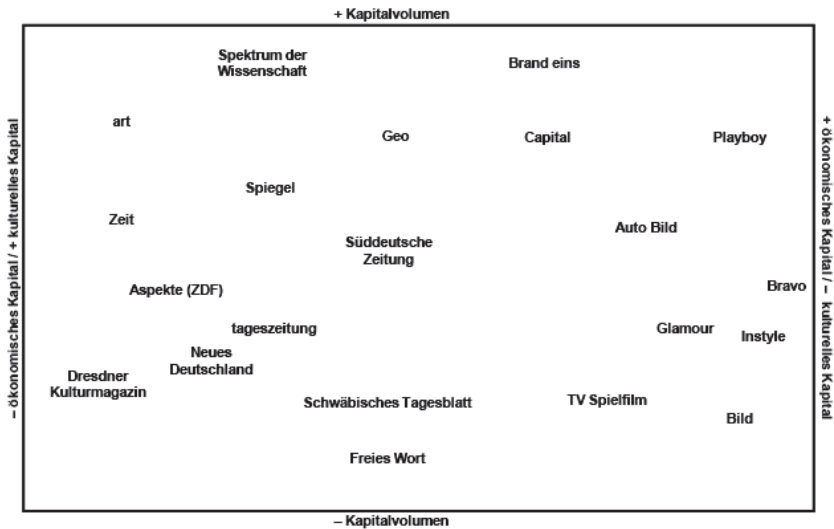
dabei die Dominanz der Systemtheorie zu nennen (Scholl 2002; Görke, Scholl 2006). Das Handbuch *Theorien des Journalismus*, das auf über 600 Seiten den *State of the Art* in Deutschland spiegelt und im Moment für eine dritte Auflage überarbeitet wird, stellt zwar auch konkurrierende Ansätze vor, es überwiegen aber ganz eindeutig Beiträge mit Bezug auf Niklas Luhmann (Löffelholz 2004), der ähnlich wie die Feldtheorie mit funktionaler Differenzierung argumentiert (bestimmte Aufgaben für die Gesamtgesellschaft haben nach Spezialisierung verlangt und so soziale Systeme wie Wirtschaft, Politik, Kunst oder Massenmedien entstehen lassen). Ansonsten gibt es zwischen beiden Theorien allerdings mehr Unterschiede als Gemeinsamkeiten (Nassehi, Nollmann 2004). Luhmann ging davon aus, dass ein System nach einer bestimmten Logik arbeitet (nach einem „Code“) und von außen weder zu steuern noch zu kontrollieren ist. Seine Systeme reagieren zwar auf Umweltreize, verarbeiten diese aber nach eigenen Regeln, um ihren eigentlichen Zweck zu erfüllen und sich selbst zu erhalten. Systeme werden von den Luhmann-Anhängern als „Quasi-Subjekte“ behandelt, die „Sinn“ produzieren und damit auch festlegen, „was gedacht und gesagt werden kann und was nicht“. Da die Systemstrukturen kontingent sind (alles kann *so* sein, aber auch *anders*) und da der Mensch in dieser Theorie lediglich als „Umwelt“ von sozialen Systemen auftaucht, verbieten sich Kausalaussagen genauso wie moralische Urteile und Fragen nach individueller Verantwortung (Joas, Knöbl 2004: 364, 382). Dass diese Theorie die deutschsprachige Journalismusforschung erobern konnte, lässt sich mit dem Einfluss von Multiplikatoren erklären (Professoren wie Manfred Rühl und Klaus Merten, die für eine entsprechende Schulbildung sorgten) sowie mit dem Legitimationsdefizit der Kommunikationswissenschaft, die an der Universität lange den Ruf eines reinen Ausbildungsfachs hatte. Niklas Luhmann schien wissenschaftliches Kapital zu versprechen und so möglicherweise auch Anerkennung in der Praxis (Meyen, Löblich 2006; Wendelin 2008).

Neben der Konkurrenz durch die Systemtheorie hatte (und hat) Bourdieu in der deutschsprachigen *Scientific Community* eine weitere große Hürde zu überwinden: die Ablehnung von marxistischen Ansätzen, die auch die Rezeption der Cultural Studies behindert (Schwer 2005) und dazu geführt hat, dass die Frankfurter Schule mit den Protagonisten Adorno und Habermas zwar weltweit in aller Munde ist, in ihrem Ursprungsland aber zumindest in der Kommunikationswissenschaft so gut wie überhaupt nicht stattfindet (Scheu 2012). Dort dominiert eine psychologisch orientierte Medienwirkungsforschung, die es soziologischen Theorien generell schwer macht – erst recht wenn diese aus dem linken Spektrum der Gesellschaft kommen und dadurch einem Fachverständnis widersprechen, das in der Zeit der deutschen Teilung

geprägt wurde und damit auch in Abgrenzung von der marxistisch geprägten Journalistenausbildung in der DDR. Dass ein Franzose (!) vergleichsweise früh (2003) an prominenter Stelle (in der führenden deutschsprachigen Fachzeitschrift) vehemente Zweifel an jeder Verbindung von Bourdieus Feldkonzeption mit der Journalismusforschung anmeldete (Bastin 2003), hat die beiden genannten Rezeptionshürden nicht unbedingt verkleinert. In der folgenden Ausgabe der Zeitschrift gab es zwar eine kurze Replik von Johannes Raabe (2003), der wenig später in seiner Dissertation mit Bourdieu arbeitete (Raabe 2005), in den Mainstream der Journalismusforschung hat es Bourdieu aber bisher trotzdem nicht geschafft.

Zwei weitere Ausnahmen sind die (in der Soziologie entstandene) Dissertation von Sabine Schäfer sowie zwei Aufsätze von Thomas Hanitzsch, der in der International Communication Association (ICA) die Gründung der Journalism Studies Division vorangetrieben hat und weltweit zu den Journalismusforschern mit der größten Reputation zählt. Sabine Schäfer (2004, 2007) hat ihre Feld-Analyse auf eine einzige Redaktion beschränkt und sich vorgenommen, über elf Leitfaden-Interviews mit Machern der *Tagesschau* den Mythos zu dekonstruieren, der sich um die führende deutsche Fernsehnachrichtensendung rankt. Das Material erlaubt ihr zwar, die *illusio* des journalistischen Feldes herauszuarbeiten (ihre Interviewpartner glaubten, dass es vor allem um objektive Wahrheit und Aktualität geht) und die Redaktion als „Schauplatz sozialer Wettkämpfe“ zu zeichnen, bei denen die Manager (die Planungs- und die Filmredaktion) gegen die Textproduzenten gewinnen, dies erklärt aber nicht wirklich, warum gerade der *Tagesschau* eine hohe journalistische Qualität zugeschrieben wird. Dass Arbeitsprozesse, redaktionelle Strukturen und Generationenerfahrungen die Wahrnehmung der Themen beeinflussen (ebenfalls ein Ergebnis von Sabine Schäfers Studie), ist theoriekonform und dürfte in anderen Redaktionen nicht anders sein. Da Schäfer sich auf die *Tagesschau* konzentriert hat, vermutet sie am Ende, dass sich der „Kampf um Anerkennung im journalistischen Feld“ nahezu ausschließlich in der eigenen Redaktion abspielt (Schäfer 2007: 199) – zum Beispiel zwischen Journalisten und eher technisch oder organisatorisch ausgerichteten Berufsprofilen.

Abbildung 1: Das deutsche Mediensystem (Hanitzsch 2007: 251)



Thomas Hanitzsch hat zum einen Bourdieus Terminologie genutzt, um einen Überblick über die deutsche Medienlandschaft zu liefern (Hanitzsch 2007), und zum anderen den ersten Datensatz der Studie „World of Journalism“ in einer der zahlreichen Aufbereitungen dieses 18-Länder-Vergleichs auch mit der Feldtheorie ausgewertet (Hanitzsch 2011). Abbildung 1 ist dabei ohne jede Empirie und wohl eher auf Basis der persönlichen Überzeugungen des Autors entstanden (Hanitzsch 2007: 251). Die *Bild*-Zeitung taucht bei ihm zum Beispiel unten rechts auf – mit vergleichsweise wenig kulturellem Kapital und mit weniger ökonomischem Kapital als die Zeitschriften *Playboy* (oben rechts), *Bravo*, *Instyle* und *Glamour* (rechts zwischen *Bild* und *Playboy*). Auf der linken Seite (also eher am „intellektuellen Pol“) steht das (gebührenfinanzierte) ZDF-Magazin *Aspekte* direkt neben den chronisch um Abonnenten und Unterstützer kämpfenden linken Tageszeitungen *taz* und *Neues Deutschland*.

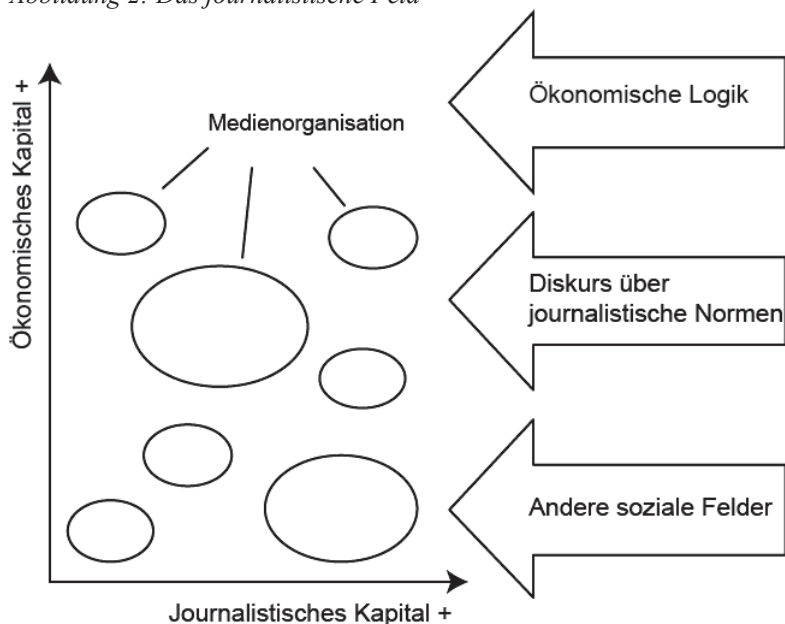
Es ist hier nicht der Ort, solche Details zu diskutieren. Die Beispiele sollen vielmehr zwei Punkte verdeutlichen: Die Forschung zum journalistischen Feld steht in Deutschland erstens noch ganz am Anfang und orientiert sich zweitens sehr eng an Bourdieus eigenen (ebenfalls ohne empirische Forschung entstandenen) Ansichten über das Feld. So hat Thomas Hanitzsch geschrieben, es sei eine „Besonderheit“ des journalistischen Feldes, „dass es

sich vermittelt über Publikumsforschung sowie Auflagen, Einschaltquoten und Nutzerzahlen zunehmend der Logik des ökonomischen Feldes ausliefert“ (Hanitzsch 2007: 249). Während er in diesem Aufsatz „traditionelle Werte des Journalismus“ wie „Objektivität und Distanz (in der Berichterstattung), Unabhängigkeit (von Partikularinteressen), Aktualität (der berichteten Themen) sowie das Handeln im öffentlichen Interesse“ als Feld-Logik benennt, folgt die Sekundärauswertung der 18-Länder-Studie von 2011 einer anderen Idee: Im journalistischen Feld kämpfen danach verschiedene professionelle Milieus um die Deutungshoheit und die „richtige“ Antwort auf die Frage, welche Funktion Journalismus in der Gesellschaft haben sollte. In den Daten finden sich dann zwar vier solcher Milieus (populist disseminator, detached watchdog, critical change agent, opportunist facilitator), die in den unterschiedlichen Journalismuskulturen auch unterschiedlich stark verwurzelt sind, was das alles aber mit Bourdieu zu tun haben soll, bleibt dem Leser am Ende unklar, zumal die Befragung zum Selbstverständnis sowie zu Person und Redaktion noch in einem ganz anderen theoretischen Rahmen gelaufen ist (Hanitzsch 2011).

Theorie des journalistischen Feldes

Die Untersuchung, auf die sich die folgenden Abschnitte stützen, hatte das Ziel, die theoretische Diskussion über das journalistische Feld in Deutschland empirisch zu stützen (Meyen, Riesmeyer 2009, 2012). Die Abbildungen 2 und 3 bringen dabei die Annahmen auf den Punkt, die die Studie geleitet haben. Wie bei Bourdieu gehört das journalistische Feld (Abbildung 2) hier zu einem nationalen sozialen Raum, in dem Kapitalvolumen und Kapitalstruktur über die Position der Akteure entscheiden (Bourdieu 1987, 1999; Benson, Neveu 2005). In diesem Feld gibt es zwei „Trümpfe“: ökonomisches Kapital und journalistisches Kapital – verstanden als Summe aus (jeweils feldspezifischem) kulturellem Kapital (journalistische Kompetenzen), sozialem Kapital (Netzwerke) und symbolischem Kapital (berufliche Reputation). Journalistisches Kapital ist mehr als symbolisches Kapital, weil bestimmte Fähigkeiten (Recherche, Schreiben, Redigieren) und Kontaktchancen (etwa: Handy-Nummern von Politikern oder Sportstars) im Feld auch objektiv einen Vorteil versprechen.

Abbildung 2: Das journalistische Feld



Die Ellipsen in Abbildung 2 stehen für kollektive Akteure – für Medieneinrichtungen (Sender, Verlage) und Redaktionen und damit für die doppelte Positionierung des einzelnen Journalisten. Natürlich bringen Frau oder Mann kulturelles, soziales und symbolisches Kapital mit (handwerkliches Können, Freunde und Familie sowie die Anerkennung, die man sich erarbeitet hat), die Arbeitsbedingungen von Journalisten und ihre Wahrnehmung durch andere hängen aber zuallererst von dem Produkt ab, für das sie arbeiten. Medienunternehmen, Redaktionen und einzelne Abteilungen haben sowohl ökonomisches Kapital (Geld, mit dem sich Personal, Technik und Vertrieb bezahlen lässt) als auch journalistisches Kapital. Dazu gehören inkorporiertes und institutionalisiertes kulturelles Kapital (Mitarbeiter mit bestimmten Fähigkeiten, Auszeichnungen), soziales Kapital (Kontakt-Datenbanken, Netzwerke in einer Region oder einem anderen sozialen Feld) und feldspezifisches symbolisches Kapital (Anerkennung früherer Leistungen durch die Mitbewerber im Feld und von außen). Der einzelne Journalist kann dieses Kapital nutzen – allerdings nur, solange er zu der jeweiligen Organisation gehört. Die kollektiven Akteure sind im Feld als Ellipsen eingezeichnet worden und nicht als Punkte, um zu verdeutlichen, dass sich die Positionen der einzelnen

Journalisten und von Unterorganisationen (etwa: Ressorts) innerhalb des Rahmens, den die Organisation vorgibt, noch einmal unterscheiden können. Abbildung 2 weist außerdem auf die ökonomische Logik, auf den Normen-diskurs sowie auf andere soziale Felder hin – auf drei Faktoren, die die Autonomie des journalistischen Feldes beschneiden (können). Die ökonomische Logik (Publikumswünsche, Werbekunden, Renditeziele) hat Bourdieu selbst in seinen Fernsehvorträgen von 1996 genannt (Bourdieu 1998a). Dass der Norm-Diskurs, der nicht nur im Feld der kulturellen Produktion läuft (Wissenschaft, Rechtssprechung), sondern im gesamten sozialen Raum, die Logik beeinflusst, nach der das journalistische Feld funktioniert, liegt ebenfalls auf der Hand. Der (mögliche) Einfluss der anderen sozialen Felder (Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Wissenschaft usw.) ergibt sich aus der Konkurrenz der jeweiligen Logiken und aus dem (natürlichen) Versuch der Akteure, journalistische Produkte für eigene Ziele einzuspannen.

Abbildung 3: Der Journalist und sein Selbstverständnis

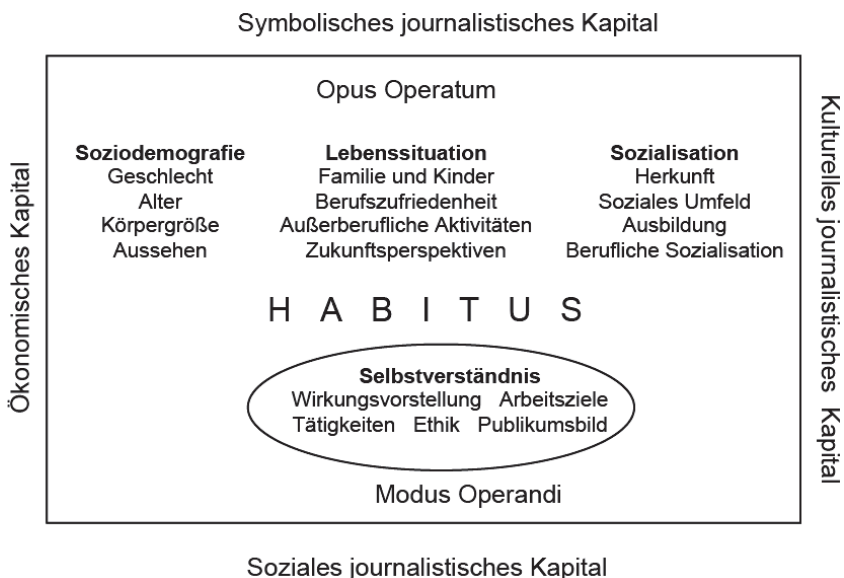


Abbildung 3 zielt auf den einzelnen Journalisten (vor allem auf sein Selbstverständnis und damit auf den „praktischen Sinn“, den er mit seiner Arbeit verbindet). Da dieser Journalist ein „Punkt“ im sozialen Raum und hier wiederum ein Punkt im journalistischen Feld ist, wird sein Habitus nicht nur

durch das Kapital strukturiert, über das er persönlich verfügt, sondern auch durch die Logik des Feldes und durch die Position der Medienorganisation(en), für die er arbeitet. Die Dimensionen, die in Abbildung 3 genannt werden, sind dabei als Untersuchungskategorien zu verstehen: Kapitalbesitz (institutionell und individuell), geronnene Lebensgeschichte (Habitus als *opus operatum*: soziodemografische Merkmale, Sozialisation, aktuelle Lebenssituation) und Arbeitsalltag (Habitus als *modus operandi*: Selbstverständnis). Da Bourdieus „praktischer Sinn“ wie ein Instinkt funktioniert, wurden die Journalisten nicht nur direkt nach ihren Arbeitszielen gefragt, sondern auch indirekt. Die Indikatoren Publikumbild, Wirkungsvorstellungen, Ethik und Tätigkeiten (recherchieren, produzieren, organisieren) sollten genau wie die Arbeitsbedingungen (individuelles und kollektives ökonomisches und journalistisches Kapital) Rückschlüsse auf die journalistische Praxis erlauben.

Untersuchungsdesign

In der empirischen Studie wurde gefragt, nach welcher Logik das Feld arbeitet, wie ökonomisches und journalistisches Kapital verteilt sind und welche Beziehungen es folglich zwischen den (kollektiven und individuellen) Akteuren gibt. Wie autonom ist das Feld, welchen Habitus haben die Akteure und welchen „praktischen Sinn“ verbinden sie mit ihrer Arbeit? Da Bourdieus Begriffe Habitus und Kapital komplex sind und da der „praktische Sinn“ genau wie Feldlogik und Feldstrukturen kaum standardisiert erfasst werden kann, wurde mit Leitfadeninterviews gearbeitet (Beobachtung des Feldes durch „die Augen“ der Beteiligten).

Die Befragten wurden nach dem Verfahren der „theoretischen Sättigung“ ausgewählt. Dieses Verfahren geht davon aus, dass es im journalistischen Feld nicht unendlich viele Praxisformen gibt. Um das Feld analysieren zu können, müssen die Befragten für möglichst unterschiedliche Varianten stehen. Ausgangspunkt der Auswahl war die gerade skizzierte Theorie des journalistischen Feldes. Journalist ist danach, wer sich für journalistisches Kapital interessiert – für den Einsatz, um den gespielt wird (Bourdieu 1998b: 27). Wenn man annimmt, dass die Praxis von Journalisten von der Position der Redaktion abhängt, für die sie arbeiten, ergeben sich folgende Auswahlkriterien:

- *Mediengattung*: Fernsehen, Hörfunk, Tagespresse, Publikumszeitschriften, Wochenzeitungen, Online-Medien, Nachrichtenagenturen
- *Organisationsform*: privatwirtschaftlich, öffentlich-rechtlich
- *Verbreitungsgebiet*: national, regional, lokal

- *Marktsituation*: Monopol, Konkurrenz (Marktführer, untergeordnete Position)
- *Ressort*: Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Lokales, Wissenschaft, Service, Vermischtes

Da sich die Positionen der Journalisten innerhalb des Rahmens, den die Organisation vorgibt, noch einmal unterscheiden können, wurden außerdem solche Habitus-Bestandteile berücksichtigt, die sich von außen beobachten lassen:

- *Soziodemografische Merkmale*: Geschlecht, Lebensphase
- *Anstellungsverhältnis*: Führungsposition, Festanstellung, Freiberufler

Dies bedeutet nicht, dass die anderen Habitus-Bestandteile, die in Abbildung 3 genannt worden sind, in der journalistischen Praxis „verschwinden“. Berufszufriedenheit, Zukunftsperspektiven oder Herkunft eignen sich aber nicht als Auswahlkriterien, weil sie schlecht vorab zu ermitteln sind. Mit der Auswahl über die Redaktion, über zentrale soziodemografische Merkmale und über das Anstellungsverhältnis war die Hoffnung verbunden, dass die anderen Habitus-Bestandteile und der individuelle Kapitalbesitz gewissermaßen „von selbst“ variieren. Die Stichproben-Struktur (n = 501) zeigt, dass sich diese Hoffnung erfüllt haben dürfte:

- *Geschlecht*: 343 Männer, 158 Frauen
- *Alter*: 56 Befragte jünger als 30 Jahre, 191 zwischen 30 und 39, 154 zwischen 40 und 49, 82 zwischen 50 und 59, 18 noch älter
- *Anstellungsverhältnis*: 131 Befragte in Führungspositionen, 118 Freiberufler
- *Mediengattung*: 93 Fernsehen (68 öffentlich-rechtlich), 70 Hörfunk (55 öffentlich-rechtlich), 189 Tageszeitung, 15 Wochenzeitung, 97 Publikumszeitschrift, 19 Nachrichtenagentur, 18 Online
- *Ressort*: 65 Politik, 25 Wirtschaft, 43 Kultur, 32 Lokales, 57 Sport, 34 Wissenschaft, 43 Service, 23 Vermischtes, 179 ohne feste Zuordnung
- *Ausbildung*: 357 Hochschulabschluss, 175 Volontariat, 61 Journalistenschule

Startpunkt war ein Hauptseminar im Sommersemester 2005, in dem die Interviewer intensiv geschult wurden und einen Leitfaden entwickelten. Dort wurde nur vorgegeben, welche Themen überhaupt berührt werden sollten. Die drei Themenkomplexe lassen sich mit der Theorie des journalistischen Feldes begründen:

- *Lebenslauf und Karriere*: Habitus als *opus operatum* (Sozialisation, aktuelle Lebenssituation), individueller Kapitalbesitz
- *Arbeitsbedingungen*: Position des Arbeitgebers im journalistischen Feld (ökonomisches und journalistisches Kapital: Ressourcen, Arbeitszeiten, Verhältnis zu den Kollegen), Autonomie (redaktionelle Vorgaben, innere Medienfreiheit, Einflüsse von Anzeigenkunden und anderen Interessengruppen)
- *Arbeitsalltag und Selbstverständnis*: Habitus als *modus operandi* (Tätigkeiten, Ziele, Publikumsbild, Wirkungsvorstellungen, Medienethik)

Bedingung war, dass sich die Gesprächspartner vorher nicht kannten. In den allermeisten Fällen begann die Rekrutierung mit einer Anfrage an eine Redaktion. Die Interviews wurden mit einem Tonband aufgezeichnet. Zu jedem Gespräch gibt es außerdem ein Protokoll, in dem Auffälligkeiten und Informationen über den Befragten festgehalten wurden. Solche Informationen helfen bei der Interpretation des Materials. An dieser Stelle bieten qualitative Studien die größte Angriffsfläche. Um das Qualitätskriterium „intersubjektive Nachvollziehbarkeit“ zu erfüllen, wurden die Interviewer zum einen gebeten, ihre Gespräche ebenfalls zu deuten (in einer Haus- oder einer Examensarbeit). Zum anderen wurde mit Hilfe von Bourdieus Denkwerkzeugen ein Kategoriensystem für eine Dokumentenanalyse entwickelt, das wie die Theorie insgesamt einen Interpretationsrahmen absteckt (Meyen *et al.* 2011):

- *Habitus als opus operatum*: soziodemografische Merkmale, Sozialisation, berufliche Laufbahn, Lebenssituation (Abbildung 3)
- *Position im journalistischen Feld*: Arbeitgeber (ökonomisches und journalistisches Kapital), Anstellungsverhältnis (Position, Gehalt), Arbeitszeiten
- *Funktionen des Journalismus in der Gesellschaft*: Welche Aufgaben schreibt der Befragte dem Journalismus zu und welches Image hat der Beruf seiner Meinung nach?
- *Selbstverständnis*: Tätigkeiten, Ziele, Wirkungsvorstellungen, Publikumsbild, Medienethik

Die beiden letzten Kategorien laufen auf ein Porträt des Befragten hinaus, auf eine Interpretation im Lichte der Theorie des journalistischen Feldes. Die ersten beiden Kategorien sollten dann helfen, die Unterschiede zwischen den einzelnen Personen zu erklären.

Journalisten-Habitus, die Logik der Exklusivnachrichten und die Autonomie des Feldes

Journalismus ist heute in Deutschland kein Beruf (mehr), für den man sich entscheidet, wenn man merkt, dass andere Tätigkeiten (etwa für den Staat oder in der Wirtschaft) ausscheiden, oder wenn man dort einen Karriereknick erlebt. Viele der Befragten wussten schon sehr früh, was sie werden wollen, und die allermeisten haben sich gezielt vorbereitet: über Praktika und Volontariate, an Journalistenschulen und auf Universitäten. Wer als Journalist arbeitet, hat in aller Regel sein Hobby zum Beruf gemacht oder (etwas neutraler formuliert): Er berichtet heute über das, was ihn schon immer stark interessiert hat. Jeder Kritiker „wäre auch gern Musiker geworden“, sagte ein Chefredakteur, Mitte 30, der eine Musikzeitschrift leitet. Wenn Bourdieu Recht hat und wir uns ständig im sozialen Raum positionieren, dann dürfte die Entscheidung für den Journalistenberuf auch das Ergebnis solcher Vergleichsprozesse sein: Was kann ich und was können die anderen, die sich für die gleichen Dinge interessieren? In welchem sozialen Feld habe ich die größten Chancen, Kapital zu akkumulieren?

Aus der Affinität zum Gegenstand, die Journalisten beim Eintritt in das Feld mitbringen, wird im Laufe der Zeit eine Expertise – allein schon dadurch, dass sie sich professionell mit einem bestimmten Gebiet beschäftigen. Ein TV-Journalist, knapp 40, verglich Nachrichtenredakteure mit gutem Wein: „Sie werden mit der Zeit immer besser.“ Dass zum Habitus von Journalisten Zufriedenheit gehört, ist bekannt, seit es entsprechende Untersuchungen gibt. In den Interviews wurde das Klischee vom Traumberuf zwar mit unterschiedlichen Akzentsetzungen bedient, aber letztlich mit den immer gleichen Argumenten. Der Beruf stillt die Neugier (ein menschliches Grundbedürfnis), er bringt Abwechslung, Selbstverwirklichung und Kontrolle, er ist mit Einfluss und Verantwortung verbunden sowie mit einer besonderen Form der Distinktion – mit der Möglichkeit, regelmäßig etwas zu erleben, was anderen Menschen nicht vergönnt ist. Wenn man weiß, dass Journalismus kein Beruf mit natürlicher Erbfolge ist (nur wenige der Befragten hatten Eltern oder Verwandte, die in den Medien arbeiten) und dass die allermeisten deutschen Journalisten aus der Mittelschicht kommen (Weischenberg *et al.* 2006: 69), dann wird deutlich, dass mit der Entscheidung für den Beruf ein sozialer Aufstieg verbunden ist: Man verdient (meist) nicht mehr Geld als die Eltern, erreicht aber eine Position, die Aufmerksamkeit und Ansehen im sozialen Raum garantiert.

Zum Habitus von Journalisten gehört das Gefühl, immer im Dienst zu sein. „Auch wenn man schläft, ist man Journalist“, sagte ein Lokalredakteur.

Viele der Befragten haben von Abend- und Wochenend-Verpflichtungen berichtet und von der ständigen Suche nach Themen und Ideen. Eine *Bild*-Redakteurin, 30, sagte, Journalismus sei „kein Job“, sondern „ein Lebensinhalt“. Diese Einstellung prägt auch den Arbeitsalltag. Was man Wirten oft nachsagt, gilt hier uneingeschränkt: Der beste Kunde des Journalisten ist der Journalist. Alle Befragten haben berichtet, dass sie intensiv die Produkte der Konkurrenz studieren – um Anregungen zu bekommen, um die eigene Arbeit zu überprüfen und Entscheidungen zu legitimieren, um zu recherchieren, um zu lernen und um die eigene Position im journalistischen Feld zu bestimmen. Man kann wie Bourdieu (1998a: 34) die Folgen für die Medieninhalte beklagen (Stichwort mediale Selbstreferenz), es gibt aber auch eine positive Interpretation: Im journalistischen Feld ist ein Mechanismus der Selbstkontrolle eingebaut. Jeder Akteur wird pausenlos von Kollegen beobachtet und im Zweifelsfall korrigiert.

Wie von Bourdieu behauptet geht es im journalistischen Feld tatsächlich um das „leichtverderbliche Produkt Neuigkeiten“ (*ibid.*: 105, 109). Die Ökonomisierung der Medien, die Digitalisierung und die damit verbundene Ausweitung des Medienangebots haben den Kampf um dieses Produkt erheblich verschärft. „Die Exklusivnachricht, der Scoop, hat heute ein viel größeres Gewicht“, sagte ein Politikredakteur, Mitte 50, der für eine überregionale Tageszeitung arbeitet. Dies gilt keineswegs nur für die „harten“ Themen, sondern auch beim Sport oder im Boulevard. Ein Fußballjournalist, Ende 40, sagte, wenn ein Reporter „irgendeine Meldung exklusiv“ habe, bekomme er zwar „nicht mehr Geld“, aber letztlich sei das für ihn nichts anderes als „ein Tor für einen Stürmer“.

Den Kampf um Exklusivnachrichten kann man nur gewinnen, wenn man im journalistischen Feld eine Machtposition besetzt. Ein Scoop setzt entweder (Recherche-)Zeit voraus (und damit ökonomisches Kapital) oder journalistisches Kapital, vor allem Kontakte (soziales Kapital) und Reputation (symbolisches Kapital), aber auch Recherche-Fähigkeiten (kulturelles Kapital). Ein TV-Journalist, Ende 50, sagte, die Informanten „melden sich schon, wenn man einen bestimmten Ruf hat“. Die meisten der befragten Berliner Korrespondenten haben von ständigem Telefonkontakt mit Parteibüros und Ministerien berichtet. Es gehöre außerdem zum ganz „normalen Betrieb“, dass „Politiker anrufen und sagen, pass mal auf, ich habe da ein Papier“, meinte ein Parlamentsjournalist, Anfang 40. Wenn es sich dabei um etwas handelt, was brisant ist (weil es viele Menschen betrifft, weil es überraschend ist oder skandalträchtig), dann lässt die Logik des Feldes den Akteuren gar keine Wahl. „Wenn wir so etwas in den Papierkorb schmeißen“, sagte ein Nachrichtenmagazin-Redakteur, Mitte 40, „dann bekommt das unsere Konkurrenz“.

