

Symbolic Power and Social Justice

Camelia BECIU, Mirela LAZAR
Université de Bucarest (Roumanie)

Le discours médiatique comme relation de pouvoir symbolique : pratiques de médiatisation de la diaspora

Media discourse as a symbolic power relation: Practices of mediatisation of the Diaspora

Abstract: Starting from the way the Romanian media have positioned themselves vis-à-vis the social actors of migration in the context of the recent electoral campaigns, in this study we address the discursive construction of a specific symbolic power relationship, namely that of inclusive otherness. We demonstrate that journalists construct this power relationship through multiple types of positions, including an ambivalent or ambiguous configuration. In this regard, the research tool operationalizes the mechanisms of “positioning” and “representation” established in discourse analysis and which are applied to a corpus made up of news and electoral programs on two commercial television channels.

Keywords: discourse, positioning, representation, otherness, modes of engagement, discourse analysis, Diaspora

1. Introduction

L'une des affirmations courantes de la littérature sur l'analyse du discours fait référence à la manière dont les acteurs sociaux construisent – à travers le discours – des relations ou des positions envers les interlocuteurs et les publics. La théorie critique de Foucault reste une source essentielle à cet égard. Selon le philosophe français, l'analyse du discours étudie la manière dont les discours sont formés, diffusés et reproduits dans diverses situations et contextes. L'objet de l'analyse du discours consiste en l'analyse des conditions de production du discours –

formule devenue canonique. Selon l'auteur, les règles de production des discours couvrent un large éventail, depuis les conditions textuelles aux conditions matérielles¹.

Les règles textuelles renvoient à un ensemble d'énoncés de base adaptés à un domaine, à la situation de communication et aux contextes sous-jacents: ce qui peut être dit et vu (contenu thématique), normes à respecter (contenu juridique et procédural, par exemple, critères de compétence, sanction, etc.) et des valeurs fondamentales (un ordre symbolique, par exemple, par l'accomplissement des rituels). Ces énoncés sont objectivés à travers des textes fondamentaux (spécifiques d'un domaine), des langages et des vocabulaires, des modalités stylistiques et, enfin et surtout, à travers un réseau d'institutions, de structures et de normes – un « dispositif » par le biais duquel se manifeste l'action institutionnelle et s'organise la connaissance spécifique d'un domaine.

Les règles textuelles se croisent avec des éléments matériels – scénographies, objets, supports technologiques, etc. –, constituant ensemble la « source » de la légitimité des acteurs sociaux vis-à-vis des interlocuteurs.

Les acteurs sociaux utilisent, sous des formes spécifiques, les règles discursives associées à un domaine pour se positionner, par le discours, face à leurs destinataires, en construisant certaines relations avec eux et à l'égard des sujets abordés. En d'autres termes, les discours, en tant qu'expression de règles de production socialement instituées, permettent aux acteurs sociaux d'énoncer à partir d'une certaine position, c'est-à-dire de (ré) affirmer certains attributs, un rôle, un statut et donc, une forme de reconnaissance de la part des interlocuteurs / publics (bien sûr, dans les dynamiques interactionnelles et de communication, le positionnement d'un acteur social peut aussi générer une non-reconnaissance par l'autre).

En s'assumant un discours, les acteurs sociaux se positionnent comme des énonciateurs au sein d'un régime discursif, recourant à diverses pratiques discursives, mais qui sont l'expression de règles de production similaires, ce qui permet à l'énonciateur d'engendrer un positionnement par rapport à ses destinataires. Chez Foucault, ce qui prévaut n'est pas tant le contenu propositionnel ou ce que dit l'acteur social, mais comment cet acteur finit par dire ce qu'il dit, comment il légitime son droit de faire ces affirmations devant les interlocuteurs; comment l'acteur social s'approprie, en tant qu'énonciateur, des énoncés

¹ Pour la variété des conditions de production du discours, voir l'opérationnalisation de cette prémisse, entre autres, dans l'analyse multimodale du discours.

de base spécifiques d'un champ de connaissance et d'action, en utilisant des pratiques discursives matérielles et symboliques. Ainsi, selon Bacchi et Bonham (2014), chez Foucault « les affirmations ne sont pas importantes pour le langage ou le contenu des revendications, mais pour la manière dont elles établissent l'autorité de celui qui est dans un 'régime de vérité' » (187). L'effet de « vérité » et d'autorité résulte précisément du fait que le discours en question peut être encadré dans un régime discursif – une variété de discours articulés à travers des pratiques discursives hétérogènes relevant de règles de production socialement définies.

Autrement dit, les discours ne devraient pas être analysés de manière autonome, comme s'ils étaient l'expression absolue d'un acteur social, mais en relation les uns avec les autres (avec les discours précédents de cet acteur, d'autres acteurs, etc.). De ce point de vue, tout discours fait partie d'une archive (Foucault 1969), au sens où il reproduit et, le cas échéant, disloque / interpelle d'autres discours (au sein d'un même régime discursif ou appartenant à d'autres régimes discursifs). Cela signifie en outre que le « pouvoir » du discours découle de la capacité de l'acteur social à énoncer dans un régime discursif.

Ainsi, les acteurs sociaux mobilisent des pratiques sociales prédéfinies qui « circulent » au niveau des réseaux de discours (par exemple, un discours libéral présuppose une position par rapport aux autres discours libéraux, faisant partie du même régime discursif, mais aussi par rapport aux discours pertinents pour d'autres régimes discursifs). D'où, une compréhension du concept de pouvoir comme relation non linéaire, qui ne se réduit pas à l'action exercée par un acteur social sur un autre acteur social; l'action est perçue comme un pouvoir précisément parce qu'elle est couramment pratiquée à travers de réseaux et divers mécanismes discursifs dans des contextes différents, appropriés par des acteurs de statut différent.

En d'autres termes, si un discours s'impose à un moment donné, ce n'est pas seulement parce que l'acteur social énonce en fonction de son statut, en utilisant des pratiques socialement établies de contrôle / pouvoir, ou de résistance, mais aussi parce que ces pratiques circulent et sont reproduites à travers une multitude de formes (mais, le discours respectif laissera l'impression que son impact est dû exclusivement au communicateur; or, ses conditions de production devraient être prises en compte, y compris la compétence du communicateur à se situer dans un certain régime discursif).