Für die Position im journalistischen Feld gibt es einen klaren Indikator: die Zeit, die für Recherchen zur Verfügung steht. In vielen Interviewtranskripten finden sich entsprechende Vergleiche, vor allem bei den Journalisten, die an der Spitze der Hierarchie arbeiten. „Ich mag einfach rausgehen und recherchieren“, sagte eine Hörfunkreporterin, die für einen öffentlich-rechtlichen Sender arbeitet. „Dafür hast Du beim Privatradio nicht die Zeit.“ Ein Sportressortleiter bei einer kleinen bayerischen Zeitung, Ende 40, sagte fast entschuldigend, dass er gar nicht „die finanziellen Möglichkeiten“ habe, um so „viel Eigenleistung“ zu bringen wie zum Beispiel die *Süddeutsche Zeitung*, die von fast allen Befragten als „Spitzenprodukt“ beschrieben wurde. Selbst von den überregionalen Tageszeitungen noch einmal deutlich abzugrenzen sind *Der Spiegel*, *Focus* und *Stern*. Ein *Stern*-Redakteur, etwa 40, kann sich „sicher so einen Monat“ Zeit nehmen für einen Beitrag, ohne am Ende eine Garantie zu haben, dass der fertige Text wirklich erscheint. Auch bei den Nachrichtenmagazinen *Spiegel* und *Focus* gibt es „jede Woche ein totales Überangebot an Geschichten“ (leitender Redakteur, Anfang 40). Selbst ein Reporter der *Bild*-Zeitung, die mit Blick auf die Kriterien Exklusivnachrichten und Recherchezeit zweifellos eine Spitzenposition im Feld einnimmt, würde „mal gern für den *Spiegel* schreiben“. Warum? „Weil das der Journalisten-Olymp ist“. Je weiter man sich vom Machtpol entfernt (weg von den Nachrichtenmagazinen und den überregionalen Blättern hin zu Heimatzeitungen und regionalen Radiostationen), desto eher findet man Journalisten, die so gut wie überhaupt keinen Spielraum für intensive Recherchen und die Produktion eigener Geschichten haben. Wenn der „Journalisten-Olymp“ nicht schon durch den *Spiegel* besetzt wäre, könnte man diesen Begriff auch in den anderen Mediengattungen und in den verschiedenen Subfeldern verwenden – für *Spiegel Online* zum Beispiel („die haben eine Gatekeeper-Funktion, die schon erschreckend ist“, Ressortleiter bei der *Financial Times Deutschland*), für die *dpa* im Bereich der Nachrichtenagenturen, für das Fernsehen im Rundfunkbereich, hier dann wieder für die öffentlich-rechtlichen Anstalten und dort noch einmal für die Angebote mit den meisten Ressourcen. Ein *Tagesschau*-Redakteur sagte, für ihn als Fernsehnachrichtenmann gebe „es sicherlich kein Ziel mehr. Ich arbeite beim Marktführer. Ich kann nur noch innerhalb des Ladens aufsteigen“.

Am Machtpol des Feldes ist die Wahrscheinlichkeit am größten, dass man sich der ökonomischen Logik und dem Einfluss des Publikums entziehen kann. Leser, Hörer und Zuschauer bestimmen direkt und indirekt, was wie berichtet wird. Treibende Kräfte dieser „Diktatur des Publikums“ sind die Ökonomisierung und die Digitalisierung. Zwar haben viele der Befragten berichtet, eine genaue Vorstellung von ihrem Publikum zu haben, nirgendwo

schlagen die Wünsche des Publikums aber so deutlich durch wie bei den Online-Medien. Eine Chefin vom Dienst, 30, nannte die Klickzahlen eine „dauerhafte Fernsehquote in Echtzeit“. Dies wird offenbar keineswegs als Einschränkung empfunden, sondern als Herausforderung. „Es kann unglaublich befriedigen, wenn man sieht, dass ein Artikel läuft“, sagte ein Politikredakteur, Mitte 30, der eine „Kundschaft bedient“. Welcher Redakteur wird es sich im Zeitalter der „Echtzeit“-Quote leisten können (wollen), Texte, Bilder und Töne zu produzieren, für die es keinen Bedarf gibt? Wie stark die Wünsche der Nutzer die redaktionellen Inhalte beeinflussen, hängt von mehreren Faktoren ab:

- im Rundfunk von der Organisationsform (öffentlich-rechtlich vs. kommerziell) und von der Zielgruppengröße (Massenmarkt vs. Nischenangebote),
- in allen Mediengattungen von der Stellung auf dem Werbemarkt und vom ökonomischen Kapital, das zur Verfügung steht, weil diese beiden Faktoren bestimmen, wie viel Geld ein Medienunternehmen in die Publikumsforschung investiert,
- bei Printprodukten außerdem vom Vertriebsweg (Abonnement vs. freier Verkauf) und
- bei allen Angeboten von der Bedeutung, die dem Thema oder dem Themenbereich im journalistischen Feld und im sozialen Raum insgesamt zugeschrieben wird.

Die befragten Serviceredakteure orientieren sich zum Beispiel deutlich stärker an den (angenommenen) Leserwünschen als ihre Kollegen aus den Ressorts Politik, Wirtschaft und Kultur. Das Interviewmaterial erlaubt aber zugleich die Vermutung, dass es für jedes Themengebiet und auf jedem Verbreitungsweg Angebote gibt, die sich der Diktatur des Publikums (weitgehend) entziehen und gerade deshalb ein (begrenztes) Publikum finden. Ansonsten ist die Unabhängigkeit vom Publikum dort am größten, wo ohnehin die Macht im Feld liegt: bei den Nachrichtenmagazinen, bei den überregionalen Tageszeitungen und bei den Wochenblättern mit überregionalem Anspruch und einem Schwerpunkt in den Bereichen Politik, Wirtschaft oder Kultur. Dort kann man nicht nur der Diktatur des Publikums ausweichen, sondern auch dem Druck des Werbemarktes. Die Nutzung der entsprechenden Angebote verspricht sowohl dem Publikum Distinktion als auch den Werbekunden. Eine Anzeige im *Spiegel* kann durch eine Seite im *Playboy* nicht wirklich ersetzt werden. Je größer die Auswahl für beide Kunden (Publikum, Werbepartner) auf den jeweiligen Märkten ist, desto stärker wird der Druck auf die Journalisten, nicht mehr der Logik ihres Feldes zu folgen, sondern Wünschen von außen.

Typologie der Journalisten in Deutschland

Die Typologie, die in diesem Abschnitt präsentiert wird, hat zwei Ziele: Sie soll erstens Unterschiede zwischen den befragten Journalisten verdeutlichen und diese Unterschiede zweitens erklären. Die Typologie stützt sich dabei auf zwei Merkmale:

- *Publikumsorientierung*: Wie stark fühlt sich ein Journalist den Wünschen des Publikums verpflichtet? Während es einigen Befragten vollkommen egal war, wer ihre Beiträge sieht, hört oder liest, bedienen andere eine „Kundschaft“.
- *Medienwirkungsvorstellung*: Auch für dieses Kriterium finden sich in den Transkripten eindeutige Indikatoren. Wer zum Beispiel ausdrücklich von „null Macht“ gesprochen hat (TV-Moderator, Anfang 50), wurde in Abbildung 4 im unteren Teil verortet (geringe Medienwirkungen). Auf der anderen Seite des Spektrums stehen Kollegen, die das „Abendland retten“ (Feuilleton-Chef, Mitte 50) oder wenigstens Politiker „in Not bringen“ wollen (Online-Politikredakteur, Anfang 30).

Abbildung 4: Journalisten in Deutschland – eine Typologie



Mit Hilfe dieser beiden Kriterien lassen sich acht Journalisten-Typen unterscheiden. Die Position der Typen in Abbildung 4 ist lediglich als „Sehhilfe“ gedacht. Über Größenordnungen (wie viele Journalisten gehören zu den Typen) kann die Abbildung keine Auskunft geben. Die Typologie stützt sich auf

ein qualitatives Verfahren, das zwar den Anspruch hat, Verallgemeinerungen zuzulassen und alle Varianten zu entdecken, aber trotzdem nicht repräsentativ ist.

Dienstleister

Die Dienstleister glauben zu wissen, was ihre Leser, Hörer oder Zuschauer erwarten, und arbeiten daran, diese Wünsche optimal zu bedienen. Zu ihrem Selbstverständnis gehören ein positives Publikumbild, Distanz zum Gegenstand, der Verzicht auf jede Mission sowie Bescheidenheit. „Es ist mein Job, dass ich hier acht bis neun Stunden sitze und mich über das Weltgeschehen informiere“, sagte ein Nachrichtenredakteur, knapp 40. „Das kann sich sonst kein Mensch leisten.“ Was für diesen Typ „guter Journalismus“ ist, ergibt sich daraus fast von selbst: „der Welt mitteilen, was jeder wissen muss, damit er sich eine Meinung bilden kann“ (leitender Rundfunkredakteur, Ende 40). Obwohl die Dienstleister dem „mündigen Bürger“ vertrauen, sind sie sich einig, dass sie Themen setzen, Aufmerksamkeit schaffen und deshalb Verantwortung haben. „Die Sachen müssen wahr sein“, sagte ein Agenturjournalist. Das Untersuchungsmaterial lässt keinen Zweifel, dass diese Berufsauffassung in deutschen Redaktionen dominiert. Die Dienstleister arbeiten vor allem für regionale Abonnementzeitungen (in den Ressorts Lokales, Nachrichten und Sport), für öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten, für Wirtschaftszeitschriften und für Nachrichtenagenturen – in Redaktionen, die gegenüber Werbekunden, Öffentlichkeitsarbeit und Publikum vergleichsweise autonom sind. Zu den Dienstleistern gehören viele „gestandene“ Journalisten: Menschen über 40 mit Partner und oft auch mit Kindern, Menschen, die sich eingerichtet haben an einem bestimmten Ort im Leben und den Journalismus als einen „Job“ sehen. Die (wenigen) jungen Befragten, die diesem Typ zugeordnet wurden, waren in aller Regel freie Mitarbeiter von Lokal- oder Hörfunkredaktionen und schon deshalb auf den Dienstleistungs-Modus festgelegt.

Wächter

Diese Typenbezeichnung klingt etwas abenteuerlich und militärisch, alle Alternativen trafen das Selbstverständnis dieser Journalisten aber nicht ganz. Die Wächter sind die moderne Variante von Köchers (1986) Missionaren. Sie arbeiten für Tageszeitungen und Onlinemedien (in den Ressorts Lokales und Sport, einige auch in Politik und Wirtschaft), sind etwas älter und tragen Verantwortung. Diese Position erklärt, warum auch bei diesem Typ „Information“ ganz oben steht. Die Wächter interpretieren ihren Beruf aber aktiver als die Dienstleister und orientieren sich dabei nicht immer an den Wünschen des Publikums. Sie wollen kritisieren, kontrollieren, aufklären und dadurch etwas

bewegen (vor allem in den Köpfen der Menschen). Die Leserforschung kenne sie „nur in Teilen“, sagte eine Wirtschaftsredakteurin, Mitte 30. Das sei aber nicht tragisch. „Ich glaube, dass eine Zeitung auch Impulse setzen darf“. Ihr Chef sah sich sogar als „Wächter der freien Marktwirtschaft“. Diese Idee könne nur funktionieren, „wenn es Transparenz gibt“ und jemand den Mächtigen auf die Finger schaue. Viele der Wächter sind mit Berufswünschen aufgewachsen, die vom Streben nach Einfluss zeugen. Bei einer *taz*-Redakteurin sollte es auf jeden Fall „irgendetwas Linkes sein“ („Menschenrechtsanwältin oder so“). Andere wollten „Bundeskanzler werden“ („ein bisschen mehr Gerechtigkeit schaffen“, Chef vom Dienst bei einem Onlineportal, Ende 30) oder wenigstens Politiker. Diese Menschen haben mit dem Journalismus einen Beruf gefunden, in dem sie ihr Mitgestaltungsbedürfnis ausleben können. Zu den Missionaren der 1970er und 1980er Jahre gibt es zwei Unterschiede: Die Wächter haben kein parteipolitisches Interesse, und sie sind im öffentlich-rechtlichen Rundfunk selten – sicher auch, weil ihr Selbstverständnis einen festen Arbeitsvertrag voraussetzt (den es dort heute viel seltener gibt) und ein Themengebiet, bei dem es tatsächlich etwas zu bewachen und zu bewegen gibt.

Lehrer

Die Lehrer sind eine Ergänzung zu den Wächtern: Sie arbeiten im Feuilleton und im Geschichtsfernsehen, im Wissenschaftsjournalismus oder für Kulturradios und damit in Bereichen, wo es weniger um Kritik und Kontrolle geht, sondern eher um Bildung und Wissensvermittlung. Einige Lehrer sehen sich ausdrücklich in einer Brückenrolle – auf der einen Seite Wissenschaftler oder Künstler und auf der anderen Menschen, die ohne die Medien von vielen (wertvollen) Dingen nie etwas hören würden. Ein „gutes Feuilleton“ müsse über „Ereignisse im Bereich der Kultur auch wirklich berichten, unabhängig davon, ob die Leser das interessiert“, sagte ein Ressortchef, Anfang 50. „Man muss beobachten, was in der kulturellen Welt passiert. Außerdem gibt es eine Tradierungsaufgabe. Wir müssen verhindern, dass Dinge in Vergessenheit geraten.“ Wie Dienstleister und Wächter sind Lehrer etwas älter als der Durchschnitt. Bei einigen wurde der Keim für ihr Selbstverständnis bereits im Studium gelegt (etwa bei einem Zeitschriften-Chefredakteur, der Sozialpädagogik studiert hat, oder bei einem Zeitungsmann, der sich als „verhinderter Lehrer“ vorstellte). Dass sie diese Berufung im Journalismus ausleben können, hat auch mit dem Umfeld zu tun: Lehrer findet man, wo Medienunternehmen nicht auf Gewinnmaximierung zielen, sondern auf symbolisches Kapital.

Detektive

Dieser Typ steht für investigativen Journalismus und ist in der deutschen Medienlandschaft eher eine Ausnahme. Die Detektive arbeiten am Machtpol des Feldes – vor allem für *Der Spiegel*, *Focus* und *Stern* sowie für öffentlich-rechtliche TV-Magazine, deutlich seltener für Wirtschaftszeitschriften und die überregionale Tagespresse und nur ganz vereinzelt auch für Regionalblätter. „Genau genommen bezahlt mich gar keiner dafür, dass ich irgendeine Sauerei aufdecke“, sagte ein Zeitungsredakteur, der mit dem Wächterpreis ausgezeichnet wurde. „Genau genommen mache ich das nachts oder in meinem Urlaub.“ Das Beispiel dieses Mannes zeigt, dass besondere Persönlichkeitsmerkmale (ein starker Aufstiegswille und ein Schuss Besessenheit) nötig sind, um ohne das Finanzpolster der Nachrichtenmagazine oder den „Panzer“ ARD im Rücken (Wirtschaftsjournalist, Mitte 30) zum Detektiv zu werden. Es ist sicher nicht nur den Zufällen des Auswahlverfahrens geschuldet, dass zu diesem Typ ausschließlich Männer gehören. Ohne hier eine neue Front im Geschlechterkampf aufmachen zu wollen: Die Detektive haben sich als „Egomanen“, „Kampfhunde“ und „Verfolger“ charakterisiert und von „Kick“, „Abenteurer“ und „Kitzel“ gesprochen sowie von „Expeditionen“, vom „Jagen“ und vom „Killen“. Ist das (so) in Interviews mit Frauen vorstellbar? Detektive haben das Privileg, sehr lange an einem Thema arbeiten zu können. Neben der Kontaktpflege, der Recherche und der Fähigkeit, Menschen „zu einer Aussage zu bringen, die sie vielleicht bloßstellt“ (TV-Journalist), gehört zum Profil dieses Typs aber auch, dass er einfach da ist, wenn jemand eine brisante Information an die Öffentlichkeit bringen will – weil ein Journalist als Person oder seine Redaktion den Ruf haben, dafür die richtige Adresse zu sein. Der TV-Journalist sagte, „Informanten“ würden sich von selbst melden, und ein Magazinjournalist, Mitte 40, beschrieb sich als „wandelnde Aufforderung zur Indiskretion“. Abbildung 4 zeigt, dass das Publikum den Detektiven nicht sehr viel bedeutet. Befriedigung ziehen sie aus der Exklusivität und aus dem Machtgefühl, das mit ihrer Arbeit verbunden ist.

Lobbyisten

Die Lobbyisten lieben den Gegenstand, über den sie berichten, wollen die eigene Begeisterung auf das Publikum übertragen und dadurch letztlich den Stellenwert verbessern, den das Objekt der eigenen Begierde in der Gesellschaft hat. Wie die Lehrer arbeitet dieser Typ in den „weichen“ Ressorts (nicht Nachrichten, Politik oder Wirtschaft) und ist meist geisteswissenschaftlich geprägt. Einige Lobbyisten haben sich sogar als „Missionar“ bezeichnet (etwa ein Zeitschriften-Chefredakteur, Mitte 30, der seinen Lesern „ein Gefühl“ für Popmusik vermitteln will und für die Bands wirbt, die er mag). Was

das Publikum will, ist für diesen Typ zweitrangig. Es sei ihre Aufgabe, „eine schöne, wertvolle und wichtige Sache weiterzugeben“, sagte eine Musikredakteurin, knapp 40, die für ein öffentlich-rechtliches Kulturradio arbeitet. „Mir ist eigentlich egal, ob das viele oder wenige hören.“

Künstler

Wer nach einer Bezeichnung sucht, die etwas negativer klingt, könnte diesen Typ auch Selbstverwirklicher oder Egoisten nennen. Die Künstler interessieren sich nicht für das Publikum, sondern produzieren das, was sie selbst nutzen würden, wenn sie auf der anderen Seite wären. „Wir machen das letztlich erst einmal für uns“, sagte eine Ressortleiterin, etwa 50, die für eine Monatszeitschrift arbeitet. „Wir haben keine Zielgruppe, die wir bedienen.“ Diese Frau (eine promovierte Philosophin) schreibt „nebenbei“ Romane, macht Filme und hat Lehraufträge im akademischen Bereich. Solche Rollenwechsel zwischen dem Journalismus, der Kunst und der Wissenschaft kennen die meisten Befragten, die diesem Typ zugeordnet wurden. Die Künstler arbeiten in der Regel im Kulturbereich, sind häufig noch sehr jung (fast die Hälfte unter 30), haben Verträge als Redakteure oder (noch etwas öfter) als „feste“ freie Mitarbeiter und „keine politische Agenda“ (Onlinejournalist, Ende 30). An die eigenen Produkte stellen diese Journalisten auch einen künstlerischen Anspruch. Außerhalb der Kultur ist dieser Typ am ehesten im TV-Sport zu finden.

Verkäufer

Zwischen den Künstlern und diesem Typ liegen in Abbildung 4 Welten. Die Verkäufer haben wie die Detektive die Logik des journalistischen Feldes verinnerlicht. Exklusivnachrichten sind für diesen Typ aber nur Mittel zum Zweck. Verkäufer sehen ihr Publikum als Kundschaft, die „immer Recht“ hat (Boulevardzeitungsredakteur, Ende 30), und ordnen alles dem Wunsch unter, ihr Produkt möglichst gut auf dem Markt zu platzieren. Zentrale Orientierungsgrößen sind hier Auflage und Reichweite, Einschaltquote und Klickzahl. Wenn er sein Boulevardblatt „gut an den Mann“ bringe, mache er sich „auch mal interessant für andere Aufgaben“, sagte ein Ressortchef, Mitte 30. „Keiner möchte einen schlechten Job machen. Keiner möchte schlechte Zahlen haben und am Ende auf der Straße sitzen.“ Bis auf wenige Ausnahmen sind die Verkäufer ledig und männlich, haben ihr Studium abgebrochen oder gar nicht studiert. Verkäufer sind vor allem in besonders umkämpften Märkten zu finden (Boulevard, Online, Zeitschriften). Wichtig ist, dass die Verkäufer ethische Standards großzügig auslegen und weitgehend auf Neutralität verzichten. Dies bedeutet aber nicht, dass sie einem „Gesinnungsjournalismus“

das Wort reden („furchtbar“, *Focus*-Redakteur, Mitte 40). Parteipolitik lässt sich nur selten mit wirtschaftlichem Erfolg koppeln. Wenn dieser Typ eine Ideologie vertritt, dann die der Publikumsmaximierung.

Promoter

Dieser Typ steht am Ende der Aufzählung, weil sich seine Berufsauffassung mit normativen Journalismusbegriffen nur schwer vereinbaren lässt. Die Promoter bedienen nicht nur ihr Publikum, sondern auch (und oft sogar: vor allem) die Werbekunden. Sie lassen alles weg, was dem Geschäft schaden könnte, und planen die Themen entweder gemeinsam mit den Werbepartnern oder überlegen, wer im Umfeld eines bestimmten Beitrags inserieren könnte. „Teilweise werden ganze Geschichten nur aus dem Boden gestampft, um einen Anzeigenkunden zu nennen oder das Produkt zu zeigen“, sagte eine Zeitschriftenredakteurin, Ende 20. Die Promoter sind weit entfernt vom Machtpol des journalistischen Feldes. Sie arbeiten für kommerzielle Hörfunkstationen und Spartenkanäle im TV (Sport, Musik), für Service- und Ratgeberbeilagen (Reise, Veranstaltungen), für Onlineangebote und Publikumszeitschriften (Special Interest: Reise, Auto, Sport oder Frauen). Promoter sind jung (viele noch nicht einmal 30 Jahre), in aller Regel ledig und kinderlos, direkt nach der Schule in den Journalismus gekommen (einige über den Umweg Leistungssport) oder nach einem Studienabbruch. Das journalistische Handwerk haben sie dort gelernt, wo sie heute arbeiten. Ein TV-Sportchef sagte, nach seiner Laufbahn als Nationalspieler „hätte es auch Sportmarketing werden können“. Der Unterschied zum Journalismus ist hier nicht sehr groß.

Statt einer Zusammenfassung: Feldstrukturen und Einflussfaktoren

Die Typologie sollte die Frage beantworten, wovon das Selbstverständnis eines Journalisten abhängt. Erste Antwort: vom Publikum. Dies gilt keineswegs nur für die Dienstleister, sondern auch für Verkäufer und Promoter, die Zielgruppen bedienen und publizistische Entscheidungen der Nachfrage unterwerfen, sowie (mit leichten Einschränkungen) für Lehrer, Wächter und Lobbyisten, bei denen erst die Informationspflicht kommt und dann Erziehung, Kritik oder Werbung. Was Leser, Hörer oder Zuschauer wollen, ist nur den Detektiven und den Künstlern egal – zwei Typen, die in den deutschen Redaktionen eine kleine Minderheit sein dürften.

Diese beiden Typen führen zur zweiten Antwort: Wie Journalisten arbeiten (können), wird vom Ressort bestimmt sowie von der Position, die die Redaktion oder das Medienunternehmen im journalistischen Feld haben. Diese

beiden Faktoren hängen schon deshalb zusammen, weil es im Feld eine (unsichtbare) Hierarchie der Themengebiete gibt. Künstler arbeiten genau wie Lobbyisten, Lehrer, Promoter und einige Dienstleister in Bereichen, die im journalistischen Feld und sozialen Raum insgesamt weniger symbolisches Kapital haben, weil sie im Gegensatz zu Wirtschaft oder Politik (die sich auch im Lokalen abspielen kann) in der Regel nicht lebenswichtig sind (Kultur, Sport, Wissenschaft, Mode, Lifestyle). Dass sich auch Nachrichtenjournalisten in aller Regel als Dienstleister sehen oder als Wächter, hat sehr viel mit den Arbeitsbedingungen zu tun. Der investigative Journalismus, den die Detektive und einige der Verkäufer predigen und pflegen, setzt journalistisches Kapital voraus (Zeit, Geld und hoch motiviertes Personal). All das findet sich vor allem am Machtpol des Feldes – bei den Nachrichtenmagazinen, bei der *Bild*-Zeitung, in den Politik- und Wirtschaftsmagazinen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, (mit Abstrichen) bei den überregionalen Tageszeitungen und Wirtschafts-Zeitschriften sowie (manchmal) auch bei Regionalblättern.

Alle anderen Einflussfaktoren, die sich aus der Typologie ableiten lassen, hängen vom Ressort und von der Feld-Position ab und müssen zusammen gesehen werden. Um dies nur am Beispiel Persönlichkeitsmerkmale zu verdeutlichen:

- *Karriereorientierung*: Ein aufstiegsorientierter, erfolgshungriger junger Mann dürfte sich kaum mit einem Job im Reiseteil oder bei einem Anzeigenblatt begnügen, sondern versuchen, eine Stelle mit möglichst viel symbolischem Kapital zu finden.
- *Markt*: Während sich Verkäufer in umkämpften Märkten bewegen, braucht es offenbar eine gesicherte Position, um ein Selbstverständnis als Dienstleister entwickeln zu können.
- *Anstellung*: Freie Journalisten orientieren sich vor allem an den Wünschen ihrer Auftraggeber und können schon deshalb kaum Detektiv oder Wächter sein, weil ihnen die Ressourcen fehlen und die Möglichkeit, selbst zu entscheiden, was wie veröffentlicht wird.

Dass sich Bourdieus Annahmen über die Beziehungen zwischen Lebensgeschichte (Habitus als *opus operatum*), Kapitalbesitz und journalistischer Arbeit (Habitus als *modus operandi*) in der Typologie wiederfinden, lässt sich auch mit der Untersuchungsanlage erklären. Da die Habitus-Kapital-Theorie sowohl die Auswahl der Befragten geleitet hat als auch Interviews und Auswertung, ist gar kein Ergebnis jenseits dieser Theorie denkbar. Trotzdem ist die starke Verbindung von Dispositionen und Lebenssituation genauso bemerkenswert wie der Einfluss beider Merkmale auf die Aufstiegsorientierung:

- *Lebensphase und Geschlecht*: Wer jung ist (wie die Künstler) oder ein Mann (wie alle Detektive und fast alle Verkäufer), strebt stärker nach beruflichem Erfolg als ältere Kollegen und Frauen.
- *Lebenssituation*: Vor allem Dienstleister und Wächter haben ihren Platz im Leben gefunden und vielleicht auch deshalb eine pragmatische Sicht auf den Journalismus entwickelt.
- *Aufstiegsmotivation*: Die (jungen) Promoter haben mehr erreicht, als mit Blick auf Herkunft und Ausbildung zu erwarten war. Wächter und Lehrer wiederum haben bereits früh die Ziele verfolgt, die sie jetzt über den (Umweg) Journalismus anstreben.

Da die Typologie nur Unterschiede zwischen den Journalistinnen und Journalisten herausarbeiten kann, die sich im Moment im Feld bewegen, verstellt sie den Blick auf die Faktoren, die dazu geführt haben, dass heute Dienstleister bestimmen, was in den deutschen Medien verhandelt wird, und dass selbst die (vergleichsweise wenigen) Missionare nicht mehr das sind, was sie vor 30 Jahren versprochen haben. Die Ökonomisierung, die Digitalisierung und der Kommunikationsbedarf, der in einer funktional stark ausdifferenzierten Dienstleistungsgesellschaft entsteht, haben die Medienlandschaft verändert, Parteipolitik und Ideologie an den Rand geschoben (wenn nicht verdrängt) und die Wünsche des Publikums in das Zentrum gerückt.

Bibliographie

- Averbeck S., 2003, „Pierre Bourdieu und die Journalismusforschung in Frankreich. Vorbemerkungen zum Aufsatz von Gilles Bastin“, *Publizistik*, S. 253-257.
- Bastin G., 2003, „Ein Objekt, das sich verweigert: Der Journalismus in der Soziologie Pierre Bourdieus“, *Publizistik*, 48, S. 258-273.
- Benson R., Neveu E., 2005, Hg., *Bourdieu and the journalistic field*, Cambridge, Polity Press.
- Bourdieu P., 1987, *Die feinen Unterschiede*, Aus dem Franz. von B. Schwibs u. A. Russer, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- 1998a, *Über das Fernsehen*, Aus dem Franz. von A. Russer, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- 1998b, *Vom Gebrauch der Wissenschaft*, Aus dem Franz. von S. Egger, Konstanz, UVK.

- 1999, *Die Regeln der Kunst*, Aus dem Franz. von B. Schwibs u. A. Russer, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- Görke A., Scholl A., 2006, „Niklas Luhmann’s Theory of Social Systems and Journalism Research“, *Journalism Studies*, 7, S. 644-655.
- Joas H., Knöbl W., 2004, *Sozialtheorie*, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- Hanitzsch T., 2007, „Die Struktur des journalistischen Feldes“, S. 239-260, in: Altmeyen K.-D., Hanitzsch T., Schlüter C., Hg., *Journalismustheorie: Next Generation*, Wiesbaden, VS Verlag.
- 2011, „Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators: Professional milieu, the journalistic field and autonomy in 18 countries“, *International Communication Gazette*, 73, S. 477-494.
- Köcher R., 1986, „Bloodhounds or Missionaries: Role Definitions of German and British Journalists“, *European Journal of Communication*, 1, S. 43-64.
- Löffelholz M., 2004, Hg., *Theorien des Journalismus*, Wiesbaden, VS Verlag.
- Meyen M., Löblich M., 2006, *Klassiker der Kommunikationswissenschaft*, Konstanz, UVK.
- Meyen M. et al., 2011, *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft*, Wiesbaden, VS Verlag.
- Meyen M., Riesmeyer C., 2009, *Diktatur des Publikums. Journalisten in Deutschland*, Konstanz, UVK.
- 2012, „Service Providers, Sentinels, and Traders. Journalists’ role perceptions in the early twenty-first century“, *Journalism Studies*, 13, 3.
- Nassehi A., Nollmann G., 2004, Hg., *Bourdieu und Luhmann*, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- Raabe J., 2003, „Die Soziologie Pierre Bourdieus und die Journalismusforschung: Auftakt oder Abgesang?“, *Publizistik*, 48, S. 470-474.
- 2005, *Die Beobachtung journalistischer Akteure*, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.
- Schäfer S., 2004, „Journalismus als soziales Feld“, S. 321-334, in: Löffelholz M., Hrsg., *Theorien des Journalismus*, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.
- 2007, *Die Welt in 15 Minuten*, Konstanz, UVK.

- Scholl A., 2002, Hrsg., *Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft*, Konstanz, UVK.
- Scheu A., 2012, *Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft*, Köln, Halem.
- Schwer K., 2005, „‘Typisch deutsch?’ Zur zögerlichen Rezeption der Cultural Studies in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft“, *Schriftenserver Münchner Beiträge zur Kommunikationswissenschaft*. <http://epub.ub.uni-muenchen.de/521/> [01.10.2013].
- Weischenberg S., Malik M., Scholl A., 2006, *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*, Konstanz, UVK.
- Wendelin M., 2008, „Systemtheorie als Innovation in der Kommunikationswissenschaft“, *Communicatio Socialis*, 41, S. 341-359.