Paradoxe de la recherche en analyse du discours, bien que la perspective foucauldienne du discours soit l'une des plus invoquées, ces

travaux mettent souvent en évidence la construction discursive de rapports binaires, exclusifs et « nets » (Winter et Kron 2009) entre interlocuteurs. Les stratégies de discours et les catégories linguistiques qui les soutiennent sont interprétées dans la perspective des relations de pouvoir linéaires (Winter et Kron 2009), du type nous *vs* eux, domination *vs* résistance, supériorité *vs* infériorité symbolique, etc. Or, à travers le discours, le positionnement de l'acteur social et, par conséquent, les relations de pouvoir peuvent être configurés de différentes manières, significatives à la fois pour le « contrôle » et la « résistance », ou à travers un positionnement progressif dans un régime discursif de « contrôle » ou de « résistance ».

Cela veut dire que la relation de pouvoir entre les locuteurs ou celle établie par un acteur social (par exemple, les médias) peut être construite de manière discursive à travers des positions polyvalentes, qui appartiennent simultanément à différents régimes d'action et de valeurs (par exemple, contrôle et résistance à la fois, inclusion et exclusion, proximité et distance), ou qui indiquent un certain degré d'appartenance à un régime d'action (par exemple, pouvoir orienté vers la coopération, pouvoir orienté vers l'inclusion, etc.). Comme le remarque Weizman (2008, 14), « le pouvoir est une question de gradualité et il serait plus rigoureux de dire que si A se positionne comme relativement dominant par rapport à B, alors B est positionné comme relativement sans pouvoir vis-à-vis de A », précisément parce que la construction discursive d'un positionnement s'avère être un acte relationnel et dynamique, tout en étant un « positionnement réciproque » (2008, 14).

En ce sens, l'analyse de la formation des relations de pouvoir à travers les discours peut contribuer à une compréhension opérationnelle du concept de pouvoir symbolique, en considérant son articulation discursive dans des contextes spécifiques.

Dans cette étude, nous visons à illustrer ces prémisses théoriques et, en ce sens, nous abordons les pratiques discursives à travers lesquelles les médias roumains par le biais du discours télévisuel ont construit, dans les programmes politiques / électoraux de 2014 et 2019, des positions à l'égard des Roumains travaillant dans d'autres pays (« la nouvelle diaspora ») et, de la sorte, des modes d'engagement des publics. Comment les médias / les journalistes se sont-ils positionnés par rapport aux acteurs sociaux à distance (la diaspora) dans le contexte de la campagne électorale?

Dans la première partie de l'étude, nous abordons la constitution du sujet de pouvoir dans le discours, en nous concentrant sur les théories

critiques et poststructuralistes appliquées au discours médiatique. Dans la deuxième partie, après avoir présenté la conception méthodologique de la recherche, nous analysons un corpus constitué de programmes d'information et électoraux sur deux chaînes de télévision commerciales axées sur l'information politique et le commentaire (*Realitatea TV* et *Digi 24*) pour mettre en évidence les mécanismes discursifs à travers lesquels les médias établissent ce que nous appellerons dans cette étude des relations de pouvoir inclusives par rapport à un acteur social – la diaspora. Cet acteur collectif se distingue dans l'imaginaire social de la Roumanie postcommuniste à la fois comme un symbole d'initiative individuelle et de prise de risques (des gens qui sont allés travailler dans d'autres pays), et par un statut civique /politique acquis dans le contexte des campagnes électorales – la diaspora comme ressource pour le capital électoral des acteurs politiques. Alors, comment les médias se sont-ils rapportés aux acteurs de la migration dans le contexte de la campagne électorale? Quelles représentations sur les migrants ont été (re) produites par les journalistes, vu la migration comme problème public en Roumanie, et quels positionnements des journalistes par rapport aux migrants peut-on en dégager?

Nous démontrons que la relation de pouvoir que les médias construisent envers les migrants ne peut être analysée et interprétée comme un ensemble de positionnements homogènes. Les journalistes construisent une relation de pouvoir symbolique à travers de multiples types de positions, y compris comme une configuration ambivalente ou ambiguë.

2. Le discours en tant que relation de pouvoir. Perspectives analytiques

Comme mentionné ci-dessus, la perspective de Foucault sur le discours comme relation de pouvoir se retrouve dans l'analyse du discours et les études médiatiques dans différentes approches théoriques: dans l'analyse critique du discours (par les théories critiques poststructuralistes), dans l'approche socio-pragmatique (l'École française, principalement les analyses sémio-discursives) ou dans la théorie critique appliquée aux médias (Boltanski, 1993, Chouliaraki 2006). Nous présentons ci-dessous certains éléments.

Ainsi, une affirmation courante dans l'analyse critique du discours, au-delà des approches spécifiques, renvoie à l'influence mutuelle entre la dynamique des structures (institutions, organisations, normes, pratiques, etc.) et l'utilisation du langage. Fairclough (1989) distingue, par exemple,

entre le « pouvoir dans le discours », construit dans et par le discours, et le « pouvoir derrière le discours », qui se manifeste institutionnellement, légalement ou via diverses configurations matérielles. La distinction est strictement conceptuelle précisément pour mieux souligner l'imbrication du langage / discours avec « d'autres éléments et aspects de la vie sociale » (Fairclough et Fairclough 2012), tels que « les relations sociales (et les relations de pouvoir), les idéologies, les institutions sociales et les organisations, les identités sociales » (Fairclough et Fairclough 2012, 78), « des contextes sociopolitiques et historiques plus larges » (Reisigl et Wodak 2009, 118) ou des contextes construits de manière intersubjective (Van Dijk 2005).

Le langage, respectivement, son utilisation d'une certaine manière, entre dans la constitution de diverses pratiques sociales, selon le domaine de la vie quotidienne. Certaines de ces pratiques peuvent reproduire des relations de pouvoir, y compris des pratiques de « résistance ». A chaque fois, les discours instituent, à travers ces pratiques, certaines relations entre acteurs sociaux (asymétriques, de coopération, d'inclusion, d'exclusion, etc.) par le biais desquelles d'autres pratiques sociales (et, en conséquence, d'autres discours) se reproduisent, se transforment ou se disloquent. Par essence, l'analyse critique du discours s'intéresse à la manière dont l'utilisation d'un langage, comme pratique sociale, contribue à la circulation des représentations dominantes de la réalité tout en engendrant des relations asymétriques entre interlocuteurs.