MICHAEL MEYEN

Institut des sciences de la communication et d'études des médias
Université de Munich

Le concept du champ journalistique en Allemagne. Transfert et potentiel d'utilisation

*Traduit de l'allemand par Vincent Goulet et Sophie Salin,
avec la participation de Julia Kasig*

Objectifs

La conception bourdieusienne de champ n'a toujours pas trouvé de réel écho dans le monde de la recherche journalistique germanophone. Ceci est étonnant dans la mesure où les chercheurs spécialisés dans le domaine du journalisme ont dû, au plus tard dans la seconde moitié des années 1990, avoir eu vent du succès des collègues français et françaises qui appliquaient cette théorie en France (Averbeck, 2003 : 255). En effet, les barrières linguistiques étaient à cette époque tombées avec la traduction des textes relatifs à la notion de champ, la multiplication des introductions à l'œuvre de Pierre Bourdieu et aussi quelques adaptations (certes peu nombreuses) de ses méthodes en Allemagne. Cette contribution évoquera, dans un premier temps, les raisons pour lesquelles ces textes ont tardé à faire l'objet d'une réception au sein de l'espace germanophone. Dans le droit fil de Pierre Bourdieu, il cherchera à préciser la position des sciences de la communication dans le champ scientifique en Allemagne, ainsi que l'habitus des collègues qui espéraient récupérer une forme de capital symbolique en s'appuyant sur les travaux de Niklas Luhmann tandis que leurs confrères qui s'étaient inspirés de travaux à connotation marxiste dans les 30 dernières années ont, en général, plutôt perdu en notoriété. Dans la partie intitulée « Réception de la théorie des champs », je présenterai deux des rares tentatives de mobiliser les apports de Pierre Bourdieu dans le domaine de la recherche journalistique. Puis, je développerai ma propre conception du champ journalistique. « Théorie du champ journalistique » et « Méthodologie de l'enquête » présenteront mon interprétation des outils conceptuels proposés par Pierre Bourdieu et la méthode d'enquête dont je me suis servi pour mettre en œuvre de manière empirique cette théorie (entretiens semi-directifs avec 501 journalistes allemands). « Les habitus des

journalistes, la logique du scoop et l'autonomie du champ », « Typologie des journalistes en Allemagne » et « En guise de résumé : Structure du champ et facteurs d'influence » seront consacrés à la présentation des résultats les plus significatifs et donneront un aperçu de ce champ particulier.

Réception de la théorie des champs

Pierre Bourdieu joue aujourd'hui dans la recherche journalistique germanophone tout au plus un rôle marginal, et ceci pour plusieurs raisons. En premier lieu, il faudrait mentionner la prédominance de la théorie des systèmes (Scholl, 2002 ; Görke, Scholl, 2006). Le manuel intitulé *Théories du Journalisme* qui brosse sur plus de 600 pages l'état de l'art en Allemagne et qui fait actuellement l'objet d'une deuxième réédition, présente certes des démarches concurrentes, mais ce sont clairement les contributions inspirées des travaux de Niklas Luhmann (Löffelholz, 2004), travaux utilisant une argumentation découlant de la différenciation fonctionnelle¹, qui s'imposent par leur nombre. Selon cette théorie, certaines tâches de l'ensemble de la société ont nécessité une spécialisation et ainsi conduit à la génération de systèmes sociaux tels que l'économie, la politique, l'art et les mass media. Néanmoins, il existe plus de différences que de points communs entre les deux théories (Nassehi, Nollmann, 2004). Niklas Luhmann partait du principe qu'un système fonctionne selon une logique particulière (selon un « code ») et que l'on ne peut ni le commander ni le contrôler de l'extérieur. Ses systèmes réagissent certes à des *stimuli* extérieurs qu'ils intègrent à leurs propres règles qui leur permettent d'atteindre leurs propres objectifs et de se maintenir dans la durée. Ces systèmes sont considérés par les partisans de Niklas Luhmann comme « quasi-sujets » qui produisent du sens et fixent ainsi également « ce qui doit être pensé et dit ou non » (Joas, Knöbl, 2004 : 364, 382). Comme les structures des systèmes sont contingentes (tout peut être *ainsi* mais aussi *autrement*) et comme l'individu apparaît juste en tant qu'une partie de « l'environnement » du système social, cette théorie proscriit les propositions causales tout comme le jugement moral ou les questions de responsabilité individuelle. C'est essentiellement grâce à l'influence de disciples (des professeurs tels que Manfred Rühl et Klaus Merten qui veillèrent à diffuser ce type d'enseignement) que la recherche journalistique germanophone a pu s'imprégner de cette théorie, d'autant plus que la communication souffrait d'un manque de reconnaissance en tant que science, ayant eu pendant

¹ De manière assez homologue à la théorie des champs, la différenciation fonctionnelle est utilisée dans le cas présenté comme fil conducteur de l'argumentation.

longtemps la réputation d'être une discipline n'étant destinée qu'à la formation professionnelle pure et simple des étudiants. Niklas Luhmann semblait promettre un capital scientifique et, par ce biais, la possibilité d'une reconnaissance de la pratique (Meyen, Löblich, 2006 ; Wendelin, 2008).

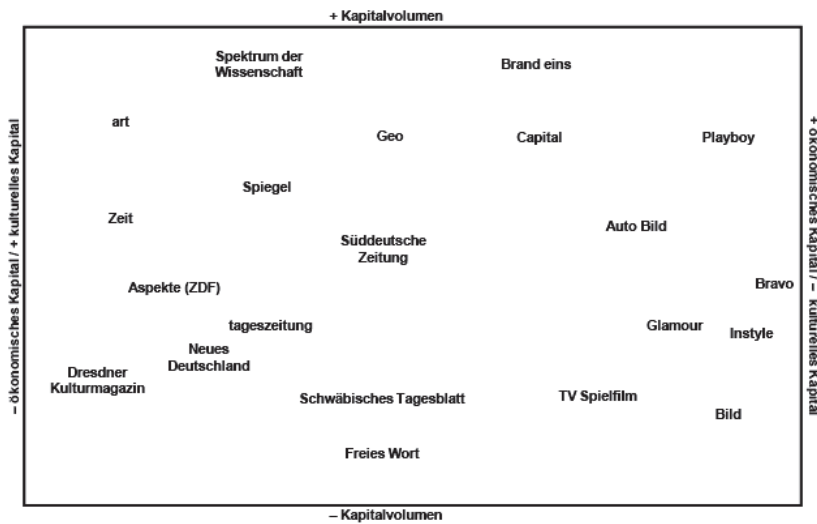
Outre la concurrence de la théorie des systèmes, Pierre Bourdieu avait (et a encore) un obstacle supplémentaire à franchir au sein de la communauté scientifique germanophone : le rejet des méthodes inscrites dans la mouvance du marxisme qui constitue également un frein à la diffusion et réception des « *Cultural Studies* » (Schwer, 2005) et qui a de plus contribué à évincer en grande partie l'École de Francfort ainsi que deux de ses principaux représentants, Theodor W. Adorno et Jürgen Habermas, au sein des sciences de la communication en Allemagne (Scheu, 2012) alors que cette école de pensée a connu par ailleurs un retentissement international. Les recherches qui sont effectuées en Allemagne sont essentiellement orientées vers la psychologie et relatives à l'impact des médias, ce qui entrave de manière générale l'émergence de théories sociologiques et ce d'autant plus lorsque celles-ci proviennent de la « partie gauche » de la société et vont à l'encontre d'une définition de la discipline qui s'est dessinée lors de la séparation de l'Allemagne en se démarquant clairement de la formation journalistique à tendance marxiste de la RDA. Le fait qu'un Français ait pu exprimer relativement tôt (Bastin, 2003) ses doutes dans une publication prestigieuse (*Publizistik*, la revue scientifique germanophone la plus prisée sur ces sujets) laissait présager l'apparition d'un sentiment de scepticisme à l'égard d'un rapprochement entre la conception bourdieusienne de champ et la recherche dans le domaine journalistique. Ceci a sans doute constitué un frein supplémentaire à la réception de l'œuvre de Bourdieu. Dans l'édition suivante de la revue, Johannes Raabe (2003) rédigea une courte réplique alors qu'il travaillait à une thèse utilisant les concepts de Pierre Bourdieu (Raabe, 2005), mais jusqu'à aujourd'hui Pierre Bourdieu n'a pas réussi à percer au sein du courant principal de pensée de la recherche journalistique.

Deux autres chercheurs font exception. La thèse de sociologie rédigée par Sabine Schäfer et deux articles de Thomas Hanitzsch, qui a encouragé la fondation de la Journalism Studies Division au sein de l'International Communication Association (ICA) et fait partie des chercheurs spécialistes du journalisme les plus renommés à l'échelle internationale. Sabine Schäfer (2004 ; 2007) a limité son analyse du champ à une seule rédaction et entrepris de déconstruire par le biais de onze entretiens semi-directifs menés avec des collaborateurs du *Tagesschau* le mythe qui entoure la plus célèbre émission d'information allemande. Le sujet choisi lui permettait certes de mettre en lumière l'*illusio* du champ journalistique (les personnes qu'elle a interrogées

croyaient qu'il était surtout question de vérité objective et d'actualité) tout en présentant la rédaction comme le « théâtre de luttes sociales » dans lequel les « managers » jouent le rôle d'opresseurs face aux « rédacteurs », mais ceci n'explique pas vraiment pourquoi le *Tagesschau* rime automatiquement avec « haute qualité journalistique » dans l'esprit des personnes interrogées. Le fait que les manières de travailler, les structures rédactionnelles et les expériences vécues par la génération influencent la perception des sujets (comme en témoigne l'étude de Sabine Schäfer), est conforme à la théorie du champ et devrait se vérifier au sein des autres rédactions. Comme Sabine Schäfer (2007 : 199) s'est concentrée sur le *Tagesschau*, elle émet l'hypothèse à la fin que le « combat pour la reconnaissance au sein du champ journalistique » a lieu presque exclusivement au sein de la propre rédaction – par exemple, entre les journalistes et les profils professionnels plutôt orientés vers la technique et le management organisationnel.

Thomas Hanitzsch (2007) a utilisé la terminologie de Pierre Bourdieu pour donner un aperçu du paysage allemand des médias. Il a également exploité avec la théorie du champ les premières données d'une vaste étude comparative entre 18 pays intitulée « World of Journalism » (Hanitzsch, 2011). Le dessin de l'illustration 1 n'a pas été réalisé par le biais d'une méthode empirique mais surtout sur la base de convictions personnelles de l'auteur (Hanitzsch, 2007 : 251). Le *Bild* apparaît par exemple chez lui en bas à droite – avec comparativement peu de capital culturel et moins de capital économique que les magazines *Playboy* (en haut à droite), *Bravo*, *Instyle* et *Glamour* (à droite, entre le *Bild* et *Playboy*). Sur la page de gauche (c'est-à-dire proche du « pôle intellectuel »), le magazine de ZDF intitulé *Aspekte* (qui est financé par la redevance télévisuelle) se situe directement à côté des quotidiens marqués à gauche, *taz* et *Neues Deutschland*, qui luttent en permanence pour obtenir de nouveaux abonnés et sponsors.

Illustration 1 : Le système des médias en Allemagne (Hanitzsch 2007, 251)



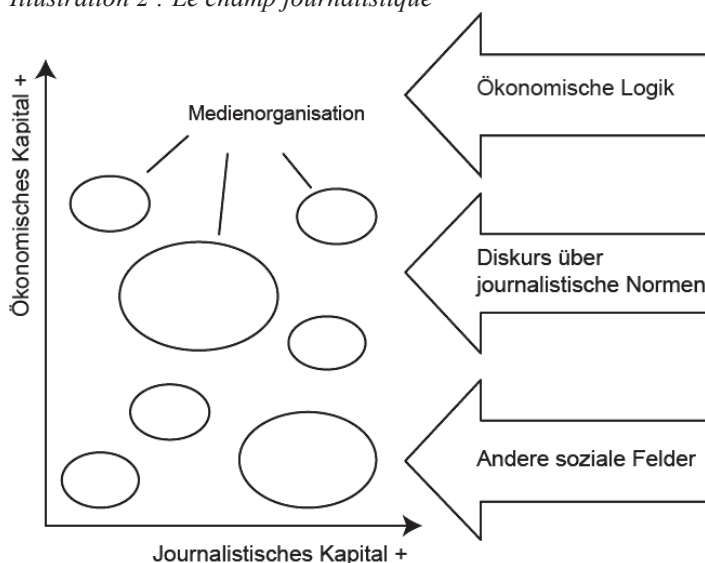
Il n’y a pas lieu ici de se pencher sur ce genre de détails. Ces exemples doivent bien plus mettre en évidence deux points : la recherche en matière de champ journalistique n’en est pratiquement qu’à ses premiers balbutiements ; elle suit de près les réflexions de Pierre Bourdieu dans ce domaine, tout en négligeant également le recours à l’empirie. Selon Thomas Hanitzsch (2007 : 249), le champ journalistique a cette particularité « qu’il se soumet – par le biais d’enquêtes sur l’audience telles que sur le nombre de tirages, le taux d’écoute et le nombre d’usagers – de manière accrue à la logique du champ économique ». Tandis qu’il désigne dans cet article « les valeurs traditionnelles du journalisme » telles que « l’objectivité et la distance (dans les reportages), l’indépendance (par rapport aux intérêts particuliers), l’actualité (des sujets traités) et l’action dans le sens de l’intérêt public » comme logique du champ, l’enquête secondaire de l’étude de 2011 portant sur les 18 pays suit une autre idée : au sein du champ journalistique, des milieux professionnels différents luttent pour jouer un rôle de figure de proue et avoir la « bonne » réponse à la question de savoir quelle fonction le journalisme devrait remplir dans la société. On trouve ainsi parmi ces données quatre profils de ce genre (*populist disseminator, detached watchdog, critical change agent, opportunist facilitator*) qui sont ancrés de manière différente dans les diverses cultures journalistiques. Le lecteur ne voit néanmoins pas vraiment le rapport que tout cela peut avoir avec Pierre Bourdieu, d’autant plus que l’enquête

portant sur la perception de soi-même, la personne et la rédaction a été effectuée dans un tout autre cadre théorique (Hanitzsch, 2011).

Théorie du champ journalistique

L'enquête sur laquelle les paragraphes suivants s'appuient avait pour but d'étayer de manière empirique la discussion théorique relative au champ journalistique en Allemagne (Meyen, Riesmeyer, 2009 ; 2012). Les illustrations 2 et 3 vérifient les hypothèses que l'étude se proposait de démontrer. Comme chez Pierre Bourdieu, le champ journalistique (illustration 2) devient ici un espace social national, dans lequel le volume et la structure du capital déterminent la position des acteurs (Bourdieu, 1987 ; 1999 ; Benson, Neveu, 2005). Il existe dans ce champ deux « atouts » : un capital économique et un capital journalistique – entendu comme la somme résultant de la combinaison d'un capital culturel (compétences journalistiques), d'un capital social (réseaux) et d'un capital symbolique (réputation professionnelle), à chaque fois spécifique au champ. Le capital journalistique est davantage un capital symbolique, car certaines aptitudes (recherche, écriture et rédaction) et opportunités d'établir des contacts (par exemple : obtenir des numéros de téléphone portable d'hommes politiques et de sportifs célèbres) promettent objectivement d'obtenir un avantage dans le champ.

Illustration 2 : Le champ journalistique

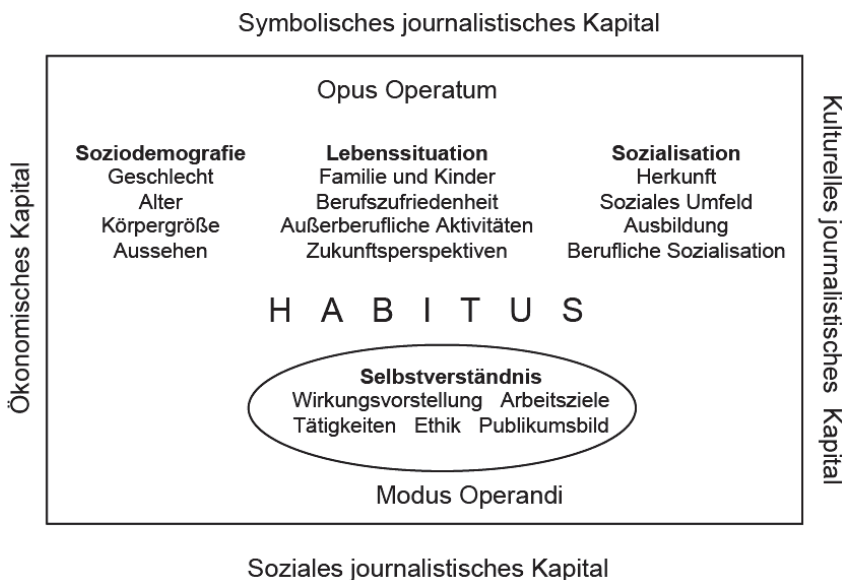


Les ellipses de l'illustration 2 représentent des acteurs collectifs – des institutions médiatiques (chaînes de télévision, éditeurs de presse) et des rédactions, et permettent de traduire ainsi le double positionnement du journaliste à titre individuel. Les hommes et les femmes apportent bien sûr leur propre capital culturel, social et symbolique (le savoir-faire artisanal, les amis, la famille et la considération que l'on a réussi à acquérir), mais les conditions de travail des journalistes et l'image que les autres perçoivent d'eux-mêmes dépendent en premier lieu du produit pour lequel ils travaillent. Les entreprises médiatiques, les rédactions et des départements isolés possèdent aussi bien un capital économique (argent avec lequel le personnel, la technique et le service commercial se font payer) qu'un capital journalistique dont font partie un capital culturel incorporé et institutionnalisé (collaborateurs possédant certaines aptitudes, distinctions), un capital social (base de données comportant un carnet d'adresses, réseau dans une région ou dans un autre espace social) et un capital symbolique spécifique d'un champ particulier (reconnaissance des performances antérieures de la rédaction par les concurrents présents à l'intérieur et à l'extérieur du champ). Le journaliste isolé peut se servir de ce capital – mais ce, seulement en tant qu'il appartient à l'organisation correspondante.

Les acteurs collectifs sont représentés dans le champ par des ellipses et non par des points pour signifier qu'ils peuvent aussi se différencier des positions des journalistes et des sous-organisations (comme les services ou rubriques) qui sont compris dans le cadre que l'organisation prescrit. De plus, l'illustration 2 désigne la logique économique, les discours sur les normes journalistiques ainsi que les autres champs sociaux – trois facteurs qui réduisent ou peuvent amputer l'autonomie du champ journalistique.

La logique économique (souhait du public, annonceurs, objectif de rentabilité) a été citée par Pierre Bourdieu (1998a) lui-même dans ses conférences télévisées de 1996. Il est également évident que le discours sur la norme, qui n'est pas seulement opérant dans un champ de production culturelle (science, droit) mais aussi dans tout espace social, influence la logique selon laquelle fonctionne le champ journalistique. La (possible) influence d'autres champs sociaux (politique, économie, culture, sport, science, etc.) résulte de la concurrence des logiques correspondantes et des tentatives des acteurs d'utiliser les productions journalistiques pour leurs propres fins.

Illustration 3 : Le journaliste et sa représentation de lui-même



L'illustration 3 pointe le journaliste en tant qu'individu, sa compréhension de lui-même et, par conséquent, le « sens pratique » qu'il relie à son travail. Ce journaliste est un « point » dans l'espace social, et donc, encore une fois, un point dans le champ journalistique, son habitus n'est pas seulement structuré par le capital dont il dispose personnellement, mais aussi par la logique du champ et par la position de l'organisation médiatique pour laquelle il travaille. Les dimensions qui sont indiquées dans l'illustration 3 doivent être comprises comme des catégories de recherche. Dans les entretiens semi-directifs, il est question de la possession de capital (institutionnel ou individuel), du récit de la vie passée (habitus comme *opus operatum* : caractères sociodémographiques, situation de vie, socialisation) et du quotidien du travail (habitus comme *modus operandi* : représentation de soi). Dans la mesure où le « sens pratique » évoqué par Pierre Bourdieu fonctionne selon le modèle de l'instinct, les journalistes n'ont pas été interrogés exclusivement de manière directe sur les objectifs de leurs travaux mais aussi de manière indirecte. Des indicateurs comme l'image du public, la représentation des effets, l'éthique ou les compétences (rechercher, produire, organiser) devraient permettre des déductions sur les pratiques journalistiques au même titre que les

conditions de travail (capital économique et journalistique au niveau individuel et collectif).

Méthodologie de l'enquête

Nous nous sommes interrogés, dans cette étude, sur la structure du champ journalistique allemand : selon quelle logique fonctionne-t-il ? Comment est distribué le capital économique et journalistique, et, en conséquence, quelles sont les relations objectives qu'entretiennent les acteurs (collectifs et individuels) entre eux ? Dans quelle mesure ce champ est-il autonome, quels sont les habitus de ses acteurs, quel « sens pratique » relient-ils à leur travail ? Comme les concepts bourdieusiens de capital et d'habitus sont complexes et comme le « sens pratique » tout autant que la logique et les structures de champ sont difficilement saisissables de façon standardisée, nous avons travaillé à l'aide d'entretiens semi-directifs.

Les personnes interrogées ont été sélectionnées selon le procédé de la « saturation théorique ». Ce procédé part du fait qu'il n'existe pas un nombre infini de formes de pratiques dans le champ journalistique. Pour que l'on puisse analyser le champ, il faut que les personnes interrogées représentent les différentes variantes possibles. Le point de départ du choix était la théorie du champ journalistique, qui vient d'être esquissée. Selon celle-ci, un journaliste est celui qui s'intéresse au capital journalistique – celui qui s'engage dans le jeu (Bourdieu, 1998b : 27). Si l'on accepte que la pratique du journaliste dépend de la position de la rédaction pour laquelle il travaille, il se dégage les critères de choix suivant :

- *Genre de médias* : télévision, radio, presse quotidienne, magazines, hebdomadaires, presse en ligne, agences de presse
- *Forme d'organisation* : privée, publique
- *Diffusion* : nationale, régionale, locale
- *Situation sur le marché* : monopole, concurrence (leader, position secondaire)
- *Rubriques* : politique, économie, culture, pages locales, sciences, services, divers

Comme les positions des journalistes à l'intérieur du cadre que leur organisation impose peuvent être également distinguées, ont été également considérés des composants des habitus qui se laissent observer depuis l'extérieur :

- *Caractères sociodémographiques* : sexe, âge, phase de vie
- *Relations d'emploi (statut)* : cadre, CDI, freelance

Ceci ne signifie pas que les autres composants de l'habitus qui sont cités dans l'illustration 3 « disparaissent » dans les pratiques journalistiques. Le sentiment d'épanouissement sur le plan professionnel, les perspectives d'avenir ou l'origine ne sont pas de critères de choix adéquats car ils sont difficiles à identifier. Avec la sélection entre les rédactions, entre les caractères socio-démographiques et les relations d'emploi était espéré que les autres éléments de l'habitus et la possession de capital individuel varient « d'eux-mêmes », en quelque sorte. La structure de l'échantillon (n=501) montre que cela a été effectivement le cas :

- *Sexe* : 343 hommes, 158 femmes
- *Âge* : 56 moins de 30 ans, 191 entre 30 et 39, 154 entre 40 et 49, 82 entre 50 et 59 ; 18 de 60 ans et plus
- *Statut* : 131 en position de responsabilité, 118 Freelance
- *Genre de médias* : 93 télévision (68 service public), 70 radio (55 service public), 189 presse quotidienne, 15 presse hebdomadaire, 97 presse magazine, 19 agence de presse, 18 presse en ligne
- *Rubriques* : 65 politique, 25 économie, 43 culture, 32 pages locales, 57 sport, 34 sciences, 43 services, 23 divers, 179 sans affectation particulière.
- *Formation* : 357 diplôme universitaire, 175 stages effectués dans le cadre d'un *Volontariat*², 61 écoles de journalisme

Le coup d'envoi de cette étude a été lancé dans le cadre d'un séminaire proposé au semestre de l'été 2005 au cours duquel les enquêteurs ont suivi une formation intensive et ont développé des entretiens semi-directifs. Dans ce contexte, les principaux thèmes qui devaient être abordés ont été déterminés. Les trois complexes thématiques peuvent être justifiés grâce à la théorie du champ :

- *Parcours professionnel et carrière* : habitus en tant que *opus operatum* (socialisation, situation actuelle), possession de capital individuel
- *Conditions de travail* : position de l'employeur dans le champ journalistique (capital économique et journalistique : ressources, horaires de travail, relations aux collègues), autonomie (normes rédactionnelles, liberté interne des médias, influences des annonceurs et d'autres groupes d'intérêts)

² Après des études générales en infocom, lettres ou sciences humaines, le *Volontariat* est une façon d'apprendre le métier de journaliste lors d'un « stage » (correctement) rémunéré d'un à deux ans dans une entreprise de presse, qui parfois embauche définitivement le « volontaire » à l'issue de la période. Ce mode d'entrée dans le marché du travail journalistique est courant en Allemagne [N.d.T].

- *Travail au quotidien et représentation de soi-même* : habitus en tant que *modus operandi* (activités, objectifs, spectre de l'audience, représentations de l'aura dégagée par soi-même, éthique médiatique)

Dans le cadre de cette étude, j'avais fixé comme condition préliminaire que les interlocuteurs ne se soient jamais croisés auparavant. Dans la majorité des cas, le processus de recrutement se faisait par le biais d'une demande adressée à l'équipe de rédaction. Les entretiens ont été enregistrés sur une bande magnétique. Chaque entretien a fait l'objet d'un compte rendu dans lequel des informations et caractéristiques particulières relevées au sujet de la personne interrogée ont été notées. Ce type d'informations peut s'avérer très utile lors de l'interprétation des éléments rassemblés. C'est à cette étape de l'enquête que les études qualitatives risquent le plus d'être contestées. Pour remplir le critère qualitatif « compréhension intersubjective », on a demandé aux enquêteurs d'interpréter à leur tour leurs entretiens (dans le cadre d'un mini-mémoire ou d'un devoir sur table). De plus, un système de catégories pour une analyse de contenu qualitative a été développé à l'aide des outils conceptuels bourdieusiens, ce qui, à l'instar de la théorie, délimite en grande partie un cadre d'interprétation (Meyen *et al.*, 2011) :

- *Habitus en tant qu'opus operatum* : caractères sociodémographiques, socialisation, parcours professionnelle, situation de vie (*cf.* illustration 3)
- *Position dans le champ journalistique* : employeurs (capital économique et journalistique), statut professionnel (position, salaire), horaires de travail
- *Fonctions du journalisme dans la société* : Quelles tâches incombent au journalisme d'après la personne interrogée et quelle image renvoie, d'après elle, ce métier ?
- *Représentation de soi-même* : activités, objectifs, représentations de l'aura dégagée par soi-même, image du public, éthique médiatique

Les deux dernières catégories brossent en définitive un portrait de la personne interrogée, c'est-à-dire une interprétation mise en lumière par la théorie du champ journalistique. Les deux premières catégories devraient pouvoir aider à expliquer les différences entre les personnes.

Les habitus des journalistes, la logique du scoop et l'autonomie du champ

Aujourd'hui, le journalisme n'est pas, ou plus, un métier qu'on choisit après avoir quitté d'autres activités (par exemple dans le secteur étatique ou économique) ou après avoir vécu une période sans activité professionnelle.

Beaucoup de personnes interrogées savaient très tôt ce qu'elles voulaient devenir et la plupart se sont préparées à réaliser cet objectif : par les stages ou par le *Volontariat* dans les écoles de journalisme et à l'université. Travailler comme journaliste veut dire, en règle générale, faire de son hobby un métier ou, dit de manière plus neutre, faire des reportages sur ce qui a toujours été un fort centre d'intérêt. Tout critique « aurait bien aimé aussi devenir musicien », déclare un rédacteur en chef, la trentaine, qui dirige un magazine musical.

Si Pierre Bourdieu a raison et que nous nous positionnons continuellement dans l'espace social, alors la décision de devenir journaliste doit également être le résultat de ce genre de processus de comparaison : que puis-je et que peuvent les autres qui s'intéressent au même genre de choses ? Dans quel champ social ai-je le plus de chance d'accumuler du capital ?

L'affinité pour l'objet, qu'ont déjà les journalistes en entrant dans le champ, devient au fil du temps une expertise – par le simple fait qu'ils travaillent dans un environnement professionnel précis. Un journaliste de télévision, de près de 40 ans, compare les rédacteurs avec du bon vin : « ils deviennent meilleurs avec le temps. » Des recherches sociologiques ont montré que le sentiment de satisfaction est relié à l'habitus des journalistes. Dans les entretiens, le cliché du travail de rêve a certes été utilisé avec différentes nuances, mais finalement avec toujours les mêmes arguments. Ce métier assouvit la curiosité (un besoin humain fondamental), il apporte du renouveau, de l'épanouissement personnel et de la maîtrise de soi, il est lié à l'influence et à la responsabilité de même qu'à une forme particulière de distinction – avec la possibilité de vivre régulièrement des choses qui ne sont pas données aux autres humains. Quand on sait que le journalisme n'est pas un métier hérité (peu de personnes interrogées avaient des parents qui travaillaient dans les médias), et que la majorité des journalistes allemands sont issus des couches moyennes (Weischenberg, Malik, Scholl, 2006 : 69), alors il devient clair que le choix de cette profession est lié à une ascension sociale : on ne gagne (en général) pas plus d'argent que ses parents mais on atteint une position qui procure attention et considération dans l'espace social.

L'habitus journalistique suppose d'avoir toujours le sentiment d'être en service. « Même quand on dort, on est journaliste », dit un rédacteur local. Beaucoup de personnes interviewées ont l'obligation de faire des reportages le soir ou le week-end, et recherchent en permanence des sujets et des idées. Une rédactrice du *Bild*, 30 ans, explique que le journalisme « n'est pas un métier » mais « une raison de vivre ». Cet état d'esprit marque aussi le travail au quotidien. Ce qu'on dit souvent en Allemagne des aubergistes vaut ici sans réserve : le meilleur client du journaliste est le journaliste. Tous les interlocuteurs ont rapporté qu'ils surveillaient de près la concurrence – pour trouver

des idées, pour contrôler son propre travail et légitimer ses choix éditoriaux, pour rechercher, pour apprendre et pour identifier sa propre position dans le champ journalistique. On peut, comme Pierre Bourdieu (1998a : 34), en déplorer les conséquences pour les contenus médiatiques, mais on peut aussi en dégager une interprétation positive : il s'est constitué dans le champ journalistique un mécanisme d'autocontrôle. Chaque acteur est observé sans répit par ses collègues et corrigé en cas de doute. Pour Pierre Bourdieu, l'essentiel, ce qui concerne véritablement le champ journalistique, est le caractère hautement périssable des nouvelles (*ibid.* : 105 ; 109). Le poids croissant de la logique économique dans les médias, leur numérisation et l'élargissement de l'offre médiatique qui leur est liée ont considérablement renforcé la compétition pour ce produit. « La nouvelle exclusive, le scoop, a aujourd'hui beaucoup plus de poids », explique un rédacteur politique, dans la cinquantaine, qui travaille dans un quotidien suprarégional³. En aucun cas, cela ne vaut seulement pour les sujets « sérieux » mais aussi pour le sport ou la presse à sensation. Un journaliste de football, approchant la cinquantaine, raconte qu'un reporter qui rapporte une information exclusive n'en est pas mieux payé pour autant mais que cela n'est rien d'autre pour lui qu'une « brèche pour un attaquant ».