Au-delà des multiples orientations au sein de ce courant, la plupart des études mettent en évidence des stratégies de production des discours, tout comme les moyens linguistiques qui articulent les stratégies respectives. Ainsi, de nombreux outils de recherche qui se revendiquent de l'analyse critique du discours font référence à des stratégies de représentation (telles que les acteurs et les événements décrits, nommés, évalués), de recontextualisation et de légitimation (Van Leuween 2008), d'inclusion et / ou d'exclusion (Wodak 2010) ou de normalisation (Ekström et al. 2020), c'est-à-dire de représentation de la réalité en transformant, par le discours, des aspects ou des problèmes controversés en aspects normaux ou consensuels: « la transformation du langage est essentielle à la stratégie de normalisation » (481). Une des limites de l'analyse critique du discours est, à notre avis, que, d'une part, elle réduit les relations sociales aux relations de pouvoir (au sens idéologique) et d'autre part, elle analyse les relations de pouvoir au niveau des discours comme se manifestant linéairement : un acteur social qui agit sur un autre

acteur social (il est vrai cependant que l'analyse critique des discours est considérée par les auteurs fondateurs comme un instrument *ab initio* de changement social).

Dans une autre approche, la pragmatique énonciative, l'énonciation est à la base de la production discursive des relations de pouvoir. Par l'énonciation, les acteurs sociaux communiquent non seulement un contenu, mais aussi une manière de se rapporter au destinataire et cela résulte de la construction linguistique des énoncés (les marques formelles de l'énonciation – les déictiques, les modalisateurs – révèlent l'indexicalité des énoncés, à savoir, le contexte événementiel dans lequel énonce le locuteur). L'acteur social (le locuteur) « orchestre » plusieurs « voix » (la voix qu'il s'attribue en tant qu'énonciateur, la voix qu'il attribue à des interlocuteurs directs et indirects, comme interlocuteurs et destinataires), établissant ainsi des positions symboliques (« qui suis-je » quand j'énonce ? et « qui es-tu » dans mon énoncé ?). À partir des marques formelles (linguistiques) de l'énonciation, on peut analyser le contrôle symbolique que le locuteur exerce sur l'interaction avec l'interlocuteur (par exemple, comment il s'attribue par l'énonciation un statut, une autorité ou, selon le cas, il rejoint les voix qu'il convoque discursivement ou il s'en dissocie).

Les contextes sociaux et la situation de communication dans lesquels se déroule l'acte d'énonciation deviennent, dans une certaine mesure, « détectables » par l'énonciation, respectivement, par la manière dont le locuteur se rapporte au destinataire (Angermuller 2014). En prolongement de la pragmatique énonciative, dans l'approche socio-communicative (Charaudeau 2011) au sein de l'École française d'analyse du discours, l'énonciation ne peut être dissociée de la situation de communication et de ses « contraintes d'espace, de temps, de relations, de parole » (Charaudeau 2011, 49) (par exemple, la communication électorale via Facebook, la communication parlementaire, etc.) et du contrat de communication correspondant (des pratiques de communication et de discours supposées d'être partagées par les interlocuteurs). La situation de communication « offre » aux locuteurs « des instructions de production et d'interprétation du sens » (Charaudeau 2008, 5), les oriente à énoncer d'une certaine manière et, en général, à organiser leur discours sur la base de pratiques contractuelles. Le locuteur indique par l'énonciation dans quelle qualité il énonce, qui il est et qui est le destinataire dans l'interaction – qui sont les « alliés », les « adversaires », « l'altérité », etc. Sans stipuler une relation déterministe entre la situation de communication, les contextes sociaux immédiats et la

production d'énoncés, mais une interrelation, ce modèle met l'accent sur la compétence situationnelle de l'acteur social, c'est-à-dire sa capacité à choisir des modes d'énonciation (mais aussi d'autres procédés discursifs) pertinents à la situation. La construction proprement dite des énoncés révèle la compétence discursive de l'acteur social (Charaudeau 2011). Par conséquent, le positionnement du locuteur vis-à-vis des interlocuteurs sous la forme d'une relation de pouvoir révèle la capacité du locuteur à utiliser ou à négocier le contrat de communication, en mobilisant des thèmes, un langage, des comportements non verbaux, des tons, etc. ; le locuteur s'attribue à lui-même et « distribue » à l'audience une place symbolique, tout en définissant la finalité de l'acte de communication.

Dans la recherche actuelle, les auteurs utilisent fréquemment des éléments de l'approche poststructuraliste du discours défini comme un positionnement dans un régime d'énonciation. Pourtant les outils d'analyse (catégories discursives et linguistiques), ainsi que l'interprétation des résultats de l'analyse convergent vers la compréhension binaire de la relation de pouvoir discursivement construite – une relation de domination symbolique d'un interlocuteur sur l'autre. Or, dans une dynamique interactive (le talk-show politique), les participants construisent des rapports les uns envers les autres, y compris ceux de pouvoir, en utilisant une variété de positions; ainsi, parfois, la rapport de pouvoir peut se manifester sous la forme d'une configuration de positions, dont certaines ambiguës, difficiles à rentrer dans une catégorie ou une autre (exclusion / inclusion, pouvoir / résistance (agentivité) – dans la ligne de l'analyse critique du discours; autorité, légitimité / soumission, dans la ligne socio-communicationnelle); de plus, comme nous le verrons plus loin, certains énoncés sont articulés de manière à établir une relation polyvalente avec le destinataire, par exemple, à la fois d'inclusion et d'exclusion. Bien entendu, cette manière de construire discursivement une relation de pouvoir peut être plus clairement mise en évidence dans des contextes spécifiques (dans notre cas, le statut de la diaspora dans un contexte électoral) et des situations de communication (ici, le talk-show politique).

Partant des campagnes pour les élections présidentielles de 2014 et 2019, nous analysons, dans cet article, les modes dans lesquels le journaliste et ses invités assignent à la diaspora et s'attribuent à eux-mêmes des positions symboliques, établissant par le discours des relations de pouvoir symboliques envers cet acteur social et le public.

3. Cadre méthodologique

Dans cette recherche, nous utilisons l'analyse du discours pour examiner les manières dont le discours télévisuel au sujet de la diaspora construit des relations de pouvoir dans les talk-shows électoraux.

L'outil de recherche opérationnalise les concepts de positionnement (Charaudeau 1992 ; Weizman 2008; Maingueneau 2011; Angermuller 2014) et de représentation (Fairclough 2003; Wodak 2010; Orgad 2012 ; Hall 2013).

Le concept de « positionnement » articulé notamment dans la pragmatique énonciative renvoie à la relation que le locuteur construit par l'énonciation (dans le discours) avec le destinataire, relation qui (Weizman 2008, 16) « peut être identifiée par de multiples mécanismes énonciatifs ». Par exemple, en prenant en compte les marques formelles de l'énonciation (déictiques, modalisateurs, etc.), des mécanismes énonciatifs peuvent être identifiés tels que: les modes dont le locuteur définit les circonstances dans lesquelles il produit des occurrences, la polyphonie (les voix qu'il convoque dans le discours à partir d'une position et qui se font attribuer une certaine position), l'appropriation des énoncés à titre individuel ou collectif (moi, nous), la mise en relief de l'importance de certains énoncés par rapport à d'autres, la construction d'une relation symbolique de supériorité / infériorité, y compris en assumant (ou non) la connaissance d'un sujet, etc. De ce point de vue, « le discours est considéré comme une pratique codée linguistiquement de positionnement du locuteur et des autres, ainsi que de création de relations discursives entre eux par un jeu des voix polyphoniques » (Angermuller 2014, 4).

Cependant, comme le souligne Charaudeau (2006, 7), « le positionnement du journaliste énonciateur ne doit pas être évalué à la seule aune des marques d'énonciation explicite qu'il emploie. Son positionnement peut être révélé en partie par celle-ci, mais ce serait une attitude naïve de l'analyste du discours de s'en tenir là. » Le positionnement résulte également d'autres procédés discursifs (représentations, arguments, descriptions, un type de langage, etc.), une prémisse que nous adoptons dans cette étude, avec la précision que nous considérerons les modes d'énonciation comme sur-réglementant les autres mécanismes discursifs.

Le concept de « représentation » articulé dans l'analyse critique du discours (Fairclough 2003; Wodak 2010) renvoie à la configuration d'une relation de pouvoir en (re) produisant des significations dominantes

associées aux manières d'être et d'agir des acteurs, aux attributs des événements et des phénomènes, ainsi qu'à la légitimation des hiérarchies symboliques. Par exemple, en choisissant des mots (la stratégie de « lexicalisation » chez Van Dijk 2005), des « voix » (qui sont les acteurs qui gagnent en visibilité ou non, cités sous diverses formes) ou les circonstances / contextes dans lesquels les acteurs sont présentés, certaines catégorisations peuvent être définies (d'appartenance, morales, évaluatives, etc.) et donc, un certain statut symbolique des acteurs. Les discours (re) produisent ainsi des relations de pouvoir également par des manières de représenter les acteurs et les événements, c'est-à-dire par « la description sélective et spécifique d'éléments de la réalité, qui génèrent toujours certaines significations et en excluent d'autres » (Orgad 2012, 20). Appliqué à la sphère médiatique, le concept de représentation est utilisé dans l'analyse critique du discours médiatique (Fairclough 2003 ; Richardson 2007) pour démontrer le pouvoir des médias (Couldry 2000), respectivement la concentration par les institutions médiatiques d'un pouvoir symbolique, qui se traduit principalement par la capacité de produire une certaine compréhension des événements et des problèmes, donc de « construire la réalité (à la fois à travers des représentations factuelles et des fictions crédibles) » (4).

Les journalistes produisent des représentations des événements, jouant un rôle dans la relation avec le public, en se positionnant envers lui et, implicitement, face aux événements – un tel rôle est celui du journaliste critique (« critical journalist », cf. Beciu, Lazăr et Mădroane 2017). Ainsi, la formulation de certains types de questions par les journalistes et la production de points de vue, y compris à travers la personnalisation du discours, « orientent » souvent l'interprétation vers laquelle la discussion sera menée.

Par conséquent, si, dans l'analyse critique du discours, la relation de pouvoir discursivement construite est analysée et interprétée dans une perspective symbolique, c'est-à-dire dans la perspective de relations de pouvoir socialement / idéologiquement prédéfinies, en pragmatique énonciative, et notamment dans le modèle sémio-discursif, la relation de pouvoir est analysée et interprétée comme une relation d'influence (Charaudeau 2005), une manière d'agir d'un sujet communiquant sur un autre tout en considérant ce rapport comme étant sur-réglementé par un ensemble de contraintes sociales (situationnelles, identitaires, politiques, etc.).

Dans la présente étude, nous analysons comment les journalistes construisent une relation de pouvoir symbolique envers les acteurs de la

migration (et envers les publics) (Beciu et Lazăr 2015; Beciu et Lazăr 2018), en prenant en considération deux mécanismes discursifs, à savoir le positionnement (un rapport d'influence visant le destinataire) et les représentations (des acteurs sociaux et des événements).

Comme nous l'avons mentionné, tout positionnement devient repérable à travers l'énonciation, mais d'autres conditions de production de discours (y compris les conditions textuelles, telle la représentation discursive des acteurs et des événements) y contribuent également. De ce point de vue, l'énonciation et la représentation discursive sont imbriquées dans l'articulation du rapport discursif à l'autre. Certaines représentations des acteurs sont renforcées – du point de vue pragmatique – par des modalités énonciatives. Considérer ces deux mécanismes discursifs nous permet de mieux mettre en lumière le rapport énonciatif à l'autre, ainsi que l'interprétation de ce rapport comme une relation de pouvoir symbolique socialement instituée (cette interprétation est bien évidemment liée aux particularités des thèmes, des contextes et des acteurs ; voir à cet égard le problème de la migration).

Pour l'analyse du positionnement, l'outil de recherche comprend les catégories discursives et linguistiques suivantes:

- a) l'indexicalité (déictique) qui révèle le contexte de l'énonciation (espace, temps) et le dialogisme (la manière d'assumer l'énoncé par rapport au destinataire) ;
- b) des comportements énonciatifs (Charaudeau 1992) tels que l'interpellation, l'opinion, la constatation, les jugements de valeur, les avertissements, des énoncés normatifs du type des obligations, des revendications ou les appels à l'action, les énoncés consensuels, etc.