La lutte pour la nouvelle exclusive ne peut être gagnée que si le journaliste occupe une position de pouvoir dans le champ. Un scoop représente ou bien du temps d'enquête (et donc du capital économique) ou bien du capital journalistique, surtout des contacts (capital social) et de la réputation (capital symbolique), mais aussi des capacités d'investigation (capital culturel). Un journaliste de télévision, près de la soixantaine, explique que les informateurs « se manifestent seulement quand on a une solide réputation ». La plupart des correspondants berlinois interrogés ont fait état de contacts téléphoniques permanents avec les bureaux des partis politiques et les ministères. Un journaliste parlementaire, la quarantaine, estime que cela fait partie de « l'activité normale » que des « personnalités politiques appellent et disent, "écoute donc, j'ai un papier pour toi" ». Quand il s'agit d'un sujet brûlant (parce que cela concerne beaucoup de monde, parce que c'est étonnant ou scandaleux), la logique du champ ne laisse guère de choix aux acteurs. « Si l'on balance quelque chose comme ça à la corbeille », explique un rédacteur d'un hebdomadaire, la quarantaine, « alors la concurrence le récupère ».

³ La presse de référence allemande n'est pas centralisée dans la capitale. Plusieurs titres régionaux (comme le *Frankfurter Allgemeine Zeitung* ou le *Süddeutsche Zeitung* de Munich) ont une portée nationale, d'où le terme d'*überregional* [N.d.T].

Pour situer une position dans le champ journalistique, il existe un indicateur clair : le temps qui est alloué à l'enquête. On trouve dans beaucoup de transcriptions d'entretien des comparaisons similaires, surtout de la part des journalistes qui travaillent en haut de la hiérarchie. « J'aime simplement sortir et enquêter », explique une journaliste de radio qui travaille pour une station de service public. « Dans une radio privée, tu n'as pas le temps pour cela ». Un chef de rubrique sportive dans un petit journal bavarois, proche de la cinquantaine, dit presque en s'excusant qu'il n'a guère « les moyens financiers » de fournir un « travail personnel » comme à la *Süddeutsche Zeitung*, qui a été décrit par presque tous les interlocuteurs comme un « produit haut de gamme ». Les hebdomadaires *Der Spiegel*, *Focus* et *Stern* se démarquent encore clairement des journaux suprarégionaux. Un rédacteur du *Stern*, environ 40 ans, peut se consacrer durant un mois à la rédaction d'un article, sans avoir la garantie que son texte soit finalement publié. De même, dans les hebdomadaires *Spiegel* et *Focus*, il y a « chaque semaine une offre surabondante de reportages » (rédacteur en chef, tout juste la quarantaine). Même un reporter du *Bild*, qui au regard des critères de recherche d'exclusivité et de temps d'enquête a une position sans aucun doute dominante dans le champ, « voudrait écrire pour le *Spiegel* ». Pourquoi ? – « Parce que c'est l'Olympe du journalisme ». Plus on s'éloigne du pôle dominant (c'est-à-dire des hebdomadaires d'actualité et des journaux suprarégionaux vers les journaux locaux et les stations de radios régionales), plus on trouve de journalistes qui n'ont aucune marge de manœuvre pour enquêter et produire leurs propres reportages. Si « l'Olympe du journalisme » n'était pas déjà occupé par le *Spiegel*, on pourrait aussi employer cette expression pour d'autres types de médias ou dans différents sous-champs – pour le *Spiegel Online* par exemple (« qui a une fonction de *gatekeeper* tout à fait effrayante », selon un chef de rubrique du *Financial Times Deutschland*), pour la *dpa* dans le domaine des agences de presse, pour la télévision dans le domaine des ondes, ici aussi de nouveau pour les entreprises de service public, ou pour les offres qui disposent de larges ressources. Un rédacteur du *Tagesschau* explique qu'il n'a, en tant que journaliste de télévision, « aucun objectif à atteindre. [II] travaille chez le leader du marché. [II peut] seulement encore monter dans la hiérarchie de la boîte ».

C'est au pôle dominant du champ que se trouve la plus grande possibilité de se soustraire à la logique économique et à l'influence de l'audience. Ailleurs, les lecteurs, auditeurs et téléspectateurs déterminent directement ou indirectement ce qui doit être rapporté et comment. Le moteur de cette « dictature de l'audience » est la rentabilisation et la numérisation. Certes, beaucoup des personnes interrogées déclarent avoir une idée précise de leur public,

mais c'est dans les médias en ligne que les désirs de l'audience ont une importance si évidente. Une chef de service, 30 ans, appelle le nombre de clics un « taux d'audience en temps réel ». Celui-ci n'est manifestement pas perçu comme une contrainte mais comme un challenge. « Ce peut être incroyablement satisfaisant de voir qu'un article marche », explique un rédacteur politique, la trentaine, qui « informe d'abord une clientèle ». Au temps de l'audience en temps réel, quel journaliste pourrait (ou voudrait) produire des textes, des images ou des sons pour lesquels il n'y a pas de besoin ? Le degré d'influence des désirs des usagers sur les contenus rédactionnels dépend de plusieurs facteurs :

- dans l'audiovisuel, du statut de l'entreprise (publique vs. privée) et de la taille du groupe cible (marché de masse ou stratégie de créneau),
- pour tous les types de médias, de la position sur le marché publicitaire et du capital économique qui est à disposition, car ces deux facteurs déterminent combien d'argent une entreprise médiatique investit dans les études d'audience,
- dans la presse, du mode de diffusion (abonnement vs. vente au numéro) et
- pour tous les médias, de la signification des sujets ou des thèmes traités dans le champ journalistique et dans l'espace social en général.

Les rédacteurs qui travaillent dans les rubriques « service » s'orientent ainsi bien plus fortement en fonction des souhaits (supposés) des lecteurs que leurs collègues des services politique, économie et culture. Cependant, le matériel recueilli en entretien permet en même temps de supposer que, pour chaque thème et pour chaque moyen de diffusion, il existe des médias qui s'affranchissent de la dictature de l'audience et qui, justement pour cette raison, trouvent un public (limité). À part cela, l'indépendance vis-à-vis de l'audience est d'autant plus forte là où de toute façon réside le pouvoir dans le champ : les magazines d'actualité, les quotidiens suprarégionaux, les hebdomadaires à portée nationale d'information et avec un traitement privilégié de la politique, de l'économie ou de la culture. Dans ces entreprises médiatiques, on peut non seulement échapper à la dictature de l'audience mais aussi à la pression du marché publicitaire. L'utilisation d'une offre appropriée promet la distinction aussi bien au public qu'aux annonceurs. Une publicité dans le *Spiegel* ne peut pas être remplacée par une page de *Playboy*. Plus le choix est important pour les deux clients (publics et annonceurs) sur chaque marché, plus la pression sur les journalistes est forte : ils ne peuvent plus suivre la logique de leur champ mais doivent se conformer à des désirs extérieurs.

Illustration 4 : Les journalistes en Allemagne – une typologie



Typologie des journalistes en Allemagne

L'illustration qui est présentée dans cette partie a deux objectifs : clarifier les différences entre les journalistes interrogés et expliquer ces différences. Cette typologie repose sur deux indicateurs :

- *Orientation par rapport à l'audience* : Dans quelle mesure un journaliste se sent-il obligé de répondre aux désirs de l'audience ? Alors qu'il est pour certains totalement indifférent de savoir qui regarde, écoute ou lit leurs reportages, d'autres servent une « clientèle ».
- *Représentation des effets des médias* : On a également trouvé dans les transcriptions des entretiens des indicateurs clairs pour ce critère. Ceux qui, par exemple, ont parlé « d'effet nul » (animateur de télévision, début de la cinquantaine), ont été placés dans notre typologie dans la partie inférieure (faible effet des médias). De l'autre côté du spectre, on trouve des collègues qui « sauvent l'Occident » (responsable des pages culturelles, milieu de la cinquantaine) ou qui veulent pour le moins « bousculer » les politiques (rédacteur politique en ligne, d'une trentaine d'années).

À l'aide de ces deux critères, on a pu distinguer huit types de journalistes. Les positions de ces types dans l'illustration 4 doivent être juste considérées comme des « supports visuels ». L'illustration ne peut pas donner des

indications quantitatives (combien de journalistes appartiennent à chaque type). La typologie s'appuie sur un procédé qualitatif qui a certes l'ambition d'autoriser les généralisations et de couvrir toutes les variantes, mais qui n'est pas représentatif.

Les prestataires de services [Dienstleister]

Les « prestataires de services » croient savoir ce que leur lecteur, auditeur ou téléspectateur attendent et travaillent à satisfaire ces désirs de manière optimale. À cette représentation correspond une image positive du public, une distance aux objets, le renoncement à toute haute mission et une grande modestie. « C'est mon job de rester assis ici 8 ou 9 heures par jour et de me tenir informé des événements du monde » explique un rédacteur, la quarantaine d'années. « C'est le genre de choses que personne d'autre ne peut se permettre ». Pour ce type, ce qui est le « bon journalisme » va presque de soi : « annoncer les événements du monde, ce que chacun doit savoir, ce dont il a besoin pour forger son opinion » (rédacteur en chef d'une radio, proche de la cinquantaine d'années). Bien que les prestataires de service croient au « citoyen majeur et responsable », ils sont d'accord pour proposer des sujets, créer de l'attention et pour cela avoir des responsabilités. « Les choses doivent être vraies », explique un journaliste d'agence. Le matériel recueilli par la recherche ne laisse aucun doute sur le fait que cette conception du métier domine dans les rédactions allemandes. Le prestataire de service travaille surtout dans la presse régionale sur abonnement (dans les rubriques locales, informations générales et sport), pour les médias audiovisuels publics, pour la presse économique et pour les agences de presse – dans des rédactions qui sont relativement autonomes par rapport aux annonceurs, aux relations publiques et à l'audience. Beaucoup de journalistes « chevronnés » appartiennent au type « prestataire de service » : des individus de quarante ans et plus, vivant en couple et souvent avec des enfants, des individus qui ont choisi de vivre dans un lieu précis et qui voient le journalisme d'abord comme un « job ». Les (quelques) jeunes journalistes interrogés qui relèvent de ce type étaient généralement des pigistes de rédactions locales ou de radio et pour cela étaient déjà engagés dans le mode de la « prestation de service ».

Les gardiens [Wächter]

Cette appellation sonne de manière un peu extravagante et militaire, les alternatives n'approchant qu'imparfaitement la représentation de ces journalistes. Les « gardiens » sont la version moderne des « missionnaires » de Renate Köcher (1986). Ils travaillent pour des quotidiens ou des médias en ligne (dans les rubriques locales et sportives, parfois aussi en politique

et économie), sont un peu plus âgés et ont des responsabilités. Cette position explique pourquoi l'information est également primordiale pour cette catégorie. Les « gardiens » considèrent leur métier de façon plus active que les « prestataires de service » et ne s'orientent pas toujours selon les désirs de l'audience. Ils veulent critiquer, contrôler, expliquer et, de cette manière, faire bouger les choses (surtout dans la tête des gens). Une rédactrice économique, la trentaine d'années, a déclaré qu'elle ne connaissait que « partiellement » les études de doctorat. Mais cela n'avait rien de tragique : « Je crois qu'un journal doit aussi donner une impulsion ». Son chef se considérait même comme un « gardien de l'économie de marché libre ». Cette idée ne peut fonctionner que « s'il y a de la transparence » et que si les puissants sont étroitement surveillés. De nombreux « gardiens » ont grandi avec un projet professionnel qui révèle une aspiration à avoir de l'influence. Pour une rédactrice du *taz*, il fallait de toute façon « être de gauche » (« défenseure des droits humains ou quelque chose comme ça »). D'autres voulaient « devenir Chancelier » (« permettre un peu plus de justice », chef de service d'un portail internet, approchant la quarantaine d'années) ou au moins une personnalité politique. Ces individus ont trouvé avec le journalisme un métier par lequel ils peuvent avoir leur mot à dire. Il y a cependant une différence avec les « missionnaires » des années 1970 et 1980 : les « gardiens » n'ont pas d'intérêts particuliers pour les partis politiques, et ils sont rares dans les médias audiovisuels de service public – certainement aussi parce que leur image de soi suppose un contrat de travail solide (ce qui est aujourd'hui, dans ce secteur, de plus en plus rarement le cas) et un domaine thématique où il y a réellement quelque chose à surveiller et à faire bouger.

Les enseignants [Lehrer]

Les « enseignants » viennent en renfort pour épauler les « gardiens » : ils travaillent dans les pages culturelles et dans les émissions de reportage télévisé, dans le journalisme scientifique ou les radios culturelles et donc dans les domaines où il ne s'agit pas de critiquer et de contrôler, mais où il est plutôt question de transmission et d'éducation. Plusieurs « enseignants » se voient expressément dans le rôle de « pont », de médiateur – entre d'une part les scientifiques ou les artistes et d'autre part les gens ordinaires qui n'auraient jamais entendu parler de beaucoup de ces choses (précieuses) sans les médias. « Un bon article culturel doit informer d'un événement dans ce domaine, indépendamment du fait qu'il intéresse les lecteurs », explique un chef de service, la cinquantaine. « On doit observer ce qu'il se passe dans le monde culturel. En plus, le devoir de transmission orale s'inscrit dans une tradition qui existe de longue date. Nous devons empêcher que les choses tombent

dans l'oubli. » Comme « les prestataires de service » et les « gardiens », les « enseignants » sont un peu plus âgés que la moyenne. Pour certains, les fondements de leur représentation d'eux-mêmes ont déjà germé durant leurs études (comme pour ce rédacteur de magazine, qui a étudié la pédagogie sociale ou encore ce journaliste d'un quotidien qui se considère comme un journaliste « qui a raté sa vocation d'enseignant »). Qu'ils puissent vivre cette vocation dans le journalisme a quelque chose à voir avec leur environnement : on trouve des « enseignants » dans les entreprises médiatiques qui n'ont pas pour objectif la maximisation des gains mais qui recherchent le capital symbolique.

Les détectives [Detektive]

Ce type concerne le journalisme d'investigation et il constitue plutôt une exception dans le paysage médiatique allemand. Les « détectives » travaillent dans le pôle dominant du champ – surtout pour le *Spiegel*, *Focus* et *Stern* comme pour les magazines télévisés du service public, plus rarement pour la presse économique et la presse quotidienne suprarégionale ou parfois encore de façon sporadique pour la presse régionale. « À strictement parler, personne ne me paye pour que je découvre des saloperies, je fais cela la nuit ou durant mes vacances », explique un rédacteur d'un quotidien qui a été distingué par le prix Wächter de la presse⁴. L'exemple de cet homme montre que des caractéristiques personnelles sont nécessaires, comme une forte volonté d'ascension sociale et un brin d'obsession, pour devenir un « détective », sans bénéficier de la force de frappe financière d'un magazine d'actualité ou de la « cuirasse » de l'ARD (journaliste économique, la trentaine). Ce n'est certainement pas seulement les hasards de la sélection de l'échantillon qui expliquent que ce type est exclusivement composé d'hommes. Sans vouloir ouvrir ici un nouveau front de la guerre des sexes : les « détectives » se décrivent comme des « égoïstes forcenés », des « chiens de combat » et des « poursuivants » et parlent de « coup de pied », d'« aventure », de « frissons » aussi bien que d'« expéditions », de « chasses » et de « trucider ». De tels entretiens sont-ils concevables avec des femmes ? Les « détectives » ont le privilège de pouvoir travailler très longtemps sur un sujet. Le profil de ce type de journalisme suppose l'entretien de contacts, l'enquête et la faculté de « mener les gens à faire des témoignages qui puissent les mettre à nu » (journaliste de télévision), mais aussi le simple fait d'être là, quand quelqu'un veut divulguer une information explosive dans l'espace public – parce que le journaliste

⁴ Ce prix récompense des journalistes qui dénoncent, au nom des droits du citoyen, des dysfonctionnements bureaucratiques ou des abus de la part d'autres groupes de pouvoir.

comme personne ou sa rédaction ont la réputation d'être la bonne adresse pour cela. Le journaliste de télévision explique que les « informateurs » se manifestent d'eux-mêmes et un journaliste de magazine, la quarantaine, se décrit comme « une personne étant en permanence à l'affût pour inciter les autres à divulguer des fuites ». L'illustration 4 montre que le critère de l'audience ne signifie pas grand-chose pour le « détective ». Leur satisfaction est retirée de l'exclusivité et du sentiment de puissance qui est lié à leur travail.

Les lobbyistes [Lobbyisten]

Les « lobbyistes » aiment l'objet sur lequel ils font des reportages, ils veulent transmettre leur propre enthousiasme au public et ainsi finalement renforcer l'importance que l'objet de leur désir a dans la société. Comme les « enseignants », ce type travaille dans les rubriques « froides » (pas dans l'actualité, la politique ou l'économie) et il est le plus souvent marqué par les sciences humaines. Plusieurs « lobbyistes » se sont même décrits comme des « missionnaires » (comme ce rédacteur en chef de magazine spécialisé, la trentaine d'années, qui veut transmettre à ses lecteurs un « sentiment » pour la musique pop et qui met en avant les groupes qu'il aime). Ce que le public désire est, pour ce type, de second ordre. Il est de son devoir « de transmettre quelque chose de beau, d'important et de valeur », explique une rédactrice musicale, tout juste 40 ans, qui travaille pour une radio culturelle publique : « Cela m'est égal que beaucoup ou peu de monde écoute ».

Les artistes [Künstler]

Si l'on cherchait une appellation avec une connotation négative, on pourrait appeler aussi ce type « tenant de l'épanouissement personnel » ou « égoïste ». Les « artistes » ne s'intéressent pas au public mais produisent seulement ce dont ils auraient besoin s'ils étaient de l'autre côté. « Nous faisons finalement en fonction de nous-mêmes », dit une chef de rubrique, la cinquantaine d'années, qui travaille pour un magazine mensuel. « Nous n'avons pas de groupe cible auquel nous nous adressons ». Cette femme (docteure en philosophie) écrit « en plus » des romans, réalise des films, assure des cours à l'université. La plupart des personnes interrogées qui appartiennent à ce type connaissent de tels échanges de rôle entre le journalisme, l'art et les domaines du savoir. Les « artistes » travaillent en règle générale dans le secteur culturel, sont souvent encore très jeunes (presque la moitié à moins de 30 ans), ont des emplois de rédacteurs ou (encore plus souvent) de « pigistes permanents » et « pas d'agenda politique » (journaliste web, bientôt 40 ans). Ces journalistes

donnent une ambition artistique à leur production personnelle. En dehors de la culture, on peut vraisemblablement trouver ce type dans le sport télévisé.

Les vendeurs [Verkäufer]

Dans l'illustration 4, il existe tout un monde entre les « artistes » et ce type de journalistes. Les « vendeurs » ont assimilé comme les « détectives » la logique du champ journalistique. Mais les nouvelles exclusives sont pour ce type seulement le moyen d'atteindre une fin. Les « vendeurs » voient leur public comme une clientèle, qui a « toujours raison » (rédacteur d'un magazine *people*, bientôt 40 ans) et ont pour principale préoccupation de placer leur produit le mieux possible sur le marché. Les valeurs centrales de conduite sont ici le tirage et la portée des émissions, les taux d'audiences et le nombre de clic. Quand il arrive à bien vendre une feuille à sensation, il devient intéressant pour effectuer d'autres tâches, dit un chef de service, la trentaine. « Personne ne veut faire du mauvais boulot. Personne ne veut avoir de mauvais chiffre et finalement se retrouver à la rue ». À part quelques exceptions, les « vendeurs » sont célibataires et masculins, ont interrompu leurs études ou n'ont même pas étudié. Les « vendeurs » se rencontrent surtout dans les marchés particulièrement disputés (*people*, internet, magazine). Il est important de noter que les « vendeurs » interprètent généreusement les normes éthiques et renoncent, à quelques détails près, à toute neutralité. Cela ne veut pas dire pour autant qu'ils prônent un « journalisme d'opinion ». La politique de parti est rarement compatible avec le succès économique. Si cette catégorie de journaliste défendait une idéologie, ce serait celle de la maximisation de l'audience.

Les promoteurs [Promoter]

Ce type arrive en fin d'énumération car sa conception du métier est difficilement saisissable avec les concepts normatifs du journalisme. Les « promoteurs » ne sont pas seulement au service de leur public mais aussi (et même surtout) au service des annonceurs. Ils laissent tomber tout ce qui peut nuire à leurs affaires et planifient les sujets de concert avec leurs partenaires publicitaires ou réfléchissent à qui pourrait passer une annonce dans le cadre d'un article précis. « Des reportages entiers sont parfois inventés pour citer un annonceur ou montrer le produit », déclare une rédactrice de magazine, bientôt la trentaine d'années.

Les « promoteurs » sont très éloignés du pôle dominant du champ journalistique. Ils travaillent pour des radios commerciales ou des chaînes thématiques à la télévision (sport, musique), pour les pages suppléments (voyages, manifestations diverses), pour les médias en ligne et les magazines spécialisés

grand public (voyage, auto, sport, féminins). Les « promoteurs » sont jeunes (beaucoup n'ont pas encore 30 ans), en général célibataires et sans enfant, sont entrés directement dans le métier après l'école (certains après le détour du sport de compétition) ou après une interruption d'études. Ils ont acquis leurs aptitudes journalistiques là où ils travaillent aujourd'hui. Un chef de service sportif de télévision explique qu'« il aurait pu aussi faire du marketing sportif » après sa carrière au niveau national. La différence avec le journalisme n'est ici pas bien grande.

En guise de résumé : Structure du champ et facteurs d'influence

Cette typologie devait répondre à la question suivante : de quoi dépend l'image de soi d'un journaliste ? Première réponse : du public. Les « prestataires de service » comme les « vendeurs » et les « promoteurs », qui s'adressent à des cibles et soumettent les décisions journalistiques à la demande, sont concernés, mais aussi (avec moins de contraintes) les « enseignants », les « gardiens » et les « lobbyistes », qui ont d'abord un devoir d'information puis un devoir d'éducation, de critique ou de publicité. Seuls le « détective » et « l'artiste » sont indifférents à ce que veulent les lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs – deux types qui sont en petite minorité dans les rédactions allemandes.

Ces deux catégories permettent d'avancer la deuxième réponse : la façon dont les journalistes travaillent (ou peuvent travailler) dépend tout autant de leur rubrique que de la position que la rédaction ou l'entreprise médiatique occupent dans le champ journalistique. Ces deux facteurs sont étroitement liés, parce qu'il existe dans le champ une (invisible) hiérarchie des thématiques. Les « artistes » travaillent comme les « lobbyistes », « enseignants », « promoteurs » et certains « prestataires de service » dans des domaines (culture, sport, science, mode, *lifestyle*) qui ont dans le champ journalistique et l'espace social peu de capital symbolique, parce qu'ils ne sont pas essentiels, au contraire de l'économie et de la politique (qui peuvent aussi se dérouler au niveau local). Le fait qu'un journaliste se considère comme un « prestataire de service » ou comme un « gardien » a, en général, beaucoup à voir avec les conditions de travail. Le journalisme d'investigation, que les « détectives » et certains des « vendeurs » prêchent et pratiquent, suppose du capital journalistique (temps, argent et forte motivation du personnel). Tous se trouvent au pôle dominant du champ – dans les hebdomadaires d'information générale, au *Bild-Zeitung*, dans les magazines politiques et économiques de la télévision publique, moins souvent dans les quotidiens suprarégionaux ou dans les magazines économiques, et plus rarement dans les journaux locaux.

Tous les autres facteurs d'influence, qui peuvent être déduits de cette typologie, relèvent de la rubrique et de la position dans le champ, et doivent être considérés conjointement. Pour illustrer cela, prenons l'exemple des indicateurs individuels :

- *Aspiration socioprofessionnelle* : un jeune homme désireux d'ascension sociale et aspirant au succès ne doit pas se contenter d'un emploi dans une rubrique voyage ou un journal d'annonce mais doit trouver une place avec le plus de capital symbolique possible.
- *Marché* : quand un « vendeur » travaille dans un marché sans concurrence, cela lui procure une sécurité qui peut lui permettre de se rapprocher du « prestataire de service ».
- *Statut* : les pigistes s'orientent surtout selon les désirs de leurs commanditaires et ne peuvent ainsi pas être des « détectives » ou des « gardiens », parce qu'il leur manque des ressources et des possibilités de décider par eux-mêmes ce qui doit être publié et comment.

On retrouve dans cette typologie l'hypothèse de Pierre Bourdieu sur les relations entre l'histoire de vie (l'habitus comme *opus operatum*), la possession de capital et le travail journalistique (habitus comme *modus operandi*), hypothèse que la recherche de terrain explicite.

Dans la mesure où la théorie de l'habitus et du capital a déterminé aussi bien la sélection des personnes interrogées que les entretiens et leur exploitation, il n'est pas possible d'obtenir davantage de résultats allant au-delà de cette théorie. Pourtant, la forte relation entre les dispositions et le statut est remarquable, tout comme l'influence de ces variables sur la trajectoire professionnelle :

- *Position dans le cycle de vie et sexe* : les personnes jeunes (comme les « artistes ») ou de sexe masculin (comme tous les « détectives » et la plupart des « vendeurs ») aspirent plus fortement au succès professionnel que leurs collègues plus âgés ou les femmes.
- *Situation de vie* : les « prestataires de service » et les « gardiens » ont trouvé leur place dans la société et développent pour cela peut-être une vision pragmatique du journalisme.
- *Désir d'ascension sociale* : les (jeunes) « promoteurs » ont atteint une position supérieure à ce que leur origine ou leur éducation pouvaient leur promettre. En revanche, les « gardiens » et les « enseignants » ont déjà poursuivi très tôt leur objectif, qu'ils cherchent à appliquer désormais par le (détour du) journalisme.

Cette typologie peut faire ressortir les différences entre journalistes qui sont actuellement actifs dans le champ, elle déplace le regard sur les facteurs qui ont mené au fait qu'aujourd'hui les « prestataires de service » décident de ce qui doit être traité par les médias allemands et que les « missionnaires » eux-mêmes (par ailleurs relativement peu nombreux) ne sont plus aujourd'hui ce qu'ils s'étaient promis d'être il y a une trentaine d'années. La logique économique, la numérisation et les besoins de communication qui constituent une société de service différenciée de manière fortement fonctionnelle, ont transformé le paysage médiatique : ils ont poussé l'engagement politique et l'idéologie à la marge (quand ils n'ont pas été supplantés) et ont placé les désirs de l'audience au centre du champ.

Références

- Averbeck S., 2003, « Pierre Bourdieu und die Journalismusforschung in Frankreich. Vorbemerkungen zum Aufsatz von Gilles Bastin », *Publizistik*, 48, pp. 253-257.
- Bastin G., 2003, « Ein Objekt, das sich verweigert : Der Journalismus in der Soziologie Pierre Bourdieus », *Publizistik*, 48, pp. 258-273.
- Benson R., Neveu E., 2005, éd., *Bourdieu and the journalistic field*, Cambridge, Polity Press.
- Bourdieu P., 1987, *Die feinen Unterschiede*, trad. du français par B. Schwibs et A. Russer, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- 1998a, *Über das Fernsehen*, trad. du français par A. Russer, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- 1998b, *Vom Gebrauch der Wissenschaft*, trad. du français par S. Egger, Konstanz, UVK.
- 1999, *Die Regeln der Kunst*, trad. du français par B. Schwibs et A. Russer, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- Görke A., Scholl A., 2006, « Niklas Luhmann's Theory of Social Systems and Journalism Research », *Journalism Studies*, 7, pp. 644-655.
- Hanitzsch T., 2007, « Die Struktur des journalistischen Feldes », pp. 239-260, in : Altmppen K.-D., Hanitzsch T., Schlüter C., eds., *Journalismustheorie : Next Generation*, Wiesbaden, VS Verlag.

- 2011, « Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators: Professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries », *International Communication Gazette*, 73, pp. 477-494.
- Joas H., Knöbl W., 2004, *Sozialtheorie*, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- Köcher R., 1986, « Bloodhounds or Missionaries : Role Definitions of German and British Journalists », *European Journal of Communication*, 1, pp. 43-64.
- Löffelholz M., 2004, Hrsg., *Theorien des Journalismus*, Wiesbaden, VS Verlag.
- Meyen M., Löblich M., 2006, *Klassiker der Kommunikationswissenschaft*, Konstanz, UVK.
- Meyen M. et al., 2011, *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft*, Wiesbaden, VS Verlag.
- Meyen M., Riesmeyer C., 2009, *Diktatur des Publikums. Journalisten in Deutschland*, Konstanz, UVK.
- 2012, « Service Providers, Sentinels, and Traders. Journalists' role perceptions in the early twenty-first century », *Journalism Studies*, 13, 3.
- Nassehi A., Nollmann G., 2004, éd., *Bourdieu und Luhmann*, Frankfurt/Main, Suhrkamp.
- Raabe J., 2003, « Die Soziologie Pierre Bourdieus und die Journalismusforschung : Auftakt oder Abgesang ? », *Publizistik*, 48, pp. 470-474.
- 2005, *Die Beobachtung journalistischer Akteure*, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.
- Schäfer S., 2004, « Journalismus als soziales Feld », pp. 321-334, in : Löffelholz M., éd., *Theorien des Journalismus*, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.
- 2007, *Die Welt in 15 Minuten*, Konstanz, UVK.
- Scholl A., 2002, éd., *Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft*, Konstanz, UVK.
- Scheu A., 2012, *Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft*, Köln, Halem.
- Schwer K., 2005, « “Typisch deutsch ?” Zur zögerlichen Rezeption der Cultural Studies in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft », *Schriftenserver Münchner Beiträge zur Kommunikationswissenschaft*. <http://epub.ub.uni-muenchen.de/521/> [01.10.2013].

- Weischenberg S., Malik M., Scholl A., 2006, *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*, Konstanz, UVK.
- Wendelin M., 2008, « Systemtheorie als Innovation in der Kommunikationswissenschaft », *Communicatio Socialis*, 41, pp. 341-359.

Acteurs ou témoins ? Le récit des affaires politiques dans la presse française et allemande

Les affaires et scandales politiques sont un domaine dans lequel la France et l'Allemagne diffèrent, tant dans l'issue de ces scandales que dans leur traitement médiatique. Analyser ce dernier de manière contrastive permet de comparer les représentations respectives du rôle social des journalistes (en particulier face aux politiques) qui sous-tendent les pratiques journalistiques.

On se penchera ici sur les affaires Wulff en Allemagne et Woerth-Bettencourt (ainsi que l'affaire des « fadettes », ramification de l'affaire Bettencourt) en France, qui ont des caractéristiques communes : affaires à tiroirs, elles ont impliqué des politiques au plus haut niveau de l'État et ont mené à court ou long terme à des démissions ; elles ont aussi impliqué les médias et ont mené à ce que soit abordée la question de la liberté de la presse¹.

L'affaire Woerth-Bettencourt débute avec des enregistrements clandestins publiés en juin 2010 par Mediapart, qui révèlent des liens entre la milliardaire Liliane Bettencourt et Éric Woerth, trésorier de l'UMP, ministre du Travail et ancien ministre du Budget, ainsi que sa femme qui gère la fortune de Liliane Bettencourt au sein d'une société ayant organisé l'évasion fiscale de cette dernière. En juillet 2010, l'ex-comptable de Liliane Bettencourt affirme que celle-ci a financé la campagne de Nicolas Sarkozy par des dons en liquide à Éric Woerth. Celui-ci quitte ses fonctions de trésorier en juillet puis ses fonctions de ministre en novembre 2010. On inclut aussi dans cette affaire celle des « fadettes », l'espionnage des communications téléphoniques de journalistes du *Monde* par la DCRI afin d'identifier la source des informations parues dans le journal à propos de l'affaire Bettencourt.

L'affaire Wulff débute pour sa part avec un article de *Bild* du 13 décembre 2011, qui révèle que Christian Wulff, président de la République fédérale et ancien ministre-président de Basse-Saxe, a bénéficié pour acheter son domicile d'un prêt d'un ami entrepreneur, à un taux dérisoire, ce qu'il avait nié devant le parlement de Basse-Saxe en février 2010. La

¹ Cet article reprend certains passages de Robert (2012a).

presse allemande dévoile ensuite toute une série de largesses de différents entrepreneurs dont aurait bénéficié Christian Wulff, en particulier en période de campagne électorale. L'affaire prend un tour nouveau lorsque des journaux révèlent le 1^{er} janvier 2012 que Christian Wulff a le 12 décembre 2011 laissé un message sur le répondeur du rédacteur en chef de *Bild* pour le menacer au cas où l'article le mettant en cause serait publié. Après une accumulation de révélations auxquelles Christian Wulff ne répond que de façon confuse, il démissionne le 17 février 2012 après que le procureur de Hanovre a demandé la levée de son immunité afin que soit ouverte une enquête judiciaire.

L'espace des possibles narratifs : méthodologie et corpus

On s'intéressera ici à la mise en discours de ces affaires dans la presse et à leur constitution en récits à épisodes. Si le discours de presse peut être considéré d'une manière générale comme une mise en récit et en intrigue (Lits, 1997 : 45), il se distingue du récit « classique » par le fait qu'il s'agit d'un macro-texte constitué par l'ensemble des textes journalistiques portant sur tel ou tel sujet, ici sur une affaire précise. Françoise Revaz (2008) définit comme des « feuilletons » ces récits sérialisés, caractérisés à la fois par leur « unité (trans)textuelle », la « pluralité des voix narratives » et par le fait qu'ils peuvent « réunir de nombreux articles, aussi bien des informations [...] que des commentaires » (Revaz, Pahud, Baroni, 2009 : 47). Ce discours répond bien à une définition minimale du récit, créant une causalité entre un avant et un après, un nœud et un dénouement, une complication et une résolution. Cependant, l'« après » n'est pas connu à l'avance, et les « feuilletons » ont, contrairement au récit classique, une issue ouverte : ils sont des « récits émergents » en cela qu'ils ne sont pas rétrospectifs et s'écrivent en même temps que les événements et « dans l'ignorance de leur fin » (Arquembourg, 2011 : 42-43). Pour autant, « les journalistes compensent souvent l'absence de fin connue d'avance par des hypothèses, des anticipations et diverses formes de projection dans l'avenir » (Arquembourg, 2005 : 43). Le récit journalistique anticipe des dénouements possibles des affaires, souvent explorés alternativement ; à d'autres occasions, il pointe au contraire vers un seul dénouement présenté comme inéluctable, comme la seule issue possible au récit.

Examiner l'absence ou la présence dans les textes d'une issue annoncée ou prescrite, permet de distinguer différentes cultures journalistiques et politiques et les grands récits qui les structurent. Les issues envisagées, l'horizon d'attente, bref le modèle narratif, la manière dont s'écrit (le récit d')une affaire différent selon ce que l'on peut considérer comme des communautés narratives, qui se caractérisent par un déroulement archétypique des affaires

et des scandales. Une approche narratologique du discours de presse peut ainsi mener à identifier plus précisément les « cadres narratifs préférentiels », l'« espace de possibles narratif » (Neveu, 2009 : 72) caractéristiques de chaque culture journalistique. L'approche narratologique complète utilement l'approche de l'analyse du discours en permettant de décrire et d'intégrer la dimension dynamique et prospective, voire prescriptive, du discours de presse. Elle permet ainsi de « désenfourer les récits médiatiques » (Marion, 1997 : 68-69) qui constituent les identités collectives et les « communautés narratives » que sont les cultures, qui « se distinguent les unes des autres précisément en ce qui concerne leur réservoir narratif » (Müller-Funk, 2002 : 15), par la manière dont elles (se) racontent. Il s'agira « de saisir la dialectique de la constitution et de la sédimentation d'identités narratives, communautaires et professionnelles, au travers des pratiques et des formes narratives » (Grevisse, 1997 : 143).

Le propos n'est pas ici d'expliquer pourquoi les scandales politiques mènent plus fréquemment à des démissions en Allemagne qu'en France, mais d'analyser si et comment, par leur mise en discours de ces affaires, les journalistes présentent ces démissions comme nécessaires, contribuant ainsi à ce qu'elles adviennent. On ne tranchera pas non plus la question de savoir si les journalistes ont une légitimité ou non à écrire ainsi la fin de l'histoire. Il ne s'agira pas davantage d'étudier le métadiscours des journalistes sur leurs pratiques et leur fonction sociale tel qu'il peut s'exprimer lors d'entretiens avec des chercheurs², mais bien d'analyser et de décrire les représentations de leur fonction sociale qui s'expriment et affleurent dans les pratiques journalistiques étudiées comme pratiques discursives.

On étudiera donc ici la dimension prescriptive du récit journalistique et ainsi la question de savoir dans quelle mesure les journalistes en tant que groupe social se représentent comme acteurs de changements dans la société, ici plus précisément dans le monde politique ; on étudiera également la dimension de défense de l'autonomie du champ journalistique par rapport aux politiques. Pour cela, on s'appuiera sur un corpus réunissant l'ensemble des articles traitant de ces affaires dans la presse quotidienne (nationale et régionale en France, supra-régionale et régionale en Allemagne), magazine et en ligne, en accordant une attention particulière à la titraille, sans faire de distinction *a priori* entre presse « sérieuse » et presse de boulevard, ni entre textes à fonction principale d'information et textes à fonction principale

² Une spécialité allemande de la recherche sur le journalisme, dans laquelle on postule une convergence au moins partielle entre métadiscours et pratiques. Voir par exemple Meyen, Riesmeyer (2009).

d'opinion. L'angle d'approche a été la structuration ou non du récit en vue d'un horizon précis, la démission ; pour cela, nous avons analysé les occurrences de lexèmes marquant cet horizon, en particulier *Rücktritt*/démission, *zurücktreten*/démissionner, *gehen*/partir, *bleiben*/rester, *stürzen*, *fallen*/tomber.

L'affaire Wulff : La démission comme horizon du récit

La presse allemande a traité d'emblée la première révélation concernant Christian Wulff (le prêt accordé par un ami entrepreneur) comme un motif de démission, présentant celle-ci comme la seule issue possible de l'affaire, l'horizon non seulement probable mais nécessaire du récit. Dès le premier jour est évoquée la question de savoir si Christian Wulff devra partir ou pourra rester, et ce pas seulement dans la presse de boulevard qui tend par nature à sensationnaliser l'actualité :

- (1) Politiker stürzen ganz selten « nur » wegen einer Affäre an sich. In der Regel stürzen sie darüber, wie sie mit der Affäre umgehen. Wenn er so weitermacht, wird Bundespräsident Christian Wulff diese Regel bestätigen (« Das reicht nicht, Herr Wulff ! », Kommentar, *Bild*, 14/12/11).
- (2) Wulff sollte gehen, jetzt (« Reduzierte Wahrheit », *Frankfurter Rundschau*, 15/12/11).
- (3) « Wir brauchen einen neuen Bundespräsidenten », Kommentar, *Berliner Zeitung*, 15/12/11.
- (4) Doch Bundespräsident Wulff rutscht nun auf jener schiefen Ebene hinab, an deren Ende sein Rücktritt stehen könnte (« Die Wahrheit kommt scheibchenweise ans Licht », *BZ am Sonntag*, 18/12/11).
- (5) « Wulff wankt », *Bild*, 18/12/11.
- (6) « Weshalb Wulff stürzen wird », Kommentar, *Financial Times Deutschland*, 19/12/11.
- (7) « Muss Wulff gehen ? Kann Wulff bleiben ? », *Stuttgarter Zeitung*, 20/12/11.
- (8) « Er stürzt, er stürzt nicht... », *Financial Times Deutschland*, 22/12/11.

La démission constitue le cadre dans lequel a lieu l'information, et le discours journalistique contribue à la faire advenir : la narration du scandale a une dimension auto-réalisatrice.

On retrouve cette prescription quant au dénouement du feuilleton autant dans les textes d'information que d'opinion. Ce constat permet de relativiser l'opposition souvent postulée entre journalisme d'opinion pour la France et journalisme d'information pour l'Allemagne, puisque présenter la démission d'un homme politique comme inévitable relève bien de l'expression d'une opinion.

Tant que ce dénouement annoncé n'a pas eu lieu, la presse insiste sur le fait que l'affaire n'est pas terminée :

(9) « Ruhe erst nach dem Rücktritt », *die tageszeitung*, 22/12/11.

(10) « War's das jetzt ? », *Financial Times Deutschland*, 23/12/11.

On rappelle une dramaturgie immuable des affaires, dans laquelle l'issue est habituellement la démission (voir *infra*) :

(11) Politische Affären nehmen für gewöhnlich einen erwartbaren Verlauf : Erst kommt eine Sache hoch, die einen bisher vermeintlich sauberen Politiker ins Zwielicht setzt. Der Politiker leugnet oder zeigt sich keiner Schuld bewusst. [...] Am Ende aber stürzt der Angegriffene. [...] So war es zuletzt im Fall Guttenberg. Und so wird es auch im Fall Wulff wohl bald sein (« Kredit-Affäre / Das war's, Herr Bundespräsident », Kommentar, ZEIT online, 2/01/12).

Le personnage de Christian Wulff est déconstruit systématiquement, il est présenté comme une sorte d'imposteur n'ayant pas la carrure nécessaire à sa fonction :

(12) « Der falsche Präsident », *Der Spiegel*, 17/12/11.

(13) « Im Präsidentenpelz », *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 7/01/12.

(14) « Der Schlossbesetzer », *Financial Times Deutschland*, 9/01/12.

On remarquera les jeux de mots et la verve de nombreux titres, qui vont à l'encontre de l'opinion largement répandue opposant une presse allemande austère et concentrée sur le contenu et une presse française se souciant davantage de la forme que du fond³.

Mémoire narrative et grands récits fondateurs

Le contexte (la démission en mai 2010 du précédent président fédéral, Horst Köhler, suite à des propos controversés au sujet de la présence de la *Bundeswehr* en Afghanistan ; la démission en mars 2011 du ministre fédéral de la Défense, Karl Theodor zu Guttenberg, après la révélation deux semaines plus tôt des nombreux plagiats contenus dans sa thèse de doctorat et suite à une forte pression émanant des médias, hormis *Bild*) ne suffit pas à expliquer ce schéma narratif dominant. Si l'affaire est explicitement inscrite dans une continuité avec l'affaire Guttenberg, elle l'est aussi avec des affaires beaucoup

³ C'est par exemple la représentation de journalistes français constatant qu'il arrive qu'on « sacrifie une information à une belle phrase », parlant d'une information « champagne, qui n'a pas particulièrement de goût mais est particulièrement pétillante », alors que les journalistes allemands parlent du « pain noir de l'information », (Preisinger, 2003 : 92 ; cf. aussi Schroeder, 1993 : 35 ; Lemieux, 2000 : 238 ; Bourgeois, 2005b : 318 ; Rieffel, 1990 : 260 ; Neveu, 2003 : 85).

plus anciennes, dont elle semble dérivée et qui en forment le substrat. Ainsi, la presse évoque la « Spiegel-Affäre » de 1962 ayant mené à la démission du ministre fédéral de l'intérieur Franz Josef Strauß⁴, qui peut être considérée comme la matrice des affaires politiques en Allemagne, en particulier celles opposant politiques et journalistes. Cette affaire est aussi largement considérée comme ayant permis à la RFA de réussir le passage d'une tradition autoritaire à une démocratie moderne caractérisée entre autres par la liberté accordée aux médias, même critiques.

Les scandales politiques mènent fréquemment à des démissions en Allemagne. Sur 108 scandales répertoriés entre 1949 et 1993 (et dont le *Spiegel* fut souvent à l'origine), le pourcentage de mis en cause qui ont dû quitter leur poste est resté stable (47-48%) (Geiger, Steinbach, 1996 : 122). C'est dans cette continuité et dans cette série que la presse inscrit l'affaire autour de Christian Wulff :

(15) « Wulff macht den Guttenberg », Interview, *Ostsee-Zeitung*, 3/01/12.

(16) Wulff, Guttenberg und Co (« Vom Risiko des Rampenlichts », Interview, *Der Tagesspiegel Online*, 9/01/12).

(17) Wulff hat nichts gelernt von den Lektionen Käßmann⁵ und Guttenberg (« Nur die Offenlegung wäre glaubwürdig gewesen », *Meinung, B.Z.*, 6/01/12).

Toutes ces « pré-affaires » sont mobilisées comme une mémoire narrative porteuse d'un modèle de comportement, à la fois pour les politiques concernés :

(18) « Vertrauen verspielt, Amt verloren » (*Süddeutsche Zeitung online*, 17/02/12).

(19) Ein Blick in die Geschichte zeigt : Wer die Wahrheit aussitzen will, verliert nicht nur seine Würde, sondern meist auch das Amt (« Für wen hat sich das Aussitzen gelohnt und für wen nicht ? », *Meinung, B.Z.*, 9/01/12).

et pour les médias traitant des affaires, auxquels est attribuée une fonction de moralisation de la vie publique.

Si cette affaire « prend » en tant que telle, c'est qu'elle entre en résonance avec « des architectures narratives éprouvées renvoyant à quelque puissante racine identitaire » (Marion, 1997 : 72). Elle réactive un ou des grands récits, c'est-à-dire des discours à fonction légitimante, porteurs d'une ou de

⁴ Cette affaire vit l'incarcération de Rudolf Augstein, directeur de publication du *Spiegel*, suscita une crise grave au sein de la coalition gouvernementale, mena à la démission de F. J. Strauß et à un remaniement ministériel.

⁵ Margot Käßmann, présidente de l'Église évangélique en Allemagne, démissionna de ses fonctions en février 2010, quelques jours après avoir été arrêtée pour conduite en état d'ébriété.

plusieurs morales qui fonctionnent comme la matrice des récits ponctuels, comme un modèle narratif mais aussi d'actions pré-existant (Müller-Funk, 2002 : 15) qu'illustrent les feuilletons précédents, évoqués comme on raconte une fable, pour leur morale. Le feuilleton Wulff peut être considéré comme la cristallisation ou la « sédimentation d'une identité narrative collective » (Lits, 1997 : 53), laquelle semble constituée par différents grands récits :

- la presse comme quatrième pouvoir dénonçant les manquements moraux, indépendante et qui peut faire tomber des dirigeants politiques :

(20) « Nicht Komplizen, sondern Kontrolleure der Macht » (Kommentar, *Stuttgarter Zeitung*, 10/01/12).

- la liberté de la presse, réaffirmée dès qu'un organe de presse, quel qu'il soit, semble être mis sous pression ;
- une certaine culture politique de la RFA en tant que démocratie dans laquelle (idéalement) l'honnêteté triomphe. On peut parler d'un scénario propre à la culture politique allemande, dans laquelle l'erreur politique et le mensonge voire le « péché » (le vocabulaire religieux est très présent dans ce discours) sont punis par la chute. La culture politique allemande repose encore largement sur des valeurs chrétiennes, non seulement parce que le passage à la modernité ne s'est pas fait par opposition à la religion comme ce fut le cas en France (Willaime, 2008 : 209) mais aussi parce qu'elles furent réactivées par les puissances d'occupation après 1945 dans leur entreprise de rééducation du peuple allemand (Galembert, 2000 : 49).

Tout cela contribue au grand récit de l'évolution de la RFA vers une république irréprochable, dans laquelle l'honnêteté est une valeur centrale ; les journalistes se voient attribuer dans ce grand récit un rôle central en tant que groupe social, malgré les rechutes répétées que constituent les scandales autour d'hommes politiques :

(21) In den knapp 63 Jahren der Republikgeschichte hat die konsequente Recherche von Vorwürfen im Umfeld von Politik prominente Köpfe gekostet [...]. Daran kann man erkennen, wie bitter-notwendig Nachhaken und Bohren sind (« Lammerts Medienschelte Niveau-Fragen », Kommentar, *General Anzeiger*, 2/01/12).

Cette représentation des journalistes comme acteurs sociaux dominants au même titre que les politiques est particulièrement évidente lors de l'affaire Wulff ; même discutée dans les médias eux-mêmes, elle reste largement majoritaire. Elle inclut l'ambition de déterminer l'agenda public, par exemple en soulignant que c'est aux médias de déterminer si l'affaire est terminée. En ce

sens, il s'agit de la traduction d'une lutte pour déterminer le pouvoir respectif des différents acteurs sociaux sur le discours public *et* sur les actions (Arquembourg, 2005 : 30) ; le discours de la presse a une fonction prescriptive non seulement quant aux actions à entreprendre immédiatement, mais aussi quant à la fonction sociale de la presse en RFA.

La question est d'ailleurs posée explicitement du conflit de légitimité entre les journalistes et les représentants élus. Le rôle des journalistes fait en permanence l'objet d'un métadiscours dans la presse, qui se greffe sur le récit de l'affaire pour devenir une affaire dans l'affaire :

(22) Nur geht es längst nicht mehr « nur » um Wulff. Es geht um die Medien selbst und die gesellschaftliche Akzeptanz ihrer Rolle (« Im Namen des Volkes ? », *Der Spiegel*, 16/02/12).

(23) « Journalismus – Im Namen des Volkes ? », *Der Spiegel*, 16/01/12.

Les journalistes se voient accusés par les politiques d'outrepasser leur rôle, de se prendre pour des acteurs de la vie publique au même titre que les politiques. Cette accusation est traitée par la presse, le plus souvent pour être réfutée, et ce métadiscours autoréflexif n'interrompt pas le récit dans lequel on écrit à l'avance la fin de l'histoire.

L'union sacrée pour la liberté de la presse

La représentation du rôle central de la presse s'impose d'autant plus après le message de Christian Wulff sur le répondeur de Kai Diekmann, rédacteur en chef de *Bild*. Ce message, qui crée une sorte d'union sacrée parmi la presse allemande, est interprété comme une remise en question du *Grundgesetz*, qui garantit la liberté de la presse, et par là de la base démocratique de la société allemande :

(24) Dann rief er in Berlin an, um die grundgesetzlich gesicherte Pressefreiheit für sich persönlich außer Kraft zu setzen (« Ein Fall von Erpressung », Leitartikel, *WAZ*, 2/01/12).

(25) Es geht jetzt um die Pressefreiheit (« Ein Mann, kein Wort », *Die Zeit*, 5/01/12).

C'est à partir de là, et alors que *Bild* instrumentalise les autres journaux en faisant fuiter le contenu du message sans jamais le diffuser officiellement, que le centre de gravité de l'affaire se déplace vers la « liberté de la presse », et ce alors que Kai Diekmann est bien assez puissant pour se défendre contre cette maladroite tentative d'ingérence de la part de Christian Wulff. La solidarité avec *Bild* est générale, alors même que le journal est généralement méprisé par la presse « de qualité ». Durant le feuilleton Wulff, la presse semble à

la fois vérifier et renforcer son poids social, et cela met provisoirement entre parenthèses les luttes internes au champ, ou plutôt les frontières entre différents sous-champs qui d'habitude n'entrent que peu en contact. Dans la presse suprarégionale « sérieuse », les choix éditoriaux visent à maintenir la spécificité du journal en le distinguant non pas tant des autres suprarégionaux, puisque leurs lectorats respectifs se recoupent peu, mais davantage de la presse régionale d'une part et de la presse de boulevard et en particulier *Bild* d'autre part. Conserver ou augmenter son lectorat passe alors principalement par un renforcement du caractère sérieux du journal. Mais l'affaire Wulff, de même que l'affaire Guttenberg, montre que l'ensemble de la presse allemande contribue aux « affaires » politico-médiatiques, sans la répartition des tâches implicite que l'on connaît en France entre presse traditionnelle et presse en ligne, bien plus critique et agressive. La fonction commerciale du journalisme d'investigation et des révélations exclusives contribue aussi à expliquer cette union sacrée temporaire⁶.

On peut ajouter une hypothèse explicative liée au précédent Guttenberg, celle de la concurrence et de la pression nouvelles qu'a représenté l'intervention directe des citoyens dans le débat sur Internet par le biais de forums et d'un site collaboratif comme le GuttenPlag Wiki, qui compilait les preuves de plagiat et fut même à ce titre en 2011 lauréat d'un Grimme Online Award récompensant le journalisme en ligne. La presse allemande s'est trouvée durant cette affaire dépossédée en partie de sa fonction d'enquêteur, de *gatekeeper* mais aussi de son monopole interprétatif, face à un changement des règles qui gouvernaient jusque-là le déroulement des affaires (Pörksen, Detel, 2011 : 59-63). On peut interpréter la solidarité de la presse allemande durant l'affaire Wulff aussi comme une tentative de reprendre la main, en réaffirmant de manière performative le monopole des médias dans l'information et la formation de l'opinion mais aussi une place centrale pour les journalistes dans la vie de la société allemande. La situation n'est pas la même en France où la ligne de fracture et de concurrence sépare presse papier et presse en ligne, comme le site Mediapart qui justement s'impose en 2010 avec l'affaire Woerth-Bettencourt, dont il est le grand vainqueur en termes de légitimité et de visibilité.

⁶ Les journalistes de *Bild* ayant dévoilé l'affaire Wulff se sont vu attribuer (conjointement avec des journalistes de la *Süddeutsche Zeitung*) le Henri-Nannen-Preis, le prix du journalisme le plus prestigieux en Allemagne, dans la catégorie « meilleure investigation ». Cette distinction montre que les lignes de fracture traditionnelles tendent à s'estomper (voir Robert, 2012b : 165-168).

L'affaire Woerth-Bettencourt : un récit sans conséquences ?

En France, cette affaire (qui débute le 16 juin 2010) a mené à la démission du ministre du Travail mais sans que celle-ci ait été demandée par la presse, hormis le site *pure player* Mediapart, lui-même à l'origine du déclenchement de l'affaire :

(26) Notre appel à la raison démocratique n'a donc toujours pas été entendu : Éric Woerth n'a pas démissionné du gouvernement, aucun juge indépendant n'a encore été désigné (« Affaire Bettencourt : trois chèques, trois questions », Edwy Plenel, Mediapart, 21/06/10).

ou la version en ligne de *Marianne*, dont la ligne éditoriale et commerciale est précisément celle de la dénonciation des scandales et des collusions :

(27) Pour l'instant, les médias font preuve d'une très pudique discrétion. Et, cependant, l'affaire Éric Woerth, dans n'importe quel pays démocratique, ferait couler des tonnes d'encre. [...] J'ai dit, ici, à quel point les continuelles exigences, par le PS, de démission de ministre, pour vanne ou saillie malencontreuses ou incorrectes me paraissaient dérisoires. Mais, une demande de démission d'Éric Woerth aurait, elle, beaucoup plus de fondement (« Affaire Bettencourt : le scandale Woerth encore ignoré », Jean-François Kahn, *Marianne2.fr*, 18/06/12).

Le champ médiatique français se caractérise par la distinction entre médias « traditionnels » et (nouveaux) médias qui ont l'ambition de renouveler le journalisme, ce qui implique de critiquer les autres médias (Robert, 2011 : 128). Les pratiques journalistiques et les représentations qui les sous-tendent sont fortement marquées par ce positionnement spécifique dans le champ et par la concurrence entre médias.

Dans la presse « traditionnelle », la question de la démission est très peu évoquée. Les journaux se limitent à rendre compte d'une « pression » dont ils ne sont pas à l'origine, de prescriptions émanant des politiques :

(28) « La pression sur Éric Woerth ne retombe pas », *LeMonde.fr*, 22/06/10.

(29) « Éric Woerth toujours chahuté par l'affaire », *Sudouest.fr*, 24/06/10.

Éric Woerth semble donc « chahuté » non pas par les médias mais par une sorte d'entité vague et dotée d'une dynamique propre. Cet aspect est d'ailleurs souligné par les médias les plus engagés qui diagnostiquent chez leurs confrères une morale sélective :

(30) Ce matin, les médias sont unanimes : l'équipe de France a dépassé les bornes et doit rendre des comptes. En revanche, l'affaire Woerth-Bettencourt hérisse moins les journalistes. À moins qu'ils n'osent pas ? (« Médias : tout sur les Bleus, presque rien sur Woerth », *Marianne2.fr*, 21/06/10).

Contrairement à l'image généralement répandue d'une presse nationale dominante, c'est la presse quotidienne régionale qui hausse progressivement le ton dans ses éditoriaux :

(31) Dans n'importe quelle démocratie, un tel conflit d'intérêts entre un ministre et son épouse n'aurait pas été admis (« Le ministre et la riche héritière », Éditorial, *Sud Ouest*, 22/06/10).

(32) L'homme des réformes qu'il est aurait dû battre en retraite... (« Les liaisons », Éditorial, *Midi Libre*, 23 juin 2010).

(33) Au point, finalement, que les principaux concernés ne voient même plus « où est le mal » et donnent l'impression d'estimer que tout cela n'est pas si grave. Et pourtant si, c'est grave (« Pas si grave », *L'Indépendant*, 22/06/10).

Pour autant, la démission ne fait que rarement partie des issues évoquées. Si le constat qu'il s'agit d'une « affaire d'État » se fait jour progressivement, ses éventuelles conséquences ne sont pas évoquées, à quelques exceptions près, comme *La Montagne* et *Le Progrès* qui lancent des sondages en ligne auprès de leurs lecteurs :

(34) Éric Woerth devrait-il démissionner ? (*La Montagne*, 23/06/10).

(35) Éric Woerth doit-il quitter le gouvernement ? (*Le Progrès*, 1/07/10).

La presse française ne commande que tardivement des sondages professionnels, alors que la presse allemande en publie dès début de l'affaire Wulff, et ce alors même que les réponses vont plutôt dans le sens d'un maintien de Christian Wulff à son poste :

(36) « 70% lehnen Wulffs Rücktritt ab » (*Rheinische Post*, 21/12/11).

Le premier sondage publié l'est le 30 juin par *Le Parisien*, soit deux semaines après le début de l'affaire. À la question « Souhaitez-vous qu'Éric Woerth démissionne ou qu'il reste à son poste de ministre du Travail ? », les sondés répondent à 37% pour la démission, à 42% pour le maintien du ministre. Si ce sondage est largement repris, cette question précise ne fait nulle part l'objet d'un titre, elle n'est parfois même pas citée.

Il faut plus d'une semaine pour que soient émises des opinions sur les différents conflits d'intérêts de cette affaire, par exemple dans *Le Monde*, *La Croix* ou encore *Le Figaro* du 23 juin 2010. Le 28 juin, soit 12 jours après le début de l'affaire, les éditoriaux de la presse quotidienne nationale et régionale répondent majoritairement par la négative à la question de savoir si « *le soldat Woerth est encore sauvable* » (*LeMonde.fr*, 28/06/10), mais sans pour autant réclamer sa démission. Les injonctions à un remaniement ministériel sont tardives et assez rares, elles n'apparaissent que début septembre, alors que s'accumulent les preuves de conflits d'intérêts :

(37) Intenable. La position d'Éric Woerth est intenable. [...] Éric Woerth a encore une lettre à écrire aujourd'hui. Celle qu'attend peut-être François Fillon (« Ça suffit ! », Éditorial, *Le Courrier Picard*, 3/09/10).

(38) Il n'y a guère d'autre réponse que celle d'un profond remaniement du gouvernement et du bon calendrier pour le faire (Éditorial, *La Montagne*, 3/09/10).

Le cadre narratif n'est donc pas le même qu'en Allemagne ; la mémoire collective des journalistes ne consiste pas en France en succès passés de la presse contre les collusions et corruptions. Au contraire, autant le passé que le contexte immédiatement contemporain sont riches en exemples de scandales sans conséquences :

(39) De Takkiedine⁷ en Bettencourt, c'est du « vu mais pas pris... » (« Le "Courroye" de transmission a été cassé », Éditorial, *La République des Pyrénées*, 7/12/11).

On remarquera que les agents potentiels des verbes ne sont pas nommés : vu par qui ? pris par qui ? Tout se passe comme si la pré-histoire des scandales français paralysait toute tentative de remplir ce rôle en tant que journalistes et d'agir ainsi par-delà la mission d'information. Le grand récit n'est pas « la vertu triomphe » mais plutôt « de toute façon, ça ne sert à rien ». La comparaison explicite avec d'autres pays en ce qui concerne l'issue des affaires fait partie du mouvement rituel du récit français, qui associe déploration et fatalisme :

(40) En d'autres temps et d'autres lieux, Éric Woerth aurait déjà démissionné. Pas en France en 2010 (Mediapart, 11/07/10).

(41) En Suède et dans toute la Scandinavie, au Royaume-Uni ou aux États-Unis, Éric Woerth aurait déjà démissionné et ce sont les membres de son propre parti qui l'auraient exigé (Éditorial, *La République des Pyrénées*, 3/09/10).

L'activation d'autres mémoires narratives a pour fonction de souligner la différence entre les différentes cultures, à la fois politiques et journalistiques, et de mettre en lumière la supériorité présumée des autres démocraties. Au contraire, lorsque la presse allemande procède à des comparaisons, par exemple avec l'Italie, c'est pour souligner la supériorité du système allemand.

⁷ Z. Takkiedine est un homme d'affaires et entremetteur, proche de plusieurs personnalités de l'UMP, impliqué dans différentes affaires de ventes de frégates françaises (par exemple « l'affaire Karachi ») et soupçonné d'avoir contribué à un financement occulte de la campagne de N. Sarkozy.

Le rôle de la presse dans la démocratie

En juillet 2010, Mediapart fait l'objet d'une attaque groupée de la part de représentants de la majorité qui évoquent à son sujet des « méthodes fascistes », un « acharnement médiatique », un « torrent de boue », un « déferlement populiste ». Le site se défend en arguant du rôle de la presse dans la démocratie :

(42) Mediapart fait aujourd'hui les frais publics et violents de cette attitude présidentielle, profondément contraire aux principes démocratiques. Ce faisant, ce n'est pas seulement un métier que le pouvoir actuel met en cause, mais la démocratie qu'il dédaigne et affaiblit (« Sarkozy contre Mediapart : l'information comme droit du citoyen », Edwy Plenel, Mediapart, 8/07/10).

Cette attaque a certes suscité chez les éditorialistes une levée de boucliers mobilisant le registre de l'importance de la presse dans une démocratie, mais bien plus brève que celle qu'a connue l'Allemagne après les menaces de Christian Wulff envers Kai Diekmann :

(43) Mais dans une telle situation, il n'est jamais bon de s'en prendre à la presse : celle-ci fait son travail, et joue le rôle qui est le sien dans une démocratie. Quand la température monte, il ne sert à rien de casser le thermomètre ! (« La presse joue son rôle », Éditorial, *La République des Pyrénées*, 8/07/10).

(44) Mais le rôle d'une presse citoyenne est aussi d'alerter le public sur d'éventuels dysfonctionnements des institutions. En laissant à la police et la justice le soin d'établir la vérité. Cela peut parfois conduire à des mises en cause injustifiées. Mais cela évite qu'une chape de plomb n'étouffe systématiquement toutes les affaires, dans l'attente de preuves. Et la démocratie en a besoin (« Devoir d'alerte », Éditorial, *Paris-Normandie*, 8/07/10).

Rares sont cependant les journaux qui appellent à des conséquences face à ces attaques, et ce sont ceux qui occupent dans le champ journalistique une place particulière, celle de médias « différents », à la fois dénonciateurs de scandales et méta-médias :

(45) En fait, il ne faut plus laisser en paix Xavier Bertrand, Nadine Morano et Christian Estrosi⁸. Il ne faut plus les lâcher. Jusqu'à ce qu'ils nous présentent des excuses circonstanciées et publiques. Ce n'est pas une affaire d'ego ou d'honneur professionnel. Il y va de la santé de notre démocratie, voilà tout (« Presse fasciste, disent-ils maintenant. Bertrand, Estrosi, Morano, présentez-nous vos excuses ! », *Marianne*, 10/07/10).