Pour l'analyse des représentations:

- a) des stratégies de représentation des acteurs / des événements (Fairclough 2003; Reisigl et Wodak 2009) – nous retenons ici la stratégie de catégorisation par l'attribution d'un rôle (« role allocation », association et dissociation, classification – cf. van Leeuwen 2008) ou par divers modes de désignation des acteurs.

Nous avons analysé les actualités et les éditions d'émissions diffusées lors des campagnes électorales de 2014 (« Elections présidentielles 2014 », « C'est toi qui décides », « Le Canapé électoral », « Ouvrir le monde », « Jeux de pouvoir » sur *Realitatea TV* et « Km

Zéro », « Cotroceni 2014 », « Le Journal du Soir » sur *Digi 24*), ainsi que lors de la campagne électorale de 2019 (« Jeux de pouvoir » sur *Realitatea TV* et « Le Journal du Soir » sur *Digi 24*)². En 2014, dans le contexte de la polémique provoquée par la mauvaise organisation logistique des bureaux de vote pour les Roumains de l'étranger, *Realitatea TV* a interpellé les décideurs et les candidats apparentés, le vote de la diaspora devenant le thème central de la campagne notamment au deuxième tour. *Digi 24* a également montré l'incapacité du gouvernement à organiser le vote, mais d'une manière davantage fondée sur des constatations, avec des effets évaluatifs. En 2019, dans le contexte d'une campagne électorale sans débats entre les principaux candidats à la présidence, les deux chaînes ont fait un exercice discursif plutôt polémique destiné à accentuer les antagonismes des messages et des slogans des candidats, même en référence aux Roumains de l'étranger.

4. Résultats de la recherche

La manifestation de solidarité avec les migrants roumains est une constante du discours public en Roumanie au cours des dernières décennies – depuis les années 90, tout en s'accroissant au fur et à mesure que la migration économique est devenue un problème public (Beciu et al. 2018). En fonction du positionnement des médias vis-à-vis de la sphère politique (pouvoir / opposition), la solidarité envers les migrants se construira stratégiquement au niveau du discours.

Nous notons cependant que la mise en évidence du sacrifice que les Roumains travaillant dans d'autres pays ont dû faire en quittant leur pays d'origine, ainsi que l'appel à la solidarité avec eux étaient récurrents dans le discours politique / public en Roumanie. Mais cette manière de se rapporter aux migrants comprend diverses modalités discursives, d'inclusion, de reconnaissance de l'altérité / de l'autre à distance, ou à la fois d'inclusion et d'altérité dans un même discours (nous préférons ici le terme d'altérité ou d'extériorité à la place de celui consacré dans l'analyse critique du discours d'« exclusion », précisément parce que la tendance n'était pas celle de l'exclusion, mais plutôt celle de la réification d'un acteur collectif à distance). L'exclusion, en tant que représentation discursive, par opposition à l'inclusion, peut être rencontrée dans le discours public sur les migrants roumains dans le cas de certaines voix publiques ou non publiques, notamment dans des contextes de

² „Alegeri prezidențiale 2014” ; „Tu decizi” ; „Canapeaua electorală” ; „Deschide lumea” ; „Jocuri de putere” ; „Km0” ; „Cotroceni 2014” ; „Jurnalul de seară”

controverses récentes, mais ce type de rapport n'est pas récurrent dans le discours médiatique.

Comme première constatation, les médias font référence aux acteurs de la migration en utilisant le terme « diaspora » en particulier dans des contextes électoraux ou d'engagement civique, pertinents pour la lutte politique et l'action civique (Beciu et Lazăr 2014). Dans le discours médiatique, la « diaspora » renvoie à un acteur collectif, une catégorie générique (les Roumains qui sont partis travailler à l'étranger) définie par un type d'agentivité dans un contexte électoral / politique. Les médias soulignent ainsi la capacité de cet acteur collectif à influencer la sphère politique du pays d'origine (par exemple, en exerçant le vote pour ou contre une famille politique). Donc la « diaspora » ne couvre pas la diversité des identités et des pratiques des acteurs de la migration économique, mais est un terme générique – d'où les pratiques discursives de réification des acteurs de la migration perçus comme une entité par rapport à « nous », les Roumains du pays d'origine. Dans les exemples ci-dessous, nous pouvons remarquer une manière spécifique de réifier les acteurs de la migration et, par conséquent, de construire une relation à l'autre, la diaspora étant associée à un espace social et géographique, acquérant ainsi une matérialité.

« *Les Roumains de la diaspora humiliés aux urnes* »; « D'énormes files d'attente dans *les sections de la diaspora* »; « *Chaos dans la diaspora* »; le ministère des Affaires étrangères déclare qu'il n'y a pas eu d'incidents. » (*Realitatea TV*, Actualités - titres, 2014).

« Le premier tour des élections présidentielles a amené un grand nombre de *Roumains de l'étranger* aux urnes. (...) *Les électeurs roumains en Italie et en Allemagne* ont également été consciencieux: des dizaines de bureaux de vote dans les deux pays avaient enregistré une présence importante. » (*Digi 24*, Actualités, 2019).

« Un taux de participation record des *Roumains de la diaspora* (...) *La diaspora* aussi s'est mobilisée de manière exemplaire lors de ces élections. Le niveau record des élections au Parlement européen a déjà été atteint. » (*Realitatea TV*, Actualités, 2019).

L'expression « nos Roumains de l'étranger » est une autre manière courante de désigner les acteurs de la migration, utilisée dans les reportages des journalistes / modérateurs, et qui contribue à construire une position à leur égard. Ainsi, une catégorie spécifique et, en conséquence, une relation d'inclusion-altérité envers les migrants sont

circonscrites à travers une dialectique entre proximité (identitaire et symbolique) et distance (physique et symbolique). La référence déictique exprime l'engagement énonciatif du locuteur qui construit un espace d'inclusion. Par l'énonciation explicite de l'inclusion des migrants dans la communauté nationale (« nous » en tant qu'identité collective et identité ethnoculturelle), une catégorisation et une forme de réification sont introduites.

« Je viens de recevoir un message sur Facebook d'un de *nos Roumains de l'étranger* » (*Realitatea TV*, « Ouvrir le monde », 2014, modérateur).

« *Les Petites Roumanies de l'étranger* » (*Realitatea TV*, « Elections présidentielles 2014 »).