⁸ Tous sont des proches de N. Sarkozy et étaient respectivement en 2010 : secrétaire général de l'UMP ; secrétaire d'État chargée de la Famille et de la Solidarité ; ministre chargé de l'Industrie.

Cet appel à faire pression n'est guère suivi et la situation de concurrence entre médias traditionnels et *outsiders* fait que la démonstration de solidarité ne s'installe pas dans la durée.

L'affaire des « fadettes » ne provoque pas non plus la crispation sur la liberté de la presse qu'a connue l'Allemagne après l'appel de Christian Wulff à Kai Diekmann, alors qu'il s'agit d'une ingérence autrement plus poussée de l'État dans la sphère de l'information. En mai 2010, *Le Monde* annonce son intention de porter plainte pour atteinte au secret des sources (espionnage de la liste des communications téléphoniques de deux de ses journalistes) ; début septembre 2010, *Le Monde* révèle que le contre-espionnage a bien agi sur réquisition officielle, ce qui est confirmé par Claude Guéant, alors secrétaire général de la présidence de la République ; début décembre 2011, la Cour de cassation juge que le procureur Philippe Courroye a violé la loi sur le secret des sources (après un premier jugement de la Cour d'appel de Bordeaux de mai 2011 qui allait déjà dans ce sens). Ce dernier a été mis en examen en janvier 2012.

Si les organisations de journalistes, associations et syndicats, manifestent immédiatement leur indignation, ces réactions de la corporation ne sont pas citées par la presse, laquelle se limite en grande partie à rendre compte de l'affaire et des jugements des politiques à ce sujet, mais sans se présenter comme actrice. Ainsi, le concept de « liberté de la presse » n'est que rarement mobilisé, comme si les journalistes n'étaient pas directement concernés par l'affaire – mis à part *Le Monde* et quelques quotidiens régionaux :

(46) Or le secret des sources est la pierre angulaire de la liberté d'informer et d'être informé : y porter atteinte revient à dénier aux médias tout rôle de contre-pouvoir. (« Liberté de la presse et mensonge d'État », Éditorial, *Le Monde*, 2/09/11).

(47) Propos agressifs, insultes, menaces de poursuites... et mise sous surveillance. Le climat de défiance contre les journalistes menace la liberté de la presse (« Sous pression, les sources risquent de se tarir », *La Nouvelle République du Centre Ouest*, 3/09/11).

Les critiques qui s'expriment portent plutôt sur l'ensemble des affaires du moment, en contradiction avec la « République irréprochable » promise par Sarkozy (*La Charente libre*, 2/09/11). L'affaire des « fadettes » est ainsi inscrite dans une série, sans que lui soit accordé un statut particulier en cela qu'elle concerne et menace directement l'exercice du métier de journaliste. Une exception à cela, *Le Nouvel Observateur* qui appelle à l'action :

(48) Or que serait une république au sein de laquelle l'État pourrait impunément espionner ses citoyens ? Une république bananière, dirigée par des faux

démocrates. Laisserons-nous faire ? (« Journalistes espionnés : laisserons-nous faire ? », Éditorial, 2/09/11).

Liberté de la presse et démocratie sont par contre au centre du discours des *pure players* Rue89 et Mediapart :

(49) Des journalistes sans secret des sources, ce sont des journalistes sans sources. Et une démocratie sans de tels contre-pouvoirs est une démocratie malade (« Espionnage de journalistes : refuser la “Stasi” française », Éditorial, Rue89, 2/09/11).

Il semble donc que le grand récit de la liberté de la presse comme garante de la démocratie soit moins central en France qu'en Allemagne⁹. Ceci est confirmé par le fait que les différents jugements annulant l'enquête du procureur Philippe Courroye à cause d'une violation de la loi sur le secret des sources, qui constituent la première jurisprudence concernant cette loi très contestée, ne sont pas présentés comme une victoire pour les journalistes, sauf par *Le Monde*, directement concerné.

Par comparaison, ce registre est bien plus présent après l'attentat contre les locaux de *Charlie Hebdo*, et il est mobilisé autant par le gouvernement que par la presse. Dans l'avalanche de déclarations de solidarité, rares sont ceux qui mettent en relation cet attentat isolé et l'espionnage institutionnel d'un journaliste du *Monde* :

(50) On aurait aimé que [la liberté de la presse] soit défendue avec la même ardeur quand l'espionnage d'un journaliste du Monde et la traque de ses sources présumées ne suscitaient, au sommet de l'État, qu'un haussement d'épaule (« Évidences », Éditorial, *Libération*, 3/11/11).

Il semble donc que l'attaque contre la laïcité (au sens de la liberté de blasphémer) touche davantage un point névralgique que la mise en cause de la liberté de travail des journalistes. Le rapport à l'histoire peut là aussi livrer une clé d'interprétation : là où les journalistes allemands se définissent systématiquement par rapport à leur instrumentalisation durant la période nazie, les journalistes français semblent ne pas mobiliser de mémoire négative similaire dans leur rapport à la liberté de la presse.

Par ailleurs, l'affaire Charlie ne met en cause aucun politique français mais (semble-t-il) une nébuleuse islamiste qu'il est plus facile de dénoncer, un coupable anonyme et multiforme avec lequel il n'est pas nécessaire de

⁹ Et ce alors même que la réputation des journalistes en France n'est pas bonne : selon le baromètre de confiance dans les médias réalisé tous les ans par TNS Sofres pour *La Croix*, les usagers des médias considèrent majoritairement que les journalistes ne sont pas assez indépendants.

coexister dans la traditionnelle relation d'interdépendance entre journalistes et politiques.

Acteurs vs. témoins

Dans la représentation française, les seuls acteurs à même de moraliser la vie politique restent les politiques eux-mêmes, souvent suite à l'intervention de la justice ; quant aux médias, seuls ceux qui occupent une position d'*outsiders* se mettent également en position de prescripteurs. Le rôle de la presse en France semble donc être uniquement de rendre compte ; les journalistes français, dans leur grande majorité, n'interviennent pas dans les affaires en tant que tels, ne cherchent pas explicitement à influencer l'agenda politique en tant que groupe social spécifique, « associés-rivaux » (Neveu, 2000 : 121) des politiques. La rivalité est plus prononcée et plus explicite en Allemagne, où la presse se caractérise aussi par sa propension à faire durer les affaires jusqu'à ce que le dénouement souhaité se produise. C'est pour sa ténacité dans l'affaire Guttenberg, malgré les critiques de ses lecteurs, plus que pour une quelconque performance dans l'enquête que la *Frankfurter Allgemeine Zeitung* a reçu le Leuchtturm-Preis de l'association allemande des journalistes d'investigation, qui a ainsi récompensé et réaffirmé la défense de l'autonomie du champ journalistique mais aussi la position dominante des journalistes dans la formation de l'opinion.

Dans la presse allemande, on n'a pas affaire seulement à un récit construit au jour le jour mais à un agencement des événements en fonction d'un horizon présenté comme la nécessaire conséquence de l'affaire. Le récit est donc organisé en fonction d'une téléologie, il est dynamique et les affaires sont présentées comme des étapes dans un mouvement menant vers l'amélioration de la démocratie allemande, mouvement dans lequel les journalistes sont des acteurs clés, avec mais aussi si nécessaire contre les politiques. En France, au contraire, le récit est statique : il décrit un état, celui d'une démocratie dans laquelle les « fautes » ne sont pas suivies d'une punition. Les journalistes se représentent majoritairement comme les témoins (éventuellement critiques) de l'action des politiques¹⁰. Dans le récit français, le dénouement par la démission semble ne pas faire partie de l'horizon possible ou dicible.

¹⁰ Cela va dans le sens de D. Burgert (2010 : 333) qui distingue « *Vermittler* » (« médiateurs entre la société et les politiques ») en France et « *Mitgestalter* » (qui « agissent sur les processus politiques en évaluant et en commentant »).

Ces constats ne contredisent pas l'évolution, liée à une stratégie commerciale (Neveu, 2003 : 76-77), de la presse française vers un journalisme d'investigation plus offensif, vers le modèle narratif des affaires. Si l'affaire devient effectivement un mode narratif important¹¹, l'appel à la démission ne fait pas (encore) en France partie de ses éléments constitutifs, et le récit a une issue ouverte.

Par ailleurs, en Allemagne, si « les quotidiens allemands, assis sur des bases économiques plus stables, peuvent se permettre de privilégier une information factuelle sur la base de laquelle ils développent ensuite des analyses de fond » (Bourgeois, 2005a : 68), celles-ci coexistent avec une place centrale accordée au schéma narratif de l'affaire et du scandale¹², qui a autant une fonction commerciale qu'une fonction de stabilisation de grands récits fondateurs. Cette attitude est largement partagée par la presse allemande, avec des degrés divers d'agressivité dans l'expression de la prescription. Au contraire, la presse française se fait l'écho des affaires mais sans prescrire les conséquences à en tirer, et ne se positionne que rarement comme un acteur social susceptible d'imposer des actions au champ politique. C'est pourtant cette attitude qui caractérise de nouveaux entrants dans le champ journalistique, comme Mediapart qui se revendique d'un journalisme offensif doublé d'un rôle social, une définition qui a aussi une fonction commerciale, celle d'une distinction par rapport à la presse traditionnelle.

La culture politique allemande et le rapport au passé nazi sont également très importants pour expliquer cette différence entre France et Allemagne. Demander la démission d'un homme politique révèle une propension au conflit avec le pouvoir, qui va de pair avec une relation plus symétrique entre politiques et journalistes qu'en France où le rapport de forces n'est pas le même (Burgert, 2010 : 331, 336). Cela va de pair avec l'importance accordée à l'expression par et dans les médias du conflit et du désaccord, perçue comme un mode productif de participation à la vie publique dans la culture politique de la RFA, laquelle se définit toujours par rapport à l'exemple négatif du « Troisième Reich », une société caractérisée par l'obéissance aveugle à l'autorité (Wasmund, 2002 : 420). L'expérience nazie reste le point nodal de la définition de l'identité collective allemande, le contre-exemple implicite par rapport auquel le récit médiatique se positionne lui aussi.

¹¹ Le reproche fait à Mediapart de « feuilletonner » dans l'affaire Cahuzac montre cette orientation, de même que la tentative maladroite de *Libération* de rebondir sur ce feuilleton en y ajoutant un épisode Fabius (8/04/2013).

¹² Ce dont témoignent aussi les très nombreuses recherches menées en Allemagne sur les scandales.

Il faut souligner également la fonction rituelle des scandales en Allemagne, dont la reproduction permet précisément aussi de démontrer que la RFA se distingue à tous les niveaux de la dictature nazie. En se racontant, la société allemande se regarde elle-même progresser sur le chemin qui l'éloigne du modèle négatif, par « des rituels de purification qui se déroulent de manière réglée par le biais de scandales dévoilés par les médias » (Holly, 2003 : 59). La mémoire narrative récente – c'est-à-dire celle de la relativement courte existence de la RFA – remplit la fonction d'une tradition dans laquelle s'inscrire, alors même que l'histoire allemande plus ancienne ne peut offrir d'identité positive, au point que l'on peut considérer que la RFA, contrairement à la France, « partage le destin de nombreux nouveaux États sans tradition politique constitutive » (Greiffenhagen, 2002 : 472). Les scandales et leur résolution, dont la mémoire est régulièrement réactivée dans le récit médiatique, remplissent alors la fonction d'une tradition politique positive à laquelle la société allemande peut recourir pour définir son identité.

Références

- Arquembourg J., 2005, « Comment les récits d'information arrivent-ils à leurs fins ? », *Réseaux*, 132, pp. 29-50.
- 2011, *L'événement et les médias : les récits médiatiques des tsunamis et les débats publics 1755-2004*, Paris, EAC.
- Bourgeois I., 2005a, « Médias français et allemands. Convergences et divergences dans le contexte européen », *Revue d'Allemagne*, 37, 1, janv.-mars, pp. 65-86.
- 2005b, « Medien : Industriepolitik für den Standort Frankreich », pp. 302-322, in : Kimmel A, Uterwedde H., eds, *Länderbericht Frankreich*, Wiesbaden, Bundeszentrale für politische Bildung.
- Burgert D., 2010, *Politisch-mediale Beziehungsgeflechte : ein Vergleich politikfeldspezifischer Kommunikationskulturen in Deutschland und Frankreich*, Berlin/Münster, Lit.
- Galembert C. de, 2000, « État, nation et religion dans l'Allemagne réunifiée », *Vingtième Siècle*, 66, avr.-juin, pp. 37-51.
- Geiger T., Steinbach A., 1996, « Auswirkungen politischer Skandale auf die Karriere der Skandalisierten », pp. 119-133, in : Jarren O., Schatz H., Weßler H., eds, *Medien und politischer Prozeß*, Opladen, Westdeutscher Verlag.

- Greiffenhagen M., 2002, « Politische Traditionen », pp. 471-477, in : Greiffenhagen M., Greiffenhagen S., édés, *Handwörterbuch zur politischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland*, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.
- Grevisse B., 1997, « Récit et analyse des pratiques journalistiques », *Recherches en communication*, 7, pp. 135-150.
- Holly W., 2003, « Die Ordnung des Skandals. Zur diskursanalytischen Beschreibung eines “Frame” am Beispiel der “CDU-Spendenaffäre” », pp. 47-68, in : Burkhardt A., Pape K., édés, *Politik, Sprache und Glaubwürdigkeit*, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.
- Lemieux C., 2000, *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Métailié.
- Lits M., 1997, « Le récit médiatique : un oxymore programmatique ? », *Recherches en communication*, 7, pp. 37-59.
- Marion P., 1997, « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », *Recherches en communication*, 7, pp. 61-88.
- Meyen M., Riesmeyer C., 2009, *Diktatur des Publikums. Journalisten in Deutschland*, Konstanz, UVK.
- Müller-Funk W., 2002, *Die Kultur und ihre Narrative*, Wien/New York, Springer.
- Neveu E., 2000, « De quelques incidences des médias sur les systèmes démocratiques », *Réseaux*, 18, 100, pp. 107-136.
- 2003, « Beziehungen zwischen Journalismus und Politik in Frankreich », pp. 61-93, in : Kopper G., Mancini P., édés., *Kulturen des Journalismus und politische Systeme*, Berlin, Vistas.
- 2009, *Sociologie du journalisme*, Paris, Éd. La Découverte.
- Pörksen B., Detel H., 2011, « Evidenzerfahrungen für alle. Das kontraproduktive Krisenmanagement des Verteidigungsministers und die Logik der Skandalisierung im digitalen Zeitalter », pp. 56-70, in : Lepsius O., Meyer-Kalkus R., édés, *Inszenierung als Beruf. Der Fall Guttenberg*, Berlin, Surhkamp.
- Preisinger I., 2003, « Information als Champagner oder Schwarzbrot. Wie französische und deutsche Journalisten ihren Beruf verstehen – ein Vergleich », *Dokumente*, 4, pp. 81-84.

- Revaz F., 2008, « Analyse (trans)textuelle d'un objet discursif complexe : le feuilleton journalistique », pp. 1417-1428, in : Durand J., Habert B. et Laks B., éd., *Congrès mondial de linguistique française*, Paris, EDP Sciences.
- Revaz F., Pahud S., Baroni R., 2009, « Museler les toutous ? Le feuilleton d'une polémique mordante », *A contrario*, 12, pp. 46-65.
- Rieffel R., 1990, « Les journalistes français. Quelques caractéristiques », pp. 259-264, in : Albert P., Freund W., Koch U., éd., *Allemagne-France. Deux paysages médiatiques*, Frankfurt/Main, Peter Lang.
- Robert V., 2011, *La presse en France et en Allemagne*, Paris, PSN.
- 2012a, « Information et opinion. Les affaires politico-médiatiques en France et en Allemagne », *Dokumente/Documents*, 2, pp. 75-78.
- 2012b, « Le journalisme d'investigation, un remède à la crise de la presse ? », *Dokumente/Documents*, 4, pp. 165-168.
- Schroeder M., 1993, « France-Allemagne : l'existence de deux logiques de communication », pp. 21-42, in : Koch U., Schröter D., Albert P., éd., *Deutsch-französische Medienbilder*, München, Reinhard Fischer.
- Wasmund K., 2002, « Konflikt/Konsens », pp. 239-243, in : Greiffenhagen M., Greiffenhagen S., éd., *Handwörterbuch zur politischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland*, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag.
- Willaime J.-P., 2008, « Les modèles français et allemand de relations Églises/État au défi de l'Europe », pp. 207-221, in : Le Grand S., dir., *La laïcité en question*, Villeneuve d'Ascq, Septentrion.

Outils de la comparaison et intérêts à la circulation dans le cadre franco-allemand

Comparer deux champs (ici les champs journalistiques français et allemands) à une échelle internationale fait émerger une série de difficultés méthodologiques, empiriques et théoriques considérables. Étudier comment des individus, des pratiques ou des savoirs circulent entre ces champs de manière transnationale complique encore davantage la tâche du chercheur. Cette contribution entend proposer des pistes de réflexion quant aux différentes problématiques que font émerger les études incluant une dimension comparative. La première difficulté rencontrée par les chercheurs qui adoptent la méthode comparative réside dans ce que l'on pourrait appeler le « lexique de la comparaison ». Il faut ainsi définir ce qu'est la comparaison, ce qu'est l'approche comparative (et le comparatisme) et établir les bases de la comparabilité. Cécile Vigour (2005 : 7), citant Giovanni Sartori, souligne à juste titre que :

Comparer [...] c'est, dans une première approche, relever des différences et des points communs en fonction d'un critère qu'il convient de définir au préalable et qui oriente le regard du chercheur. Dès lors que l'on considère au moins deux termes en fonction d'un même critère, *a priori*, rien n'est incomparable.

La comparaison est donc avant tout une méthode de recherche qui a vocation autant à décrire qu'à expliquer. De manière explicite, Émile Durkheim (1956 : 137) expliquait ainsi que « la sociologie comparée n'est pas une branche particulière de la sociologie ; c'est la sociologie même en tant qu'elle cesse d'être purement descriptive et aspire à rendre compte des faits ». Dans la même optique, Patrick Hassenteufel (2000 ; 2005) explique bien que la comparaison permet de tester empiriquement des hypothèses théoriques en s'extrayant d'un contexte national et en questionnant des éléments explicatifs qui peuvent paraître trop évidents dans un cadre national donné. Finalement, la comparaison est avant tout un processus réflexif et empirique à visée explicative qui nécessite l'élaboration d'un protocole d'enquête pensé en amont de la recherche. Cette précaution nous semble indispensable dans le cadre de comparaisons franco-allemandes. Nous y reviendrons.

Il convient également de distinguer le comparatisme de l'approche comparée. Le comparatisme est, selon nous, l'application systématique d'une méthode spécifique, basée sur des outils méthodologiques comparatifs, à des terrains d'investigation distincts, au point de devenir un des éléments constitutifs de l'analyse. L'approche comparée, elle, dans l'acceptation durkheimienne présentée auparavant, est inhérente à toutes les recherches en sciences sociales. Qu'il s'agisse de comparer des entretiens, des archives, des notes, des observations, tous les chercheurs confrontent et comparent leurs matériaux empiriques. Il faut donc distinguer l'approche comparée qui repose sur une « comparaison spontanée », inhérente et nécessaire à toute recherche, du comparatisme qui repose sur une « méthode comparée », appliquée de manière systématique, empirique, dynamique et qui est au cœur de stratégies de recherche pour la validation (ou l'invalidation) d'hypothèses de recherche. Le comparatisme, c'est la systématisation d'une méthode particulière pour la compréhension de faits sociaux dans des espaces sociaux différents. C'est ce que souligne André-Paul Frogner (2004 : 163) lorsqu'il explique, en parlant de la politique comparée, « qu'elle est la seule discipline des sciences sociales qui s'intitule en recourant à une méthode plutôt qu'à un objet ».

Enfin, la comparaison fait rapidement émerger la question de la comparabilité. L'histoire des sciences sociales nous montre que peu d'objets sont incomparables. Max Weber (2003) proposait par exemple une sociologie comparée des religions dans *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme* en comparant l'Allemagne avec les États-Unis, voir avec la Chine et le Japon. Pour parvenir à de telles comparaisons, le chercheur doit adapter sa stratégie de recherche. Comme nous l'avons vu, la comparaison repose sur une dialectique perpétuelle entre points communs et différences. Lorsque le chercheur est confronté à des cas qui semblent peu comparables, il doit faire abstraction des différences pour se concentrer sur les points communs afin de les expliquer. Dans cette optique, la comparaison France-Allemagne, du fait des différences structurelles, étatiques, administratives et sociales entre les deux pays, pose la question de la comparabilité et des conditions théoriques et empiriques de la comparaison. Nous présenterons ces difficultés ultérieurement. L'utilisation de la méthode comparative nous semble par ailleurs indispensable pour comprendre les faits sociaux ayant une dimension transnationale, comme peuvent l'avoir les phénomènes circulatoires. Il faut ici distinguer le transnational de l'international. Les phénomènes transnationaux impliquent l'existence de flux, de circulations, de croisements ou encore « d'intermédiaires et d'histoires emmêlées et croisées » selon les mots de Dominique Pestre (2012 : 6). Autrement dit, ce sont des faits sociaux dont la dimension dynamique et circulatoire *met en relation* des acteurs à une échelle internationale.

La dimension relationnelle nous semble particulièrement importante pour distinguer les phénomènes transnationaux des phénomènes internationaux qui peuvent, malgré des homologues de situations entre différents espaces, n'avoir aucune relation entre eux. Autrement dit, ce qui est transnational est international tandis que l'inverse n'est pas toujours vrai. Dernière précision, les phénomènes transnationaux ne sont pas systématiquement des phénomènes transfrontaliers. Si le projet Infotransfront se focalise sur un espace et des circulations transfrontalières dans la Grande Région, on peut imaginer que la circulation de pratiques, de savoirs ou d'individus s'opère dans d'autres espaces nationaux ou régionaux qui ne partagent pas de frontières communes. Dans l'hypothèse, à confirmer, où des pratiques et des savoirs journalistiques circuleraient dans la Grande Région, nous aurions affaire à des phénomènes transnationaux (donc internationaux) et transfrontaliers.

Nous nous efforcerons de proposer dans un premier temps une réflexion sur l'utilisation du concept de champ dans l'étude des phénomènes circulatoires. Dans un second temps, nous présenterons les difficultés et des pistes afin de limiter les obstacles de la comparaison France-Allemagne. Enfin, nous développerons une analyse des intérêts à la circulation comme accélérateur, ou frein, des phénomènes circulatoires. Pour se faire, nous nous appuyerons principalement sur les hypothèses de recherche d'un travail en cours de réalisation que nous menons avec Nicolas Hubé dans le cadre du projet Infotransfront et qui se focalise sur les rapports entre hommes politiques et journalistes dans la Grande Région. Plus que des conclusions définitives, il s'agit de proposer des observations et des pistes de recherche qui doivent encore être confirmées. Enfin, nous mobiliserons également des matériaux tirés de nos travaux personnels qui portent sur le personnel politique en France et en Allemagne, afin de proposer une réflexion sur les moyens de comparer les champs journalistiques et politiques dans les deux pays.

Comparaison, circulation et théorie des champs

Comme nous l'avons précédemment souligné, les phénomènes circulatoires transnationaux se caractérisent par le fait qu'ils mettent en relation des acteurs qui s'engagent dans des processus d'importation et d'exportation à une échelle internationale, dans un contexte qui peut être transfrontalier. Cette définition est compatible avec la théorie des champs. Pierre Bourdieu (1992 : 72) écrit que « penser en termes de champ c'est penser relationnellement », et qu'un « champ peut être défini comme un réseau, ou une configuration de relations objectives entre des positions ». On peut donc considérer qu'un champ peut être transnational à partir du moment où des individus, en relation,

luttent pour l'accès à certaines positions dans le champ. Jacques Le Bohec (1997 : 212-213) parle ainsi de la constitution d'un champ de la presse transnational qui reposerait : 1) sur l'action d'institutions internationales œuvrant pour l'internationalisation et la circulation de l'information, 2) sur la multiplication des entreprises multinationales de presse et 3) « sur la construction d'une communauté de journalistes de dimension transnationale ». Cependant, ne définissant pas la notion qu'il utilise, il est difficile de saisir le sens que donne l'auteur à ce champ transnational de la presse. S'agit-il d'un espace de lutte entre journalistes pour l'accès à des positions spécifiques dans un contexte transnational ou du développement de pratiques journalistiques à un niveau international conduisant l'auteur à regrouper sous le sigle « champ » des réalités sociales souvent hétérogènes¹ ? Par ailleurs, si l'on considère que cette communauté transnationale de journalistes est minoritaire parmi l'ensemble des journalistes, ne peut-on pas considérer qu'il s'agit d'un sous-champ du champ journalistique, luttant pour ses propres enjeux et positions ?

On peut alors se demander s'il existe un champ journalistique transnational dans la Grande Région. Cela supposerait que des journalistes français, allemands et luxembourgeois soient réunis au sein d'un réseau de relations stables, luttent pour poser les limites du champ et tentent d'accéder à des positions spécifiques recherchées et connues de tous. L'intervention d'un journaliste allemand, lors de l'atelier « Barrières et défis interculturels et linguistiques dans la communication médiatique transfrontalière » du projet Infotransfront en septembre 2012, semblait montrer que ces conditions n'étaient pas réunies et que les informations et les individus circulaient rarement. La question de la transnationalité du champ journalistique a été posée par de nombreux chercheurs. Rodney Benson et Erik Neveu (2005 : 11), citant Frank Esser, soulignent que le champ journalistique est marqué par des logiques nationales et que les différences structurelles et organisationnelles restent importantes entre pays voisins. Si l'existence d'un champ journalistique transnational reste à discuter, l'éventualité que des informations ou des individus circulent, y compris épisodiquement, dans la Grande Région ne doit

¹ On remarquera également que la multiplication des entreprises internationales de presse se rapporte peut être plus au champ économique qu'au champ journalistique. La multiplication des groupes médiatiques comme Lagardère ou Bertelsmann, implantés dans plusieurs espaces nationaux, en est un signe. On peut alors se demander quelle est la place accordée à l'information transnationale dans ces entreprises multinationales. La ligne éditoriale de ces entreprises de presse se focalise-t-elle sur des enjeux nationaux, ce qui irait à l'encontre de l'idée d'un champ transnational de l'information journalistique, ou, à l'inverse, l'internationalisation de ces entreprises au sein du champ économique conduit-elle à des pratiques circulatoires transnationales ?

pas être écartée. Pierre Bourdieu (2002 : 4), se référant à la circulation internationale des idées, souligne que la production et la réception de ce qui circule se font au prix de « formidables malentendus », puisque les textes n'emportent pas avec eux leur champ de production et sont reçus et réinterprétés « en fonction de la structure du champ de réception ». On peut supposer que le même raisonnement peut être appliqué à la circulation des pratiques journalistiques et des informations entre la France et l'Allemagne. Les phénomènes circulatoires transnationaux doivent donc être appréhendés en prenant en compte et en comparant les contextes nationaux, afin de comprendre leurs conditions d'émission et de réception. Comme le souligne Daniel-Louis Seiler, un des dangers des approches comparatives est de comparer plus par hasard que par nécessité. Dans le cadre des études sur la circulation, la comparaison semble être une obligation. Celle-ci peut avoir plusieurs finalités : décrire pour comprendre, classer, fournir des clés d'interprétation, « prendre de la distance par rapport à ce qui est familier », « mieux connaître l'autre » (Seiler, 2004 : 100), distinguer le commun du particulier, généraliser, opposer, relativiser, trouver des causes explicatives et, finalement, étudier des phénomènes comme la circulation qui impliquent une dimension transnationale. Mais toutes ces finalités s'accompagnent de difficultés méthodologiques qu'il s'agit de décrire, afin de mieux les contourner.

Les obstacles à la comparaison France-Allemagne

La méthode comparative fait émerger de nombreuses difficultés, y compris dans le cas de pays voisins comme la France et l'Allemagne. Qui veut comparer les champs journalistiques ou politiques français et allemands se heurte à un premier obstacle : les différences dans l'organisation des structures politiques, économiques et culturelles françaises et allemandes qui impliquent une structuration différente de chaque champ national. Pierre Bourdieu (2005) explique bien que le champ journalistique se caractérise par son haut degré d'hétéronomie et qu'il convient, pour le comprendre, d'analyser les effets qu'exercent d'autres champs sur le champ journalistique. Il convient donc de prendre en compte la structuration du champ du pouvoir dans les deux pays afin de comparer les champs journalistiques français et allemands. Plus important encore, il nous semble qu'un espace régional ne peut pas être compris, étudié et comparé sans considérer l'espace national dans lequel il s'insère. C'est pourquoi nous proposerons ici, quelques rappels et pistes de réflexions générales sur les obstacles à la comparaison France-Allemagne.

La dimension historique et spatiale des champs journalistiques français et allemands

Comparer les champs journalistiques français et allemands nécessite de prendre en compte les caractéristiques historiques de chaque pays. Dans le cadre de son travail sur la comparaison de journaux régionaux en France, Aude Rouger (2008 : 170) explique ainsi « qu'il convient de replacer dans un contexte historique et géographique original » chaque terrain. Nicolas Hubé a bien montré comment les presses allemandes et françaises s'étaient organisées selon deux modèles différents après la Seconde Guerre mondiale, en particulier dans le rapport, plus intense en France, qu'entretiennent les médias avec l'État. En termes de diffusion, de modèle économique, de répartition sur le territoire national mais également dans le fonctionnement même des rédactions, des différences importantes existent. De manière plus tranchée encore, Daniel C. Hallin et Paolo Mancini (2004 : 67) classent la France et l'Allemagne dans deux « systèmes médiatiques » différents. Selon les auteurs, la France appartiendrait à un « système polarisé pluraliste, méditerranéen », caractérisé, entre autres, par une presse orientée par l'élite politique, tandis que l'Allemagne ferait partie d'un « système démocratique corporatiste, d'Europe du Nord » marqué par le développement précoce d'une « circulation massive de la presse² ». Si ces modèles idéaux-typiques présentent des faiblesses empiriques importantes, ils montrent malgré tout que les champs journalistiques français et allemands obéissent à des logiques structurelles souvent opposées. On peut supposer que les pratiques circulatoires des journalistes dans la Grande Région, structurées par et dans le champ national, obéissent avant tout à des logiques nationales dont il faut tenir compte.

Ainsi, alors qu'en France, Paris concentre les principales institutions politiques³, les plus importants acteurs financiers et économiques, le cœur de la vie culturelle⁴ et les principales institutions médiatiques, l'Allemagne se caractérise, du fait de son fédéralisme, par une dispersion géographique des centres d'activité au sein des champs précédemment cités. La dimension spatiale des champs doit être prise en considération lorsque l'on compare ces deux pays. L'Allemagne se caractérise ainsi par une répartition des principaux

² L'Autriche, le Belgique, le Danemark, la Finlande, les Pays-Bas, la Norvège, la Suède et la Suisse appartiennent également à ce système.

³ Tous les ministères, l'Élysée, les sièges des partis politiques sont situés à Paris.