Dans d'autres cas, l'expression « Roumains de l'étranger » est utilisée pour attirer l'attention sur deux réalités différentes (« ici » et « là-bas ») et, en conséquence, pour construire – dans un régime de proximité symbolique – une forme d'engagement collectif (décideurs et société).

« Et que faire pour que *les Roumains de l'étranger* aient le courage d'investir de l'argent en Roumanie ? » (*Realitatea TV*, « Ouvrir le monde », 2014, journaliste modérateur).

« J'ai reçu une lettre sur mon compte Facebook d'un *homme de la diaspora*. Je voudrais vous la lire: "... J'ai voté pour nous tous hier, mais vous, vous n'avez pas voulu le faire. Nous l'avons voulu. Maintenant, *nous restons ici* et *vous êtes là-bas*. Qui est heureux?" » (*Digi 24*, Actualités, 2019, journaliste invité).

« Tout le monde *ici dans le pays* n'a pas cette énergie dont *les gens de la diaspora* ont fait preuve. » (*Digi 24*, Actualités, 2019, journaliste invité).

Dans le contexte où, lors des deux dernières campagnes présidentielles de 2014 et 2019, un débat intense a eu lieu sur le fait que les Roumains travaillant dans d'autres pays n'ont pas eu les mêmes conditions de vote que les Roumains du pays, les médias ont eu recours à l'interpellation des autorités, principale forme d'engagement du public. Par exemple, les journalistes ont mis l'accent sur ce statut inégal en utilisant, au niveau de l'énonciation, des interpellations, des avertissements et des jugements de valeur. La relation de solidarité a été construite en mettant en évidence une catégorie toujours distincte (au sein de la communauté nationale), définie de diverses manières (générique –

« les Roumains de l'étranger », géographique – « les Roumains de Londres », ou par des attributs spécifiques, comme la citoyenneté – « ces citoyens » ou les références au grand nombre de Roumains qui n'ont pas pu voter en 2014, mais qui étaient présents au vote en 2019, et, en général, des références au nombre considérable de Roumains qui travaillent à l'extérieur de la Roumanie). Il en a résulté une relation de pouvoir (propre à tout appel à la mobilisation par l'utilisation d'interpellations ou de jugements de valeur, etc.), les journalistes se positionnant comme des représentants de l'opinion publique (y compris de la diaspora) quant à l'interpellation des décideurs.

« Moquerie à l'adresse des *Roumains de l'étranger* » (*Realitatea TV*, « Elections présidentielles 2014 »).

« Messieurs du gouvernement, *ces citoyens* sont eux-aussi des citoyens roumains et jouissent exactement des mêmes droits que tous les citoyens roumains. » (*Realitatea TV*, « Elections présidentielles 2014 », journaliste invité).

« *Les Roumains de Londres* ont demandé des explications pour le vote. » (*Realitatea TV*, « C'est toi qui décides », 2014).

« Agacés par l'appellation "*ceux de la diaspora*" utilisée par Viorica Dăncilă [premier ministre à ce moment], *les Roumains* se sont rendus en masse aux urnes pour voter pour le changement, dans l'espoir qu'un jour ils pourraient rentrer à la maison. » (*Digi 24*, Actualités, 2019).

« *Un Roumain établi au Danemark* a un message unique pour *les Roumains du pays* et annonce un record aux urnes au second tour. (...) "*Nous, '#ceux-ci'*, nous dépasserons le million. Nous voterons par un tiers de plus qu'il y a 2 semaines. *Vous, '#ceux-là'*, vous devez faire de même. (...) '*#Ceux-ci*' + '*#ceux-là*' = ROUMANIE", a écrit A. S. sur Facebook depuis le bureau de vote de Copenhague. » (*Realitatea TV*, Actualités, 2019).

Comme nous l'avons mentionné, les médias attribuent une agentivité aux acteurs de la migration dans un contexte électoral (l'importance du vote), et ceci est principalement légitimé par leur appartenance identitaire. Discursivement, la catégorisation de l'identité établit une relation de pouvoir symbolique et, dans le contexte électoral évoqué, elle prend la forme d'une altérité inclusive envers les migrants.

« Comment vous sentez-vous en tant que *Roumain loin de chez vous* dans une cette situation où vous voulez voter et vous ne pouvez pas le faire? » (*Realitatea TV*, « Elections présidentielles 2014 »).

La même dialectique entre proximité (l'attachement identitaire des Roumains vivant à l'étranger) et distance (séparation physique, matérialité spatiale) organise la construction discursive dans le cas de la représentation des migrants comme des acteurs engagés et mobilisateurs (sont mis en avant leurs messages sur leur participation au vote et leurs appels aux Roumains du pays).

« *Le premier Roumain à voter est de Nouvelle-Zélande*. I. M. d'Auckland a écrit sur Facebook, plein d'enthousiasme : "J'ai été *le premier Roumain au monde* à voter au second tour de l'élection présidentielle de 2019. J'ai voté en pensant qu'à partir d'*ici, du « bout du monde »*, nous contribueront, notre famille et nos amis, à une nouvelle chance que *la Roumanie* mérite tellement" » (*Realitatea TV*, Actualités, 2019).

« *Les Roumains de la diaspora*, où un taux de participation record a été enregistré au premier tour, nous ont envoyé de nombreux messages et ont exhorté *les gens à la maison* à se rendre aux urnes au second tour (...) "*Moi, je vais aux urnes, vous, ceux à la maison, qu'allez-vous faire?*" (Francisc)... "*Je vote pour 'ces' Roumains du monde entier, je vote pour la Roumanie...*" (Emilian) » (*Digi 24*, Actualités, 2019).

Dans d'autres cas, l'agentivité des acteurs sociaux se construit dans l'abstrait, en réifiant le vote et en produisant une relation de pouvoir symbolique par rapport aux publics (y compris la diaspora) au sens où le journaliste s'attribue un savoir supposé être partagé par le public. Les modes de désignation ne se réfèrent pas aux acteurs de la migration, mais à l'acte de vote (« le vote dans la diaspora »).

« Quel est l'enjeu de *ce vote de la diaspora?* (...) Mais *ces votes* sont-ils vraiment si nombreux pour faire une différence dans les élections de la semaine prochaine? » (*Digi24*, « Km 0 », 2014, journaliste).

« *Le vote de la diaspora* fait sortir les Roumains dans la rue. » (*Realitatea TV*, « Elections présidentielles 2014 »).