⁴ Les grands quotidiens nationaux français sont tous implantés à Paris, les musées les plus visités également, tout comme les salles de concerts ou les centres d'expositions. Sur l'implantation des grandes entreprises à Paris, le dynamisme culturel de la ville et sur la grande bourgeoisie on se référera aux travaux des Pinçon-Charlot (2004).

acteurs culturels sur le territoire national⁵. Si les grandes chaînes de télévision françaises ont toutes leur siège à Paris et en Ile-de-France, la seconde chaîne allemande, la ZDF, a son siège social à Mayence, RTL et Vox à Cologne, Kabel Deutschland et SAT1 à Unterföhring en Bavière. Les grands magazines d'actualité français sont situés à Paris (*Nouvel Observateur*, *L'Express*, *Le Point*, etc.) alors qu'en Allemagne, *Der Spiegel* et *Bild* ont leur siège à Hambourg et *Focus* à Munich. Cette concentration des élites française et cet éparpillement des élites culturelles, politiques et économiques allemandes résultent, entre autres, de l'organisation politique et administrative différentes des deux pays. L'Allemagne a développé un autre modèle d'organisation qui explique également pourquoi les titulaires des positions les plus élevées des différents champs du monde social ne se concentrent pas en un seul lieu. Comme l'expliquent Yves Meny et Yves Surel (2004 : 454-455), le système allemand d'organisation territorial a pour objectif « de limiter le pouvoir, d'établir des contrepoids qui évitent une trop forte concentration de l'autorité dans un homme ou une institution ». Se pose alors pour le chercheur une question logique mais difficile à résoudre : comment enquêter sur la circulation des informations, des pratiques ou des savoirs journalistiques si ces phénomènes se produisent dans des conditions, des situations et surtout dans des lieux différents ? Dans le cas de la comparaison France-Allemagne, il semblerait que l'échelle nationale pose problème lorsqu'il s'agit de comparer des champs. L'échelle régionale ou locale peut être une bonne porte d'entrée pour analyser des phénomènes *a priori* identiques mais le poids du national semble difficile à écarter. En effet, ces deux types de répartition géographique et administrative des champs politiques, économiques, culturels ou journalistiques ont deux conséquences directes.

D'une part, cela implique que les rapports sociaux dans ces champs et entre les champs du pouvoir ne sont pas les mêmes dans les deux pays. Bien plus qu'en Allemagne, la concentration géographique et sociale d'individus occupant les positions élevées de leur champ facilite en France la circulation entre dominants dans leur champ et entre les champs. Pour le dire autrement, la proximité géographique facilite une proximité sociale (et inversement). Nicolas Hubé (2008 : 67) souligne ainsi que « la presse quotidienne nationale française est produite à Paris, ce qui renforce les effets de proximité avec l'espace politique et le pouvoir ». Les différences spatiales des champs journalistiques français et allemands ont des conséquences sur les représentations du monde social, sur les pratiques mais également sur la propension à la

⁵ À l'exception des *Länder* de l'ancienne Allemagne de l'Est.

circulation (ne serait-ce qu'à l'intérieur du pays⁶) entre les champs ou au sein des champs.

La deuxième conséquence de ces différences dans la structuration des champs du pouvoir en France et en Allemagne est qu'elle complique considérablement la tâche du chercheur. Elles obligent ce dernier à prendre systématiquement en compte les représentations par les individus du champ national journalistique pour comprendre leur position, leurs visions du monde et leurs relations avec leurs pairs. Du fait d'une organisation administrative et politique différente (fédéralisme contre état centralisé) c'est aussi le rapport symbolique au champ national qui diffère. S'intéresser à une région particulière, comme dans le cadre du projet Infotransfront, nécessite de prendre en compte à la fois la position des enquêtés dans le champ national et leur rapport à cette position pour comprendre quel est leur intérêt à faire circuler certaines pratiques. Travailler dans un quotidien régional est-il appréhendé de la même manière par les journalistes français et allemands ? Est-ce aussi gratifiant des deux côtés de la frontière ? Alors qu'en France la seule assise locale ou régionale restreint souvent, d'un point de vue symbolique surtout, les individus aux positions basses du champ journalistique national, on peut supposer qu'en Allemagne l'organisation fédérale du pays limite ces représentations symboliques dépréciatives. Autrement dit, les dimensions locales, régionales et nationales doivent systématiquement être prises en compte et mises en relation afin de limiter les biais résultant des représentations symboliques propres à chaque pays et qui structurent en partie le rapport à la position occupée dans les champs nationaux. Rencontrer deux journalistes de la presse quotidienne régionale en France et en Allemagne, malgré une apparente homologie des situations, renvoie souvent à des représentations du monde social différentes chez les acteurs, à des positions distinctes dans le champ régional et donc à un rapport différent au champ national dans lequel les individus s'insèrent. Prendre en compte ces éléments est important car ils conditionnent les modalités, les finalités ou encore les formes de circulation des individus. Afin de dépasser l'opposition « régional/national » et limiter les biais nationaux, Michael Werner et Bénédicte Zimmermann (2003 : 22) proposent de croiser les échelles en étudiant particulièrement les phénomènes transnationaux : « [Le transnational] est [...] appréhendé en tant que niveau qui se constitue en interaction avec les précédents et qui génère des logiques propres, avec des effets

⁶ On peut en effet supposer que la forte concentration, à Paris, des agents qui occupent les positions les plus élevées au sein de leur champ, limite très considérablement la circulation au sein du champ national, et que les principales mobilités ascendantes dans le champ se font de la périphérie vers le centre (Paris).

de retour sur les autres logiques de structuration de l'espace ». Cette proposition, conjuguée à la prise en compte des contextes nationaux, peut être une stratégie de recherche pertinente afin de dépasser les spécificités de chaque champ national, qui compliquent ou biaisent la comparaison.

Rendre la comparaison France-Allemagne opératoire

D'autres problèmes théoriques, empiriques et méthodologiques doivent être soulignés lorsque l'on compare le champ politique français et allemand. De nombreux ouvrages consacrés à la méthode comparative pointent ces difficultés (Dogan, 1980 ; Jucquois, Vielle, 2000). Citons pêle-mêle le choix du nombre de terrain, l'échelle de la comparaison, l'approche inductive contre l'approche déductive, l'analyse quantitative ou qualitative, l'ethnocentrisme, l'universalisme, l'illusion de la transparence ou encore les pièges du langage et de la traduction. Daniel-Louis Seiler (2004 : 200) explique bien qu'un des grands dangers du comparatiste est de « penser que la maîtrise d'un schème conceptuel permettant de comprendre un phénomène social dans un pays donné rend forcément intelligible d'autres contextes nationaux ». Il ne s'agit pas ici de faire un bilan de la production scientifique sur ce thème mais plutôt d'insister sur une dimension souvent absente de ces travaux : les moyens que peut mettre en œuvre le comparatiste pour limiter ces difficultés⁷. L'approche ethnographique, accordant une large place à l'entretien et à l'observation, comporte une dimension dynamique qui permet à l'enquêteur d'adapter sa stratégie d'enquête en fonction de son degré de familiarité avec le terrain étudié. La comparaison oblige souvent le chercheur à s'adapter, parfois même durant un entretien ou une séance d'observation, au terrain d'enquête auquel il est le moins familier. En enquêtant sur les partis politiques français et allemands, il nous est arrivé à plusieurs reprises de rattraper des questions maladroites car ethnocentrées ou décalées dans le contexte allemand. Dans l'exemple suivant, nous questionnions un élu local SPD (*Sozialdemokratische Partei Deutschlands*) de Heidelberg, très bien implanté dans la ville, sur ses ambitions politiques. Durant l'entretien nous avons négligé l'échelon régional.

⁷ Les nombreux ouvrages qui traitent de la comparaison se concentrent principalement sur les moyens de construire un objet de recherche en s'appuyant sur la comparaison et sur les pièges à éviter et délaissent les moyens d'enquêter dans une approche comparée.

Enquêteur : *Quelles sont vos ambitions politiques pour le futur ?*

– Hum... Disons que j’aimerais briguer un poste plus haut placé. Après je ne sais pas si cela se fera, cela ne dépend pas que de moi évidemment.

Enquêteur : *Vous visez un mandat national ?*

– Un mandat national ?

Enquêteur : *Heu... Oui, je ne sais pas... Un mandat au Bundestag ?*

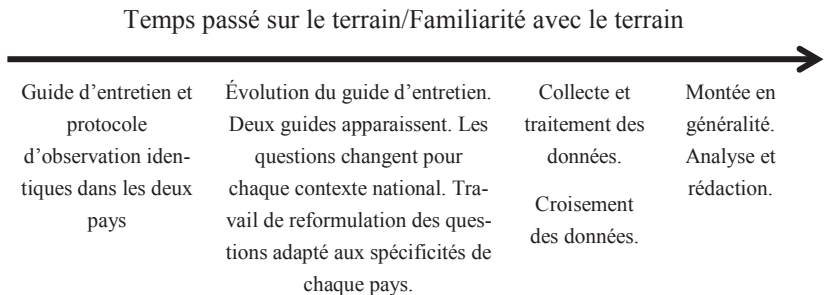
– (Rires) non, non. Je ne pensais pas à cela. Les choses se passent à Berlin mais les choses se passent aussi à Stuttgart pour nous. C’est quand même très important pour nous Stuttgart. Vous comprenez ?

Enquêteur : *Oui bien sûr, c’était ma question suivante : est-ce que vous souhaiteriez briguer un poste au Landtag ?*

– Oui, voilà. Mais comme je vous dis, cela ne dépend pas que de moi.

Dans cette situation, trop influencée par le cas français où les conseils régionaux sont très rarement cités comme un objectif par nos enquêtés, nous n’avions pas pensé que le *Landtag* puisse occuper une place aussi importante dans la hiérarchie politique et symbolique des mandats espérés. L’approche « par le bas », localisée⁸, a permis de modifier quasi-immédiatement le protocole d’enquête et de retravailler le guide d’entretien en insistant sur ce point. La méthode comparative est itérative et les hypothèses évoluent, se développent, s’arrêtent, réapparaissent en fonction des nouveaux éléments d’enquête. Dans le cas d’une enquête par entretiens et observations, le processus peut être résumé selon le schéma suivant :

Schéma 1 : les étapes de la recherche comparative



⁸ Sur l’approche localisée on se référera aux travaux de J.-L. Briquet et F. Sawicki (1989) et F. Sawicki (1988).

On constate que la deuxième phase est sûrement celle qui demande au chercheur le plus de flexibilité et d'adaptation car c'est celle où le terrain fait le plus évoluer le cadre et l'objet d'analyse. Pour autant, si le temps passé sur le terrain (ou la multiplication des séjours de recherche) augmente les connaissances des différents contextes nationaux, le danger de l'ethnocentrisme reste important. Un moyen de limiter ce risque, et qui n'est curieusement pas mis en avant dans les ouvrages de méthode comparative, consiste à mettre en place une collaboration avec un ou plusieurs chercheurs du pays dont l'enquêteur est le moins familier. La méthode comparative s'enrichit certainement en adoptant une démarche coopérative : se faire relire et critiquer, échanger, demander des informations complémentaires, confronter ses analyses avec celles d'un collègue autochtone, vérifier certaines informations, se faire conseiller afin d'explorer des pistes auxquelles le chercheur n'avait pas pensé ou au contraire que les chercheurs locaux n'avaient pas envisagées.

Analyser les phénomènes circulatoires demande de tenir compte des contextes nationaux et, de ce fait, d'adopter une démarche comparative. Celle-ci nécessite de la part du chercheur de multiples précautions à la fois théoriques et empiriques afin d'éviter les biais nationaux et pour limiter les risques d'ignorer certains mécanismes qui nécessitent une prise en compte des spécificités nationales. Pour comparer les phénomènes circulatoires et comprendre l'essence de ceux-ci, une question en apparence assez simple peut être développée : pourquoi des individus, des idées, des croyances ou des pratiques circulent ? Cette interrogation implique de prendre en compte la question des intérêts à la circulation.

Les intérêts à la circulation par les acteurs et les institutions

Il s'agit également d'apporter aux analyses sur la circulation un élément explicatif supplémentaire en introduisant une notion relativement délaissée en science politique et en sociologie : la question des intérêts, appréhendée ici sous l'angle des intérêts à la circulation pour les individus ou les institutions. Par « intérêts » on entendra les rétributions matérielles ou symboliques, pas toujours activement recherchées⁹, socialement construites en fonction de la position des individus dans les différents champs du monde social. Ces intérêts jouent souvent un rôle stimulant qui favorise ou incite à l'engagement

⁹ La question des intérêts sociaux a principalement été traitée sous l'angle économique en lien avec la théorie du *rational choice*. Il s'agit ici de ne pas considérer la question des « intérêts à... » sous un angle purement utilitariste ou matérialiste mais plutôt pour comprendre les incitations symboliques ou matérielles des individus à circuler ou faire circuler des pratiques et des idées.

dans des processus circulatoires. Ne peut-on pas supposer que les individus qui développent des pratiques circulatoires, dans les champs politiques ou journalistiques français et allemand, puissent également rechercher des rétributions à leur démarche ? Se demander quels intérêts les individus ont à s'engager dans ces processus permet à la fois d'étudier les origines et les modalités de la circulation et le sens que donnent les individus à ces stratégies. On peut également penser que les intérêts à la circulation (qui permettent par exemple de renforcer sa position dans le champ d'appartenance ou de garantir des rétributions matérielles ou symboliques, comme des postes, des titres, la reconnaissance de ses confrères, etc.¹⁰) sont le plus souvent dissimulés par les individus qui préfèrent mettre en avant des raisons nobles (volonté d'informer un public plus large, enrichir l'actualité, trouver de nouveaux sujets, etc.). Il appartient alors au chercheur d'étudier ces raisons. Se pencher sur cette question c'est réfléchir à la fois aux causes et aux buts de l'engagement ou de la circulation. Pierre Bourdieu, en parlant des agents qui font circuler des idées, explique pourquoi la prise en compte des intérêts dans les phénomènes circulatoires est importante. Il ajoute que certaines importations atypiques d'un champ national à un autre sont l'œuvre d'individus situés aux marges de leur champ ou à l'inverse sont faites par ceux qui ont intérêt à (faire) circuler pour améliorer leur position :

Qui sont les découvreurs et quels intérêts ont-ils à découvrir ? Je sais bien que le mot "intérêt" choque. Mais je pense que celui qui s'approprie, en toute bonne foi, un auteur et s'en fait l'introduit d'un auteur a des profits subjectifs tout à fait sublimes et sublimes, mais qui sont néanmoins déterminants pour comprendre qu'il fasse ce qu'il fait (Bourdieu, 2002 : 5).

Ne peut-on pas appliquer cette réflexion à la circulation des pratiques journalistiques en considérant que les journalistes ont également intérêt à découvrir et à faire découvrir des informations, des sujets ou des techniques journalistiques ? S'interroger sur la circulation transnationale dans un champ particulier implique donc de chercher qui sont ceux qui circulent et pourquoi ils ont intérêt à circuler (ou à faire circuler). Il peut s'agir comme le dit Pierre Bourdieu de préserver certaines positions – qui peuvent être régionale, nationale ou transnationale – dans le champ ou d'accéder à certaines positions difficilement accessibles autrement.

Plusieurs hypothèses peuvent être formulées pour appréhender les intérêts à la circulation des journalistes dans la Grande Région. On peut d'abord

¹⁰ Sur la question des rétributions, voir les travaux de D. Gaxie (1997 ; 2005) sur les rétributions du militantisme.

imaginer que les journalistes et leur rédaction trouvent un intérêt à importer des informations afin d'élargir et de fidéliser leur lectorat ou leurs auditeurs. Dans le cas de la Grande Région, qui compte de nombreux travailleurs transfrontaliers, on peut penser que les journalistes misent sur l'intérêt qu'ont les lecteurs/auditeurs pour l'actualité transfrontalière. Il peut donc y avoir un intérêt strictement économique et stratégique pour les médias régionaux à faire circuler l'information. On peut également émettre l'hypothèse que les journalistes circulent et font circuler des faits d'actualités pour améliorer leur position dans leur champ journalistique d'appartenance. Trouver des histoires originales, être le premier à relater des faits, faire preuve d'originalité, se démarquer au sein de sa rédaction permet au moins de maintenir sa position dans le champ, au mieux de l'améliorer en se démarquant de ses confrères. Il faudrait ici s'interroger sur la figure de l'envoyé spécial ou du correspondant. La *Saarbrücker Zeitung* et le *Saarländischer Rundfunk* ont ainsi chacun un correspondant à Paris, mais aucun à Metz¹¹. On peut penser que ces deux médias ont intérêt à importer des informations internationales et que les journalistes en place à l'étranger ont également intérêt, au moins pour garder leur poste, à exporter des faits d'actualités en Sarre. Une hypothèse à approfondir serait alors de considérer que les médias sarrois ont à la fois intérêt à faire part de ce qui se passe au cœur du champ médiatique et politique français et, puisque c'est à Paris que se concentrent les dominants du champ journalistique, d'y faire exister médiatiquement la Sarre. On peut également penser que les médias ont intérêt à faire circuler des techniques journalistiques (maquette, mise en scène, style, investigation, modèle économique, etc.) afin de préserver ou de renforcer leur position dans le champ journalistique. Les processus circulatoires peuvent aussi apporter des gratifications symboliques aux individus. Qu'il s'agisse de la reconnaissance des pairs, de rencontres, de contacts, d'amitiés ou d'échanges, on peut penser que les journalistes perçoivent des gains symboliques qui favorisent ces processus. Il faut également considérer l'hypothèse selon laquelle la circulation de l'information profite aux médias et à l'image des entreprises de presse, par l'extension de leur public, de leur diffusion ou par les échanges qu'ils peuvent nouer avec d'autres rédactions. Enfin, il faut évidemment souligner l'éventualité que les individus ou les institutions médiatiques n'aient pas d'intérêts à faire circuler l'information dans la Grande Région. L'absence d'attente du public ou de rétributions matérielles ou symboliques, combinée à une ligne rédactionnelle centrée sur le contexte régional ou national peut empêcher l'émergence de

¹¹ Ce qui peut être un indicateur de non-circulation des journalistes allemands dans la Grande Région.

phénomènes circulatoires. Il convient d'envisager que les entreprises de presse n'aient pas, ou peu, d'intérêts économiques, éditoriaux, symboliques à faire circuler dans un cadre transnational des informations. On remarque que se focaliser sur les intérêts à la circulation des acteurs ou des institutions fait à la fois émerger d'autres questions et que cette approche permet de penser aux mécanismes qui déclenchent, stimulent ou, à l'inverse, freinent les phénomènes circulatoires. Par exemple, la question des intérêts dans un cadre transnational peut également être appréhendée sous l'angle des circulations à la marge, non-institutionnalisées, furtives chez les agents des champs journalistiques français et allemands. On peut en effet penser que certains journalistes ont un intérêt, pas seulement professionnel, mais également culturel, du fait de leurs expériences et de leurs trajectoires biographiques, à se tenir informés de l'information de l'autre côté de la frontière. Enfin, lier la question des intérêts avec les difficultés de la comparaison franco-allemande que nous avons identifiées permet par ailleurs de prolonger les questionnements sur la circulation des informations dans la Grande-Région. En particulier, on peut se demander si les intérêts en jeu dans chaque champ national et régional se ressemblent et conduisent aux mêmes effets sur les processus circulatoires. Autrement dit, la comparaison des intérêts en jeu dans chaque champ permet de penser aux conditions et aux cadres de la circulation des informations et des individus.

Conclusion

Dans cette contribution nous avons essayé de pointer les liens entre circulation, comparaison et intérêts en montrant que l'étude des phénomènes circulatoires pouvait être enrichie en adoptant une perspective comparative qui prend en compte les intérêts des individus à circuler et faire circuler. La comparaison France-Allemagne, parce qu'elle oppose des espaces sociaux configurés différemment est difficile à mettre en place et nécessite des ajustements empiriques et théoriques de la part du chercheur. Il ressort également que la circulation transnationale des informations, des pratiques et des individus doit avant tout être appréhendée sous l'angle des spécificités des champs journalistiques régionaux, eux-mêmes intégrés dans des champs nationaux qui influencent les représentations et les intérêts qu'ont les agents à circuler d'un champ régional (et national) à un autre. En ce sens, les conditions de la circulation dans la Grande Région, et plus encore l'hypothèse d'un champ transnational journalistique dans la Grande Région, ne semblent possibles qu'à condition que certains enjeux ou trophées communs soient clairement recherchés par les agents sociaux de chaque côté de la frontière. C'est

peut-être sur ces enjeux en jeu dans le jeu qu'il faudra se focaliser pour dévoiler quelles sont les conditions et les formes de la circulation transnationale des informations journalistiques.

Références

- Benson R., Neveu E., 2005, « Introduction : Field Theory as a work in Progress », pp. 1-28, in : Benson R., Neveu E., éd., *Bourdieu and the journalistic field*, Cambridge, Polity Press.
- Bourdieu P., 1992, *Réponses*, Paris, Éd. Le Seuil.
- 2002, « Les conditions sociales de la circulation internationale des idées », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 145, pp. 3-8.
- 2005, « The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field », pp. 29-46, in : Benson R., Neveu E., éd., *Bourdieu and the journalistic field*, Cambridge, Polity Press.
- Briquet J. L., Sawicki F., 1989, « L'analyse localisée du politique. Lieux de recherche ou recherche de lieux ? », *Politix*, 2, 7-8, pp. 6-16
- Dogan M., 1980, *La Comparaison internationale en sociologie politique : une sélection de textes sur la démarche du comparatiste*, Paris, Librairies techniques.
- Durkheim É., 1895, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, Presses universitaires de France, 1956.
- Esser F., 1998, « Editorial Structures and Work Principles in British and German Newsrooms », *European Journal of Communication*, 13, 3, pp. 375-405.
- Frogner A. P., 2004, « Remarques introductives sur la méthodologie du comparatisme », pp. 163-166, in : Thiriot C., Marty M., Nadal E., dirs, *Penser la politique comparée. Un état des savoirs théoriques et méthodologiques*, Paris, Éd. Karthala.
- Gaxie D., 1977, « Économie des partis et rétributions du militantisme », *Revue française de science politique*, 27, 1, pp. 123-154.
- 2005, « Rétributions du militantisme et paradoxes de l'action collective », *Revue Suisse de Science Politique*, 11, 1, pp. 157-188.
- Hallin D. C., Mancini P., 2004, *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*, Cambridge, Cambridge University Press.

- Hassenteufel P., 2000, « Deux trois choses que je sais d'elle. Remarques à propos d'expériences de comparaison européennes », pp. 105-125, in : CURAPP, *Les méthodes au concret. Démarches, formes de l'expérience et terrains d'investigation en science politique*, Paris, Presses universitaires de France.
- 2005, « De la comparaison internationale à la comparaison transnationale. Les déplacements de la construction d'objets comparatifs en matière de politiques publiques », *Revue Française de Science Politique*, 55, 1, pp. 113-132.
- Hubé N., 2008, *Décrocher la « une ». Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne (1945-2005)*, Strasbourg, Presses universitaires de Strasbourg.
- Jucquois G., Vielle C., éd., 2000, *Le comparatisme dans les sciences de l'homme : approches pluridisciplinaires*, Bruxelles, De Boeck université.
- Le Bohec J., 1997, *Les rapports presse-politique. Mise au point d'une typologie « idéale »*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Mény Y., Surel Y., 2004, *Politique comparée*, Paris, Montchrestien.
- Pestre D., 2012, « Epistémologie et politique des science and transnational studies », *Revue d'Anthropologie des connaissances*, 6, 3, pp. 1-24.
- Pinçon M., Pinçon-Charlot M., 2004, *Sociologie de Paris*, Paris, Éd. La Découverte.
- Rouger A., 2008, « Comparer des terrains asymétriques : l'exemple d'une recherche sur la presse quotidienne régionale », pp. 164-170, in : Laville C., Leveneur L., Rouger A., *Construire son parcours de thèse. Manuel réflexif et pratique*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Sawicki F., 1988, « Question de recherche : pour une analyse locale des partis politiques », *Politix*, 1, 2, pp. 13-28.
- Seiler D. L., 2004, *La méthode comparative en science politique*, Paris, A. Colin.
- Vigour C., 2005, *La comparaison dans les sciences sociales. Pratiques et méthodes*, Paris, Éd. La Découverte.
- Weber M., 1904-1905, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, trad. de l'allemand par J.-P. Grossein, Paris, Gallimard, 2003.
- Werner M., Zimmermann B., 2003, « Penser l'histoire croisée : entre empirie et réflexivité », *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 58, 1, pp. 7-36.

Résumés – Zusammenfassungen

I. Espaces transfrontaliers, champs journalistiques et barrières linguistiques / *Grenzräume, journalistische Felder und Sprachbarrieren*

Christian Lamour, Champ journalistique et territorialité : Introduction aux relations média-territoire dans « l'Europe Sans Frontières »

L'objectif de cette contribution consiste à mettre en perspective les relations existant entre les mass media et l'organisation de l'espace à partir du concept de champ. Il présente le rôle fondamental des frontières étatiques dans le conditionnement des mass médias tout en questionnant l'intégration communautaire en Europe comme un facteur de mutation des relations entre champ journalistique et territoire. Après une mise en lumière de la dynamique champ-territoire dans le cadre des État-nations, un focus est réalisé à l'échelle européenne en prenant en considération Bruxelles et Luxembourg. La première capitale de l'Union est approchée comme un lieu d'organisation potentielle d'un champ embrassant l'ensemble des pays de l'UE alors que la seconde fait l'objet d'une réflexion sur l'organisation d'un champ métropolitain et transfrontalier, en étudiant notamment la presse quotidienne gratuite.

Christian Lamour, Journalistisches Feld und Territorialität: Einführung in die Beziehungen zwischen Medien und Territorium im „grenzenlosen Europa“

Der Beitrag zielt darauf ab, ausgehend vom Begriff des Feldes die Bezüge zwischen Massenmedien und der Organisation des Raums aufzuzeigen. Er unterstreicht die bedeutende Rolle der Staatsgrenzen für die Massenmedien und hinterfragt gleichzeitig die gemeinschaftliche Integration in Europa als Faktor der Veränderung der Beziehungen zwischen journalistischem Feld und Territorium. Zunächst geht er auf die Dynamik zwischen dem Konzept des Feldes und Nationalstaat ein, um dann die Fallbeispiele Brüssel und Luxemburg näher zu untersuchen. Brüssel, die „Hauptstadt“ der EU, wird als Ort des potenziellen Aufbaus eines transnationalen journalistischen Feldes verstanden, das die Gesamtheit der EU-Staaten umfasst; Luxemburg gibt dagegen Anlass zur Reflexion über die Struktur eines Feldes in einem gleichermaßen großstädtischen und grenzüberschreitenden Kontext.

Christian Wille, « B/Ordering » : Voisinage et arrangement socioterritorial en Grande Région. Mobilités – frontières – identités

Les acteurs chargés de la coopération politique régionale en Grande Région ont tendance à vouloir faire ressortir l'idée d'une identité transfrontalière assez marquée et souvent plus présente qu'elle ne l'est dans les faits afin de tirer à tout prix un bilan positif des efforts effectués en matière de coopération. Cette contribution se propose de traiter avec résultats empiriques à l'appui la possibilité (ou l'impossibilité) d'une telle identité. Nous regarderons en particulier les frontaliers et nous pencherons sur la question de savoir si l'on peut en effet déceler chez eux le développement d'une identité transfrontalière. Le profil des habitants du Luxembourg sera également étudié dans la mesure où ces habitants paraissent les plus enclins à avoir un rapport identitaire avec la Grande Région, compte tenu de la taille modeste de ce pays et la présence massive de frontaliers au Grand-Duché. Si l'on cherche à exploiter ces résultats, on peut s'apercevoir que les frontières sont vecteurs de constructions identitaires par le biais desquelles les identités transfrontalières sont susceptibles de se fixer grâce aux processus de « B/Ordering ». L'exploitation empirique de ses résultats oblige à observer de manière dissociée les frontières politico-administratives d'une part et les marquages de différences dans la vie quotidienne d'autre part.

Christian Wille, B/Ordering in der Großregion. Mobilitäten – Grenzen – Identitäten

Die Akteure der regionalpolitischen Zusammenarbeit in der Großregion bemühen oft die Vorstellung einer grenzüberschreitenden Identität, um Kooperationsfortschritte zu bilanzieren. Die (Un-)Möglichkeit einer solchen Identität wird in diesem Beitrag anhand von Befragungsergebnissen bei Grenzgängern und der Luxemburger Wohnbevölkerung diskutiert. Ihre theoretische Rückbindung zeigt, dass Grenzen konstitutiv sind für Identitätskonstruktionen. Somit können sich grenzüberschreitende Identitäten nur in Prozessen des B/Ordering herauskristallisieren. Ihre empirische Erschließung erfordert eine separate Betrachtung von politisch-administrativen Grenzen und alltagskulturellen Differenzmarkierungen.

Vincent Goulet et Bénédicte Toullec, Ce que le concept de « champ journalistique » peut dire sur l'espace médiatique transfrontalier de la Grande Région

Ce texte, à dimension exploratoire, propose de faire travailler le concept de « champ journalistique » sur l'espace de la Grande Région. D'un premier abord, cet espace médiatique apparaît fractionné, relativement compartimenté et régi par des logiques professionnelles avant tout nationales, si bien qu'il n'est pas possible de parler d'un « champ médiatique transfrontalier ». Cependant, l'analyse relationnelle en terme de champ permet justement d'identifier, en creux, les obstacles à une plus grande circulation des informations à travers les frontières. Des transformations structurelles dans les domaines démographiques, culturels et économiques peuvent également être, à long terme, plus favorables à l'émergence d'un champ médiatique que l'on qualifiera d'interrégional plutôt que de transfrontalier.

Vincent Goulet und Bénédicte Toullec, Was der Begriff des « journalistischen Felds » über eine grenzüberschreitende Medienöffentlichkeit in der Großregion aussagen kann

Der Beitrag versteht sich als explorativer Versuch, das Konzept des „journalistischen Feldes“ auf den Raum der Großregion anzuwenden. Dieser mediale Raum erscheint zunächst als zersplittert und vor allem von nationalen beruflichen Praktiken geprägt, so dass kaum von einem „grenzüberschreitenden journalistischen Feld“ gesprochen werden kann. Eine relationale Analyse im Sinne des Feldbegriffs erlaubt jedoch auf indirekte Art und Weise die Hindernisse, die einem besseren Informationsaustausch über Grenzen hinweg im Wege stehen, zu identifizieren. Strukturelle Veränderungen demographischer, kultureller und ökonomischer Art können so, auf lange Sicht, auch die Entstehung eines medialen Feldes begünstigen, das jedoch eher als interregional denn als grenzüberschreitend bezeichnet werden kann.

Marlis Prinzing et Roger Blum, Régions transnationales et barrières linguistiques : Comment le journalisme dépasse-t-il les frontières ?

Comment fonctionne le journalisme transfrontalier dans les espaces transnationaux et multilingues que constituent les régions Aix-la-Chapelle-Maastricht-Liège et Fribourg-en-Brisgau-Strasbourg-Bâle ? Quelles marques d'intérêt manifestent les médias à l'égard du voisin limitrophe ? Cela dépend de l'intérêt que manifeste la population pour celui-ci. Dans les régions où les échanges culturels et économiques sont intenses, les événements font davantage l'objet d'une couverture médiatique que dans les régions où la population vit plutôt en autarcie. Il en va de même pour les journalistes qui se

tiennent informés des événements dans le pays voisin et couvrent l'information en prenant en compte essentiellement la couverture événementielle. À l'exception du journal *La Meuse* à Liège qui se fait seulement l'écho des événements liés à sa propre région, tous les journaux observent ce qui se passe dans les contrées étrangères situées à proximité.

Marlis Prinzing und Roger Blum, Transnationale Regionen mit Sprachbarrieren: Wie überwindet der Journalismus die Grenzen?