La construction de catégories du type « nous » et « eux » (par des expressions définies ou des formes accentuées, « celui qui... ») est un

mécanisme d'énonciation à travers lequel s'établit une relation de pouvoir vis-à-vis du public – un positionnement du journaliste par l'énonciation d'une connaissance consensuelle (« nous savons... »). Au niveau de la représentation discursive, les acteurs sociaux sont situés dans un champ de relations de pouvoir, en opposant les comportements de vote et les comportements civiques, l'accent étant ainsi mis sur l'attribut de citoyenneté.

« Nous savons quels sont *l'attitude et le comportement de vote du citoyen roumain* qui s'est établi à l'étranger et qui ne sont pas pareils à *ceux d'ici* ; alors cela pourrait expliquer certaines choses... » (*Realitatea TV*, « C'est toi qui décides », 2014).

« Ils ont *maintenant* montré qu'ils avaient une très grande force de vote et, à mon avis, cette participation de la diaspora continuera d'augmenter. (...) Je pense qu'on a voté *avec plus d'expérience*. *Ces électeurs sont plus habiles à voter*. *Ils ont voté en connaissance de cause* » (*Digi 24*, Actualités, 2019, journaliste invité).

L'opposition entre deux modes d'exercice de la citoyenneté, ainsi que les différentes pratiques de catégorisation ou de réification des acteurs de la migration sont des questions discutées de manière critique par les journalistes eux-mêmes (sans être une pratique courante), revêtant, dans certains cas, une forme d'engagement, et dans d'autres cas, une forme de critique, elle-même générant d'autres catégorisations, comme on peut le voir dans les exemples ci-dessous.

« *Dans la diaspora, il y a des Roumains honnêtes, actifs et très beaux*, par contre, en Roumanie il y a *ces gens qui votent sur des listes spéciales*, les crasseux et les incultes de Ponta [premier ministre à l'époque]... alors, *ce genre d'opposition est bien néfaste* pour l'espace public... *Ne pas comprendre* qu'un problème comme c'est le cas pour la diaspora existe aussi en Roumanie... » (*Digi 24*, « Le Canapé électoral », 2014, journaliste invité).

[Politicien] « C'est dommage qu'on parle de la diaspora en termes de cueilleurs de fraises régulières. » [Commentateur invité] « ...Ce ne sont pas forcément des intellectuels, mais ils ne sont pas moins respectables, ce sont des travailleurs... » (*Realitatea TV*, « Elections présidentielles 2014 »).

« Certes, la plupart de ceux qui se sont rendus aux urnes souhaiteraient retourner en Roumanie, s'ils considéraient que ce qui les avait fait partir avait disparu, que la situation s'était améliorée. Décidément, *ce genre de gens* est venu voter » (*Digi 24*, Actualités, 2019, journaliste invité).

« *Je pense avoir compris* : parce que eux, dans l'équipe de campagne, ils ne parlaient que comme ça de *la diaspora*: 'ceux-là', 'ceux de là-bas' » (*Digi 24*, Actualités, 2019, journaliste invité).

5. Discussion

Dans cette étude, nous sommes parties d'une prémisse théorique concernant la manière dont les discours construisent des relations de pouvoir symbolique envers les destinataires et les publics. En ce sens, nous avons souligné qu'au niveau des discours, la relation de pouvoir se configure à travers une variété de relations construites discursivement, à savoir, de multiples positionnements, qui ne sont pas homogènes, en ce sens que tous n'établissent pas le même effet d'influence et, en même temps, de pouvoir symbolique (et d'autres, stratégiquement, peuvent même ne pas être configurés comme rapport de pouvoir). De plus, certaines positions peuvent établir une relation de pouvoir ambivalente - par exemple, la coopération avec l'autre coexistant avec la supériorité.

Partant des modes dont les journalistes se sont positionnés vis-à-vis des acteurs de la migration dans le contexte des récentes campagnes électorales, nous avons discuté de la construction discursive d'une relation de pouvoir spécifique, à savoir sous la forme d'une altérité inclusive. Nous avons analysé cette relation sous l'angle des mécanismes d'énonciation (des manières d'agir sur l'autre) et des stratégies de représentation des acteurs (des manières de reproduire des relations de pouvoir symbolique établies socialement, par exemple, à travers la micro-stratégie de catégorisation).

Tout d'abord, nous avons montré que cette relation de pouvoir au niveau du discours médiatique se configure à travers des pratiques discursives à la fois de réification des migrants et d'inclusion (explicite); ces pratiques sont subsumées à l'énonciation du journaliste, qui assume au nom de l'opinion publique une responsabilité collective par des appels à l'engagement, ou délimite une responsabilité politique / décisionnelle, etc. Révélant la situation de communication, les déictiques largement utilisés (indicateurs personnels, spatio-temporels et de monstration) renforcent à la fois l'autorité des énonciateurs et la connexion du public à l'événement. Ayant une dimension performative, ce type de relation de

pouvoir prédominant dans le discours médiatique est utilisé (et peut être interprété) comme une forme d'engagement des publics.

Deuxièmement, par le biais de cette relation de pouvoir (altérité inclusive) construite à travers différentes positions, les médias produisent un champ de relations de pouvoir dans lequel ils situent migrants et publics – des alliances symboliques (« nous » et « la diaspora »), des frontières (des relations de contestation, « nous et la diaspora » *vs* « eux », les décideurs), des hiérarchies symboliques (« eux », par rapport à « nous »), des dissociations (des stéréotypes appliqués aux migrants roumains – y compris, par rapport aux non-migrants), la dislocation des relations de pouvoir symbolique (migrants *vs* non-migrants) ou l'attribution de rôles aux migrants (en tant qu'acteurs diasporiques). De ce point de vue, une ligne de recherche à développer vise les modes de (re) production, par le discours, d'un champ social transnational (Beciu et al. 2017).

Finalement, la construction discursive des relations de pouvoir dépend des contextes et des particularités des thèmes qui se trouvent au cœur de la communication incarnée dans l'espace public par des acteurs sociaux aux statuts et enjeux différents : problèmes publics, questions de société, actions collectives, événements perturbateurs, etc. C'est notamment à travers ces thématiques que l'on peut identifier et interpréter les rapports discursifs de pouvoir comme des pratiques également d'influence et de (re) production des relations socialement instituées. Selon Sălăvăștru (2003, 6), « il y a une “logique du pouvoir” qui explique toutes les métamorphoses de la discursivité dans les débats et dans les polémiques politiques ». A cet égard, le thème de la migration engendre des débats publics et des logiques d'instrumentalisation y compris dans des contextes électoraux. La construction donc des discours et des contre-discours par rapport à la migration révèle le plus fréquemment des relations de pouvoir qui se déclinent à travers diverses formes d'(a)symétrie définies socialement (par exemple, des catégorisations des migrants).