Wie funktioniert grenzüberschreitender Journalismus in den beiden transnationalen und mehrsprachigen Regionen Aachen-Maastricht-Liège sowie Freiburg-Strasbourg-Mulhouse-Basel? Wie stark interessieren sich die Medien für die Nachbarschaft jenseits der Grenzen? Die Berichterstattung folgt dem Interesse der Bevölkerung. Dort, wo der kulturelle und wirtschaftliche Austausch stark ist, ist die Berichterstattung intensiver als dort, wo die Bevölkerung eher autark lebt. Entsprechend halten sich die Journalisten über die Ereignisse im benachbarten Ausland auf dem Laufenden und berichten stark ereignisbezogen. Alle beobachten die ausländische Nachbarschaft – mit Ausnahme der Zeitung *La Meuse* in Liège, die nur die eigene Region spiegelt.

II. Circulations transfrontalières des informations médiatiques : Études de cas dans la « Grande Région » / *Grenzüberschreitende mediale Informationsströme: Fallstudien aus der « Großregion »*

Patrick Wiermer, La géographie des informations de l'espace Sarre-Lor-Lux – centre et périphérie en Grande Région

Cette contribution résume les résultats d'une étude rédigée en langue allemande qui s'intitule « la géographie des informations dans l'espace Sarre-Lor-Lux – Centre et périphérie en Grande Région ». Cette étude a vu le jour lors de la rédaction d'un mémoire de master et a été étoffée à l'occasion de la confection d'un atlas de la Grande Région. En tout, ce sont plus de 15.000 articles provenant des quotidiens les plus importants qui ont été dépouillés selon des critères quantitatifs et qualitatifs dans les régions constituant la Grande Région. Cette étude émet un diagnostic actuel sur la Grande Région et la perception de cet espace : Sarre-Lor-Lux est un espace perçu par les citoyens non comme une région fermée, formée d'un seul tenant. Elle apparaît bien davantage comme le regroupement de points de repères (spatio-sociaux) situés au-delà de la frontière. Grâce à une méthode destinée à repérer la géographie des informations et mettre en évidence des espaces périphériques et centraux, ces points peuvent être répertoriés sur une carte. En fonction de

l'angle sous lequel les différents journaux les abordent, ces espaces semblent être perçus de manière très différente. Cette étude révèle ainsi non seulement qu'il existe des lacunes au niveau de la présence des médias en Grande Région mais aussi au niveau des journaux édités en Grande Région et propose des perspectives visant à surmonter ces faiblesses.

Patrick Wiermer, Die Nachrichtengeografie des Saar-Lor-Lox-Raums – Zentrum und Peripherie der Großregion

Der Beitrag fasst die Ergebnisse der Studie „Die Nachrichtengeografie des Saar-Lor-Lux-Raums – Zentrum und Peripherie der Großregion“ zusammen, die im Rahmen einer Diplomarbeit entstanden und für den Atlas der Großregion erweitert worden ist. Untersucht wurden über 15 000 Artikel aus den wichtigsten Tageszeitungen in den Teilregionen nach quantitativen und qualitativen Kriterien. Die Studie stellt dabei der Großregion und ihrer Wahrnehmung ein aktuelle Diagnose: Saar-Lor-Lux wird von den Bürgern nicht als geschlossene, flächenhafte Region wahrgenommen. Vielmehr erscheint sie als Ansammlung von (sozialräumlichen) Referenzpunkten jenseits der Grenze. Über den Ansatz der Nachrichtengeografie können diese Punkte kartografisch erfasst werden, wobei periphere und zentrale Räume der Großregion sichtbar werden. Räume, die je nach Blickwinkel der einzelnen Zeitungen äußerst unterschiedlich ausfallen. Die Studie zeigt somit mediale Defizite der Großregion, aber auch ihrer Zeitungen – und sie bietet Perspektiven zu deren Überwindung.

Julia Frisch, La couverture médiatique proposée par le conseil syndical interrégional SaarLorLux-Trier/Westpfalz : impacts médiatiques en Grande Région

Le conseil syndical interrégional SaarLorLux-Trier/Westpfalz est une assemblée transfrontalière active qui a été créée en 1976 et constitue la première assemblée de ce genre à avoir été fondée en Europe. Cette assemblée a pour mission d'assurer par-delà des frontières la coordination du travail syndical en Grande Région. Au sein de ce CSI, on recense huit associations syndicales issues de trois pays différents qui prennent position sur des thématiques régionales. En s'appuyant sur une étude quantitative et qualitative du dossier de presse complet de médias régionaux sélectionnés, on peut comprendre et mettre en évidence dans les régions-membres l'hétérogénéité de la couverture médiatique relative au travail du CSI depuis sa fondation. On constate un phénomène de forte asymétrie ainsi qu'une dominance sarroise à laquelle il semble y avoir plusieurs facteurs d'explications possibles. On pourrait citer non seulement l'histoire et l'organisation interne de l'assemblée elle-même

mais aussi les structures fortement divergentes des syndicats-membres ainsi que les spécificités de la presse régionale en Grande Région. La présente contribution s'attache à livrer un aperçu de la couverture médiatique, à expliquer les principaux modèles d'explication et à récapituler les enjeux qui relient le travail du CSI à sa résonance sur le plan médiatique.

Julia Frisch, Die Berichterstattung über den interregionalen Gewerkschaftsrat SaarLorLux-Trier/Westpfalz: Medienwirkungen in der Großregion

Der Interregionale Gewerkschaftsrat SaarLorLux-Trier/Westpfalz ist ein grenzüberschreitend aktives Gremium, das 1976 als erstes seiner Art in Europa gegründet wurde, um die Gewerkschaftsarbeit in der Großregion über die nationalen Grenzen hinweg zu koordinieren. Heute sind acht Gewerkschaftsbünde aus drei Ländern in diesem IGR vertreten und bringen dort ihre Positionen zu regionalen Themen ein. Anhand der Auswertung des vollständigen Pressespiegels in ausgewählten regionalen Medien auf quantitativer und qualitativer Basis lässt sich die Heterogenität der Berichterstattung über die Arbeit des IGR seit seiner Gründung in den beteiligten Regionen nachvollziehen und darstellen. Es zeigt sich hierbei eine starke Asymmetrie mit saarländischer Dominanz, für deren Erklärung es vielfältige Deutungsansätze gibt: Die Geschichte und die interne Organisation des Gremiums selbst, aber auch die stark divergierenden Strukturen der Mitgliedsgewerkschaften und die Besonderheiten der Regionalpresse der Großregion an sich können hierbei als Argumente herangezogen werden. Der vorliegende Beitrag gibt daher einen Überblick über die Berichterstattung, erläutert die zentralen Erklärungsmuster und fasst die Zusammenhänge zwischen der Arbeit des IGR und seiner Medienwirkung zusammen.

Delphine Buzy-Christmann, Dispositif de pérennisation de l'information culturelle transfrontalière : le cas de « Luxembourg et Grande Région Capitale européenne de la culture 2007 »

L'événement « Luxembourg et Grande Région Capitale européenne de la culture 2007 » a créé une situation informationnelle culturelle inédite en Grande Région stimulant la fonction d'*agenda setting* des médias issus de ce territoire. Cependant si cet événement a permis l'amorce d'une diffusion culturelle transfrontalière, qu'en est-il de la pérennisation de cette information une fois l'événement achevé ? Une étude menée auprès des coordinateurs régionaux de l'Espace Culturel Grande Région (ECGR), dispositif institutionnel qui a succédé à l'association « Luxembourg et Grande Région Capitale européenne de la culture 2007 », et des porteurs de projets ayant participé à

l'événement nous éclairera sur les enjeux liés à cette pérennisation de l'information culturelle transfrontalière. Une analyse de la production communicationnelle de l'ECGR nous invitera à nous interroger sur la construction de la médiation culturelle en Grande Région et sa capacité de diffusion de l'action menée.

Delphine Buzy-Christmann, Maßnahmen zur Verstetigung eines grenzüberschreitenden kulturellen Informationsaustauschs: Das Beispiel «Luxemburg und Großregion, Kulturhauptstadt Europas 2007»

Das Ereignis «Luxemburg und Großregion, Kulturhauptstadt Europas 2007» führte zu einer zuvor nie erreichten Menge von verfügbaren Informationen über Kulturveranstaltungen in der Großregion und beförderte die Rolle des *agenda setting* durch die Medien der Region. Wenn jedoch die Feier der Kulturhauptstadt den Keim für einen grenzüberschreitenden Informationsfluss über Kulturveranstaltungen gelegt hat, wie sieht es dann mit der Verstetigung dieser Informationsangebote nach Ablauf des Kulturhauptstadtjahres aus? Eine Studie unter den regionalen Koordinatoren des Kulturraums Großregion, der Nachfolge-Institution der Vereinigung «Luxemburg und Großregion, Kulturhauptstadt Europas 2007», und den Projektträgern zeigt die Herausforderungen für diese Verstetigung des grenzüberschreitenden Kulturaustauschs auf. Die Analyse der Öffentlichkeitsarbeit des Kulturraums Großregion hinterfragt den strukturellen Aufbau der Kulturarbeit und -vermittlung in der Großregion und seine Leistungsfähigkeit, dem Auftrag gerecht zu werden.

III. Circulation des concepts et comparaisons entre médias français et allemands / *Interkultureller Begriffs- und Methodentransfer und deutsch-französischer Medienvergleich*

Michael Meyen, Le concept de champ journalistique en Allemagne. Transfert et potentiel d'utilisation

Cette contribution se propose de répondre à la question de savoir pourquoi la conception bourdieusienne du champ n'a toujours pas trouvé de réel écho dans le monde de la recherche journalistique germanophone. Cet article évoquera, dans un premier temps, les raisons pour lesquelles ces textes ont tardé à faire l'objet d'une réception au sein de l'espace germanophone. Dans le droit fil de Bourdieu, il cherchera à préciser la position des sciences de la communication dans le champ scientifique en Allemagne, ainsi que l'habitus des collègues qui espéraient récupérer une forme de capital symbolique en s'appuyant sur les travaux de Niklas Luhmann tandis que leurs confrères qui

s'étaient inspirés de travaux à connotation marxiste dans les 30 dernières années ont, en général, plutôt perdu en notoriété. Dans un second temps, cet article présentera notre interprétation des outils conceptuels proposés par Pierre Bourdieu et la méthode d'enquête dont nous nous sommes servis pour mettre en œuvre de manière empirique cette théorie (entretiens semi-directifs avec 501 journalistes allemands).

Michael Meyen, Der Begriff des journalistischen Felds in Deutschland. Transfer und Anwendungspotenziale

Der Aufsatz fragt, warum Bourdieus Feldkonzeption in der deutschsprachigen Journalismusforschung nach wie vor nicht wirklich angekommen ist, obwohl spätestens seit der zweiten Hälfte der 1990er Jahre bekannt ist, dass die Kolleginnen und Kollegen in Frankreich diese Theorie mit Erfolg nutzen, obwohl die Sprachbarriere durch Übersetzungen und Einführungen in das Werk Bourdieus etwa ab dem gleichen Zeitpunkt gefallen sein dürfte und obwohl es inzwischen auch in Deutschland einige (wenige) Adaptionen gibt. Bei der Suche nach den Gründen für diese schleppende Rezeption wird im ersten Abschnitt ganz im Sinne Bourdieus sowohl mit der Position der Kommunikationswissenschaft im wissenschaftlichen Feld argumentiert als auch mit dem Habitus der Kolleginnen und Kollegen, die gehofft haben, durch die Berufung auf Niklas Luhmann symbolisches Kapital zu gewinnen, während die Arbeit mit marxistischen Ansätzen in Deutschland in den vergangenen 30 Jahren eher mit einem Reputationsverlust verbunden zu sein schien. Anschließend wird meine eigene Konzeption des journalistischen Feldes skizziert – eine Deutung von Bourdieus Denkinstrumenten, die mit Hilfe von Leitfadenterviews (N=501) umgesetzt wurde.

Valérie Robert, Acteurs ou témoins ? Le récit des affaires politiques dans la presse française et allemande

Les affaires et scandales politiques sont un domaine dans lequel la France et l'Allemagne diffèrent, tant dans la culture politique que dans leur traitement médiatique. Afin de comparer les représentations respectives du rôle social des journalistes et leurs pratiques effectives, la contribution analyse les affaires Wulff en Allemagne et Woerth-Bettencourt en France. L'accent est mis sur leur dimension de « feuilletons », c'est-à-dire de récits à la fois simultanés et sérialisés dans la presse quotidienne (nationale et régionale en France, supra-régionale et régionale en Allemagne), magazine et en ligne. Il apparaît que les journalistes français, dans leur grande majorité, n'interviennent pas dans les affaires en tant que tels, ne cherchent pas explicitement à influencer l'agenda politique en tant que groupe social spécifique, « associés-rivaux »

des politiques. Il semble que cette rivalité, ce conflit de légitimité soient plus prononcés et plus explicites en Allemagne, où la presse se caractérise aussi par un discours plus affirmé, celui d'une profession attachée à ses prérogatives.

Valérie Robert, Akteure oder Zeugen? Die Behandlung politischer Affären in der deutschen und französischen Presse

In Frankreich und Deutschland unterscheidet sich die Art und Weise, wie man mit politischen Affären und Skandalen umgeht, sowohl auf der Ebene der politischen Kultur als auch auf der Ebene des Umgangs der Medien mit diesen Themen. Um die jeweiligen Repräsentationen von der sozialen Rolle der Journalisten und ihrer Berufspraxis zu vergleichen, analysiert der Beitrag die Wulff-Affaire in Deutschland und die Affaire Woerth-Bettencourt in Frankreich. Der Fokus liegt auf ihrer „seriellen“ Dimension, das heißt auf der gleichzeitig simultanen und stetig fortgesetzten Berichterstattung in der Tagespresse, in Zeitschriften und in der online-Presse. Die Analyse zeigt, dass die meisten französischen Journalisten nicht direkt in die Affären eingreifen und auch als soziale Gruppe nicht explizit versuchen, die politische Agenda zu beeinflussen. Es scheint, dass die Rivalität zwischen Politikern und Journalisten und der ihr zu Grunde liegende Legitimationskonflikt in Deutschland viel expliziter ausgedrückt werden. Die deutsche Presse zeichnet sich so durch einen selbstbewussteren Diskurs einer Profession aus, die auf ihren Vorrechten beharrt.

Martin Baloge, Outils de la comparaison et intérêts à la circulation dans le cadre franco-allemand

Ce texte entend proposer une double réflexion sur 1) les intérêts à la circulation transnationale des acteurs politiques et médiatiques et 2) sur la comparaison transnationale. Il s'agit de comprendre quels sont les mécanismes qui disposent (ou limitent) les individus à faire circuler des pratiques, des idées, des biens matériels ou symboliques, etc. Pour comprendre ces processus transnationaux, l'outil comparatif semble indispensable. Mais la comparaison reste un moyen d'analyse difficile à mobiliser, y compris dans le cas franco-allemand. Le risque est de proposer, au mieux, une analyse comparée incomplète ou, au pire, une analyse biaisée qui applique de manière automatique à un champ national les propriétés d'un autre champ national. Ce texte entend donc proposer une réflexion sur les concepts de champ et d'intérêt afin de les rendre opératoires dans le cadre d'études transnationales et comparatives.

Martin Baloge, Vergleich als Werkzeug und Interessen im transnationalen Austausch im deutsch-französischen Kontext

Der Aufsatz schlägt eine doppelte Reflexion vor: 1. über die Interessen der Akteure aus Politik und Medien im transnationalen Austausch; 2. über den transnationalen Vergleich. Er möchte so einen Beitrag zum Verständnis der Mechanismen beitragen, die Individuen dazu bringen, Praktiken, Ideen, materielle oder symbolische Güter etc. auszutauschen – oder, im Gegenteil, sie davon abhalten. Um diese transnationalen Prozesse zu verstehen, muss auf die Methode des Vergleichs zurückgegriffen werden. Aber der Vergleich stellt kein einfaches Analyseinstrument dar, auch im deutsch-französischen Rahmen. Es besteht das Risiko, bestenfalls eine unvollständige vergleichende Analyse vorzunehmen oder, schlimmstenfalls, eine verzerrte Analyse, die quasi automatisch auf ein nationales Feld die Eigenschaften eines anderen anwendet. Der Beitrag möchte also die Konzepte des Feldes und des Interesses bezüglich ihrer Leistungsfähigkeit für transnationale und vergleichende Studien hinterfragen.

Auteurs – Autorinnen und Autoren

Martin BALOGE est doctorant en science politique à l'université Paris 1-Panthéon Sorbonne (CESSP – Centre européen de sociologie et de sciences politiques). Membre du comité de rédaction de la revue franco-allemande *Trajectoire* éditée par le CIERA et du collectif de recherche SPEL (Sociologie Politique des Élections), il mène actuellement une thèse qui porte sur le travail de représentation des parlementaires français et allemands en matière de politiques fiscales.

Martin BALOGE ist Doktorand der Politikwissenschaften an der Universität Paris 1-Panthéon Sorbonne (CESSP-CRPS) und Redaktionsmitglied der deutsch-französischen Zeitschrift *Trajectoire*, die gemeinsam vom Interdisziplinären Zentrum für Deutschlandstudien und -forschung (CIERA) und der Forschungsgruppe SPEL (Sociologie Politique des Élections) herausgegeben wird. Zur Zeit promoviert er über die Lobbyarbeit deutscher und französischer Parlamentarier in der Fiskalpolitik.

mbaloge@gmail.com

Roger BLUM ist emeritierter Professor für Medienwissenschaft der Universität Bern und Journalist. Er präsidiert zudem die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen der Schweiz (UBI). Seine Themenschwerpunkte sind: Mediensysteme, politische Kommunikation, Medienpolitik, Journalistik und Mediengeschichte. Er hatte in Basel Geschichte und Staatsrecht studiert und lebt heute in Köln.

Roger BLUM est professeur émérite en sciences des médias à l'Université de Berne et exerce également une activité de journaliste. Il est président de l'Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de radio-télévision (AIEP) en Suisse. Ses thèmes de recherche sont les suivants: systèmes des médias, communication politique, politique des médias, journalisme et histoire des médias. Il a fait des études d'histoire et de droit public à Bâle et vit actuellement à Cologne.

mail@roger-blum.ch

Delphine BUZY-CHRISTMANN est doctorante en Sciences de l'information et de la communication au sein du Centre de recherche sur les médiations (CREM) de l'université de Lorraine. ATER à l'IUT-Charlemagne de Nancy son travail de recherche porte notamment sur la traduction communicationnelle de

l'événement « Luxembourg et Grande Région Capitale européenne de la culture 2007 », la construction des publics culturels transfrontaliers et les identités stratégiques des régions participantes.

Delphine BUZY-CHRISTMANN ist Doktorandin der Informations- und Kommunikationswissenschaften am Centre de recherche sur les médiations (CREM) der Universität de Lorraine und Dozentin (ATER) am IUT-Charlemagne in Nancy. Ihre Forschungen befassen sich mit der Kommunikationspolitik um das Großereignis „Luxemburg und Großregion – Kulturhauptstadt Europas 2007“, der Entstehung einer grenzüberschreitenden kulturellen Öffentlichkeit sowie mit strategischen Identitätszuschreibungen der beteiligten Regionen.

delphine.buzy@wanadoo.fr

Julia FRISCH studierte Französische Kulturwissenschaften und Interkulturelle Kommunikation, Informationswissenschaft und Neuere Geschichte und forscht an der Universität des Saarlandes über interkulturelle Organisationskommunikation und ihre Auswirkungen auf die grenzüberschreitende Zusammenarbeit in Europa.

Julia FRISCH a fait des études de sciences culturelles françaises et de communication interculturelle, de sciences de l'informations et d'histoire moderne. Elle enseigne à l'Université de la Sarre où elle effectue des recherches portant sur la communication interculturelle des organisations et son impact sur la coopération transfrontalière en Europe.

j.frisch@mx.uni-saarland.de

Vincent GOULET est sociologue, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université de Lorraine et dirige le programme de recherche « Infotransfront » depuis 2010. Ses autres thèmes de recherche sont les réceptions des informations médiatiques dans les milieux populaires (*Médias et classes populaires. Les usages ordinaires des informations*. Bry-sur-Marne, Éditions de l'INA, 2010), la construction sociale des stéréotypes et du « sens commun », ainsi que la sociologie du goût et des pratiques culturelles.

Vincent GOULET ist Soziologe, Dozent in den Informations- und Kommunikationswissenschaften an der Universität de Lorraine und seit 2010 Leiter des Forschungsprojekts „Infotransfront“. Darüber hinaus arbeitet er über die Rezeption von Medieninformationen in populären Milieus (*Médias et classes*

populaires. Les usages ordinaires des informations. Bry-sur-Marne, Éditions de l'INA, 2010), über die soziale Konstruktion von Stereotypen sowie zur Soziologie des Geschmacks und kultureller Praktiken.

vincent.goulet@univ-lorraine.fr

Christian LAMOUR, titulaire d'un Master en politique de développement régionale (université de Strasbourg) est chercheur depuis 2001 au CEPS/Instead, le centre de recherche publique du Grand-Duché du Luxembourg. Il mène actuellement au Centre de recherche sur les médiations (université de Lorraine) une thèse en sciences de l'information et de la communication intitulée « Métropolisation transfrontalière et champ médiatique. Interactions "Ville-Presses Gratuites" et effets frontières ».

Christian LAMOUR hat ein Master-Studium in regionaler Entwicklungspolitik an der Universität Straßburg abgeschlossen. Er forscht seit 2001 am Luxemburger Forschungszentrum CEPS/Instead. Derzeit promoviert er in den Informations- und Kommunikationswissenschaften am Centre de recherche sur les médiations (CREM) der Universität de Lorraine zu grenzüberschreitender Metropolenbildung und Medien am Beispiel der Wechselwirkungen und Nebeneffekte des Verhältnisses von Stadt und Gratiszeitungen in der Grenzregion.

christian.lamour@ceps.lu

Michael MEYEN hat noch in der DDR begonnen, Journalistik zu studieren. In der Bundesrepublik folgten Promotion (1995) und Habilitation (2011) an der Universität Leipzig zu kommunikationshistorischen Themen. Seit 2002 ist er Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität München.

Michael MEYEN a commencé ses études de journalisme en RDA. Il a ensuite poursuivi ses études en République Fédérale d'Allemagne, à l'Université de Leipzig où il a soutenu sa thèse en 1995, puis passé son habilitation en 2011. Ces deux travaux de recherche portaient sur des sujets relatifs à l'histoire de la communication. Il est titulaire depuis 2002 d'une chaire à l'Institut de sciences de la communication et de recherche sur les médias à l'Université de Munich.

meyen@ifkw.lmu.de

Marlis PRINZING ist Professorin für Journalistik an der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in Köln und leitet die Forschungskommission und den Forschungsverein der Macromedia ganz Deutschlands. Sie ist zudem als Journalistin, Moderatorin und Buchautorin tätig. Ihre Themenschwerpunkte sind: Journalismusforschung, Medienethik, Mediensysteme, politische Kommunikation, Journalismuskulturen. Sie hatte in Regensburg und Tübingen Geschichte, Politikwissenschaft und Mathematik studiert.

Marlis PRINZING est titulaire d'une chaire de journalisme à la Macromedia University for Media and Communication de Cologne et est présidente de la commission de recherche et de l'association de recherche de Macromédia pour l'Allemagne. Elle exerce également des activités de journaliste, d'animatrice et d'écrivain. Ses recherches se concentrent sur les thèmes suivants : recherche sur le journalisme, éthique des médias, systèmes des médias, communication politique, cultures du journalisme. Elle a suivi des études universitaires d'histoire, de sciences politiques et de mathématiques à Ratisbonne et Tübingen.

m.prinzing@mhmk.org

Valérie ROBERT est maître de conférences en Etudes germaniques à l'université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 et est membre du CEREG (Centre d'études et de recherches sur l'espace germanophone, EA 4223). Elle codirige le Master professionnel de formation à la pratique du journalisme européen, parcours allemand. Domaines de recherche : polémiques entre intellectuels, linguistique appliquée à l'analyse des genres de discours (en particulier dans la presse), structuration du champ journalistique en Allemagne. Dernière publication : *La presse en France et en Allemagne. Une comparaison des systèmes*. Paris, PSN, 2011.

Valérie ROBERT unterrichtet Deutschlandstudien an der Universität Sorbonne Nouvelle – Paris 3 und ist Mitglied des CEREG (Centre d'études et de recherches sur l'espace germanophone). Sie ist mitverantwortlich für den berufsorientierten Master Europäischer Journalismus mit Schwerpunkt deutschsprachiger Raum. Ihre Forschungsfelder sind: intellektuelle Debatten, angewandte Diskurslinguistik, insbesondere in Hinblick auf die Presse, sowie Medien- und Journalismusstrukturen Deutschlands. Zuletzt veröffentlichte sie *La presse en France et en Allemagne. Une comparaison des systèmes*. Paris, PSN, 2011.

valerie.robert@univ-paris3.fr

Bénédicte TOULLEC est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université de Rennes 1, membre du CRAPE (Centre de Recherches sur l'Action Politique en Europe), du CREM et du REJ (Réseau d'études du journalisme). Elle étudie les processus d'innovation médiatique, la réorganisation au sein des rédactions de la Presse Quotidienne Régionale (avec l'avènement du numérique), les stratégies de développement de nouvelles offres aux publics (applis mobiles d'information, services en ligne...). Dans le cadre du programme « Infotransfront », elle mène ses recherches sur la reconfiguration des relations interactorielles dans les espaces locaux et interrégionaux.

Bénédicte TOULLEC unterrichtet Informations- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Rennes 1 und ist Mitglied des Centre de Recherches sur l'Action Politique en Europe (CRAPE), des CREM und des Netzwerks für Journalismusstudien REJ. Ihre Forschungsarbeiten umfassen mediale Innovationsprozesse, die Reorganisation von Redaktionen regionaler Tageszeitungen im Kontext des Internet sowie Entwicklungsstrategien für neue Medienangebote wie Informations-Apps oder Online-Dienste. Im Rahmen des Programms „Infotransfront“ arbeitet sie über die Neuausrichtung der Beziehungen zwischen Medienakteuren in lokalen und regionalen Räumen.

benedicte.toullec@univ-rennes1.fr

Christoph VATTER ist Juniorprofessor für Interkulturelle Kommunikation in der Fachrichtung Romanistik der Universität des Saarlandes und Programmbeauftragter des deutsch-französischen Studiengangs Deutsch-französische Studien: grenzüberschreitende Kommunikation und Kooperation. Er ist deutscher Kooperationspartner im Lehr- und Forschungsprogramm „Infotransfront“. Seine Forschungsschwerpunkte sind Interkulturelle Kommunikation und Diversity, französische Kultur- und Medienwissenschaft, Gedächtnis und Erinnerungskultur sowie Kanada- und Québec-Studien.

Christoph VATTER est professeur en communication interculturelle au sein du département de français de l'Université de la Sarre et chargé de la filière binationale d'études franco-allemandes : communication et coopération transfrontalières. Il est le responsable allemand de l'enseignement et de la recherche dans le cadre du programme de coopération « Infotransfront ». Ses domaines de recherche sont la communication interculturelle et « la diversité », les sciences culturelles et les sciences des médias, la mémoire et la culture du souvenir ainsi que des études relatives au Canada et au Québec en particulier.

c.vatter@mx.uni-saarland.de

Patrick WIERMER lebt und arbeitet in Saarbrücken. Neben seinem Studium der Kulturwissenschaften mit Schwerpunkt Kulturgeographie an der Universität des Saarlandes und Paris IV Sorbonne arbeitete er in der Onlineredaktion des Saarländischen Rundfunks und produzierte Hörfunkbeiträge für SR 3 und SR 2 Kulturradio. Nach seiner Ausbildung zum Redakteur (journalistisches Volontariat) beim *Trierischen Volksfreund* arbeitet er seit 2011 bei der Saarländische Wochenblatt Verlagsgesellschaft.

Patrick WIERMER vit et travaille à Sarrebruck. Il a fait des études de sciences culturelles et s'est spécialisé dans le domaine de la géographie culturelle tout en travaillant en parallèle au sein de l'équipe de rédaction en ligne de la Saarländischer Rundfunk. Il est l'auteur de contributions destinées aux stations de radio SR 3 et SR 2 Kulturradio. Il a suivi une formation de rédacteur (dans le cadre d'un volontariat en journalisme) au sein de la rédaction du *Trierischer Volksfreund* et travaille depuis 2011 pour la maison d'édition sarroise Wochenblatt.

p.wiermer@gmx.net

Christian WILLE (Dr. rer. soc. phil.) ist Sozial- und Kulturwissenschaftler und arbeitet als Projektkoordinator an der Universität Luxemburg (Unité de Recherche IPSE – Identités, Politiques, Sociétés, Espaces). Er hat in Luxemburg und Saarbrücken promoviert und an den Universitäten Saarbrücken, Lothringens und Luxemburg gelehrt. Seine Arbeitsgebiete sind Grenzraumstudien und kulturwissenschaftliche Raumforschung mit Schwerpunkt Großregion. Christian Wille ist Autor des kürzlich erschienen Buchs *Grenzgänger und Räume der Grenze. Raumkonstruktionen in der Großregion SaarLorLux* (Peter Lang-Verlag, 2012).

Christian WILLE (Docteur en sciences humaines et sociales) est chercheur en sciences sociales et culturelles et travaille en tant que coordinateur de projet à l'université du Luxembourg (Unité de Recherche IPSE – Identités, Politiques, Sociétés, Espaces). Il a fait une thèse en cotutelle avec les universités de Luxembourg et de la Sarre et enseigné au sein des universités de Sarrebruck, de Lorraine et du Luxembourg. Ses thématiques de travail se concentrent sur des analyses portant sur les espaces transfrontaliers et plus particulièrement sur le thème de la Grande Région. Christian Wille est l'auteur de l'ouvrage : *Grenzgänger und Räume der Grenze. Raumkonstruktionen in der Großregion SaarLorLux* (2012, Éditions Peter Lang).

christian.wille@uni.lu

A quelles conditions les informations médiatiques peuvent-elles passer les frontières ? Outre la barrière des langues, quels sont les obstacles à leur circulation ? Pourquoi est-il finalement si difficile de construire un espace médiatique européen ? Les textes de cet ouvrage étudient plus particulièrement la « Grande Région » (Lorraine, Sarre, Rhénanie-Palatinat, Luxembourg et Wallonie) mais questionnent aussi d'autres régions frontalières d'Europe. Il apparaît que les logiques de production médiatique restent nationales malgré les discours de coopération transfrontalière et d'intégration européenne. Les comparaisons internationales ou l'usage du concept de champ journalistique peuvent alors contribuer à une meilleure connaissance des phénomènes médiatiques européens.

Unter welchen Bedingungen zirkulieren Medieninformationen über Grenzen hinweg? Welche Hindernisse stehen dem grenzüberschreitenden Informationsfluss im Weg? Warum erweist sich der Aufbau einer europäischen Medienöffentlichkeit als so schwierig? Diese Fragen stehen im Zentrum dieses Bandes. Die Analysen sind insbesondere der sog. „Großregion“ (Lothringen, Saarland, Rheinland-Pfalz, Luxemburg, Wallonien) gewidmet, um davon ausgehend den Fokus auf andere europäische Grenzräume zu erweitern. Die Autoren zeigen auf, dass die Mechanismen der Medienproduktion weitgehend national geprägt bleiben und so den transnationalen Informationsfluss erschweren – allen Diskursen zur grenzüberschreitenden Kooperation und europäischen Integration zum Trotz. Die interkulturell-vergleichenden Ansätze und verwendeten wissenschaftlichen Konzepte, z.B. das des „journalistischen Feldes“ (Bourdieu), tragen so zu einem besseren Verständnis europäischer Medienphänomene bei.