C'est aussi le cas de la Roumanie, où les acteurs de la migration deviennent visibles dans le cadre des politiques publiques et des discours politico-médiatiques en tant qu'acteurs-ressources pour légitimer ou délégitimer des thèmes d'agenda et des politiques ; d'où, la visibilité stratégique des identités des migrants et de leurs actions, ancrée dans des relations de pouvoir symbolique.

Références

- ANGERMULLER, Johannes. 2014. *Poststructuralist Discourse Analysis. Subjectivity in Enunciative Pragmatics*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- BACCHI, Carol and Jennifer BONHAM. 2014. "Reclaiming discursive practices as an analytic focus: Political implications." *Foucault Studies* No. 17: 173-192.
- BECIU, Camelia, Mălina CIOCEA, Irina Diana MADROANE and Alexandru I. CARLAN, eds. 2018. *Debating Migration as a Public Problem: National Publics and Transnational Fields*. New York: Peter Lang.
- BECIU, Camelia, Mirela LAZAR and Irina Diana MADROANE. 2018. "Mediating Public Issues in Romanian Broadcast Talk: Personalized Communication Strategies." *Television & New Media* Vol. 19(1): 75-92.
- BECIU, Camelia, Irina Diana MADROANE, Mălina CIOCEA and Alexandru I. CARLAN. 2017. "Media engagement in the transnational social field: discourses and repositionings on migration in the Romanian public sphere." *Critical Discourse Studies* 14(3): 256-275.
- BECIU, Camelia and Mirela LAZAR. 2015. "Production d'identités et modes d'engagement dans les débats médiatiques sur la migration en Europe: Le cas de la Roumanie." *Social Science Information* 54(1): 38-51.
- BECIU, Camelia and Mirela LAZAR. 2014. "Migrația forței de muncă în contextul crizei economice. Redefinirea mediatică a unei probleme publice." *Revista Română de Sociologie*, 25 (3-4): 233-254.
- BOLTANSKI, LUC. 1993. *La Souffrance à distance : Morale humanitaire, médias et politique*. Paris : Métailié.
- CHARAUDEAU, Patrick. [2005] 2011. *Les médias et l'information: L'impossible transparence du discours* [The Media and Information: The Impossible Transparency of Discourse]. 2nd ed. Bruxelles: De Boeck-Ina.
- CHARAUDEAU, Patrick. 2008. "L'argumentation dans une problématique de l'influence." *Argumentation et Analyse du Discours* (AAD) 1. L'analyse du discours au prisme de l'argumentation. <http://aad.revues.org>
- CHARAUDEAU, Patrick. 2006. "Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives." *Semen* [En ligne] 22. <http://journals.openedition.org/semen/2793>
- CHARAUDEAU, Patrick. 2005. *Le discours politique – Les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.
- CHARAUDEAU, Patrick. 1992. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette.
- CHOULIARAKI, Lilie. 2006. *The Spectatorship of Suffering*. London: Sage Publications.
- COULDRY, Nick. 2000. *The place of media power: Pilgrims and witnesses of the media age*. London: Routledge.
- EKSTROM, Mats, Marianna PATRONA and Joanna THORNBORROW. 2020. "The normalization of the populist radical right in news interviews: a

- study of journalistic reporting on the Swedish democrats.” *Social Semiotics* 30(4): 466-484.
- FAIRCLOUGH, Isabela and Norman FAIRCLOUGH. 2012. *Political discourse analysis: A method for advanced students*. London: Routledge.
- FAIRCLOUGH, Norman. 2003. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- FAIRCLOUGH, Norman. 1989. *Language and power*. London: Longman.
- FOUCAULT, Michel. 1969. *L'Archéologie du savoir*. Paris: Gallimard.
- HALL, Stuart. 2013. “The work of representation”. In *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*, edited by Stuart Hall, Jessica Evans and Sean Nixon, second edition. London: Sage Publications. http://uk.sagepub.com/sites/default/files/upmbinaries/66880_The_Work_of_Representation.pdf
- MAINGUENEAU, Dominique. 2011. “Pertinence de la notion de formation discursive en analyse de discours.” *Langage et société* 135(1) : 87-99. <https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2011-1-page-87.htm>
- ORGAD, Shani. 2012. *Media representation and the global imagination*. Cambridge: Polity Press.
- REISIGL, Martin and Ruth WODAK. 2009. “The discourse-historical approach (DHA)”. In *Methods for Critical Discourse Analysis*, edited by Ruth Wodak and Michael Meyer (2nd revised edition), 87-121. London: Sage.
- RICHARDON, John E. 2007. *Analysing newspapers: An approach from critical discourse analysis*. London: Macmillan International.
- SALAVASTRU, Constantin. 2003. “La logique du pouvoir et la dynamique du discours politique.” X^o Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 28 juin-3 juillet 2003. https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000775/document
- VAN DIJK, Teun. 2005. “Discourse Analysis as Ideology Analysis”. In *Language and Peace*, edited by Christina Schäffner and Anita L. Wenden, 41-58. New York: Routledge.
- VAN LEEUWEN, Theo. 2008. *Discourse and practice: New tools for critical discourse analysis (Oxford studies in sociolinguistics)*. Oxford: Oxford University Press.
- WEIZMAN, Elda. 2008. *Positioning in Media Dialogue. Negotiating Roles in News Interviews*. John Benjamins Publishing Company.
- WINTER Lars and Thomas KRON. 2009. “Fuzzy Thinking in Sociology”. In *Views on Fuzzy Sets and Systems from Different Perspectives. Studies in Fuzziness and Soft Computing*, edited by Rudolf Seising, vol 243. Berlin, Heidelberg: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-93802-6_14
- WODAK, Ruth. 2010. “‘Us’ and ‘Them’: Inclusion and Exclusion – Discrimination via Discourse”. In *Identity, Belonging and Migration*, edited by Gerard Delanty, Paul Jones and Ruth Wodak, 54–77. Liverpool University Press.