

ARTICLES

La construction identitaire et le principe d'altérité. La Pologne comme *l'Autre* dans le discours de la presse écrite quotidienne en France

Identity construction and the principle of otherness.
Poland as the *Other* in the discourse of the daily written press
in France

Elżbieta Biardzka

Université de Wrocław

elzbieta.biardzka@uwr.edu.pl

<https://orcid.org/0000-0002-5221-0830>

Patrycja Paskart

Université de Wrocław

patrycja.paskart@uwr.edu.pl

<https://orcid.org/0000-0003-0345-1280>

Abstract

This study aims to show how the principle of otherness emerges in the discourse of the national written press in France. We consider that in the media, the *Other* is Poland, whose social meaning, stored in the collective memory, embraces the extremely negative traits of difference and threat. The judgment of otherness relates to four components of this meaning. Firstly, Poland is perceived as an object whose location is indefinite and undecided. Secondly, it is strange due to its excessive, aggressive and dangerous Catholicism. Thirdly, it harms France and the common European project. Finally, it constitutes an economic threat.

Keywords: identity, otherness, social meaning, discourse analysis

1. OBJET DE L'ÉTUDE

La philosophie contemporaine et en particulier la phénoménologie (*cf.* Monseu, 2007, pp. 678-705) ont largement traité la question d'identité tout en indiquant qu'elle permet au sujet individuel et/ou collectif de prendre conscience de soi-même par le repérage dans l'espace et le temps, par ses connaissances sur le monde, par ses jugements et croyances, et par ses actions. Nous nous intéressons dans cette étude à la dimension collective de l'identité qui se traduit, comme le dit Bernard Lamizet (2015, pp. 26, 33), par « les appartenances dont on est porteur et dans lesquelles s'inscrivent nos pratiques sociales »¹. À l'instar de Patrick Charaudeau (2009) et de Carole Ferret (2011), nous admettons que l'identité collective a une nature componentielle tout en étant une entité construite, résultant d'un mécanisme psycho-social complexe. Ainsi, nous souscrivons à l'opinion de Jean-François Bayart (1996) et de Simona Szakács (2018, p. 199), qui soulignent que l'identité naturelle qui « s'imposerait à nous par la force des choses » n'existe pas et qu'« il n'y a que des stratégies identitaires, rationnellement conduites par des acteurs sociaux identifiables ».

En particulier, nous nous intéressons au fait que l'identité collective a besoin de différence, car ce n'est qu'en percevant l'autre comme différent que peut naître la conscience identitaire, ce qui s'appelle le principe d'altérité (Dumont, 1983 ; Chamarat, 1998 ; Chauchat, 1999 ; Charaudeau, 2009 ; Berting, 2001 ; Lamizet, 2015, p. 33). Comme le souligne Charaudeau (2009), la perception de la différence s'accompagne généralement d'un jugement négatif concernant d'autres normes, valeurs et habitudes. Lamizet (2015, p. 33) considère également qu'« on ne peut penser pleinement la signification de l'identité que dans une relation à celle de l'autre » et que « [c]'est une logique de confrontation et d'opposition qui [leur] donne du sens » (Lamizet, 2015, p. 27). Pour Patrick Sériot « amener un adversaire, *un autre* à l'existence en lui donnant un nom » est l'une des façons de fabriquer une identité (1997, p. 46).

2. OBJECTIF DE L'ÉTUDE

Nous aimerions montrer dans notre travail comment le principe d'altérité émerge dans le discours de la presse écrite nationale française, qui construit et diffuse différents *sens sociaux* (Veniard, 2013). Nous considérons que dans ce discours médiatique qui est un lieu de construction identitaire privilégié (*cf.* Richard, Hailon & Guellil, 2016) – que ce soit l'identité qu'on peut dire française ou européenne² équivalant à l'identité

¹ Ce sont les appartenances « à une cité, à une région ou à une nation », ou encore à une communauté transnationale, par exemple à l'Union européenne (Lamizet, 2015, pp. 37-38).

² Nicole Tutiaux-Guillon souligne une perspective universaliste dans l'interprétation de courants, événements et évolutions historiques en France privilégiant le monde et l'Europe par rapport à la France par le socle commun des connaissances et des compétences (2017, pp. 275, 282).

politique³ –, la Pologne se place du côté de *l'Autre*. Elle est un objet social dont le sens, c'est-à-dire l'ensemble de ses représentations sociales stockées dans « la mémoire collective », selon Maurice Halbwachs (1950), la place dans une catégorie chargée de caractéristiques portant les étiquettes immuables pour les pays de l'Est : « étrange », « excessif », « menaçant », « insolite », qui élargissent la distance sociale entre la France (« nous ») et la Pologne (« eux »). En effet, comme le remarque Louis Dumont (1983), dans l'holisme traditionnel, la société des « nous » dévalue les étrangers parce qu'ils sont, au mieux, des hommes imparfaits.

Du fait de travailler sur un corpus médiatique et de privilégier une dimension politique de l'identité collective, nous nous intéressons au plan du symbolique (Lamizet, 2015), c'est-à-dire aux représentations. Un ethnonyme n'est pas le reflet direct d'une *chose*, mais un objet de discours (Sériot, 1997). Nous pensons donc présenter une série de représentations de « non-appartenance » de la Pologne par rapport à la France : au niveau du territoire, des croyances et des valeurs, de la politique et de l'économie.

3. CORPUS ET MÉTHODE

Étalée sur plusieurs années de recherches, notre étude se base sur un corpus embrassant 17 500 textes recueillis au moyen de la base de données *Europresse*, publiés dans *Le Monde*, *Le Figaro* et *Libération* au cours des quinze années qui ont suivi l'entrée de la Pologne dans l'Union européenne (le 1^{er} mai 2004 – le 30 avril 2019). Elle s'inspire des résultats d'une analyse achevée du sens social du nom propre *la Pologne* (Paskart, 2022). Le travail suit les principes du courant de l'analyse française du discours, qui s'intéresse particulièrement à la construction du sens (*cf.* Mortureux, 1993 ; Siblot, 1997, 2001 ; Cislaru, 2007 ; Moirand, 2007 ; Paveau, 2008 ; Calabrese, 2013 ; Veniard, 2013 et surtout Lecolle, Veniard & Guérin, 2018).

Pour atteindre nos objectifs, nous nous attachons aux mécanismes grammaticaux et textuels qui construisent l'altérité de la Pologne et marquent négativement sa représentation. Ainsi, nous nous intéressons à la nomination et à la prédication nominale (Siblot, 1997, 2001) dans le cadre du paradigme désignationnel, et à la catégorisation issue des phrases dites définitionnelles de type *X est Y* (Mortureux, 1993), aux effets de recatégorisation de parties de discours (Chruściel, 2019 ; Paskart, 2022), aux enjeux de la prédication seconde (Cadiot & Furukawa, 2000 ; Havu & Pierrard, 2008), aux formules que produit le discours médiatique (Krieg-Planque, 2009) et encore au rôle de la métaphorisation (Détrie, 2001).

³ En particulier, la presse écrite est l'un « des médiateurs, des diffuseurs, voire des promoteurs des identités politiques réelles mises en avant par les politiques dans leurs différentes prises de parole dans l'espace public. Ils les affirment, les confirment, les co-construisent » (Richard, Hailon & Guellil, 2016).

4. REPRÉSENTATIONS DE L'ALTÉRITÉ DE L'OBJET SOCIAL « LA POLOGNE »

L'analyse qui suit se fonde, par nécessité, sur une sélection d'exemples qui pourtant sont représentatifs de l'altérité de la Pologne. Nous aimerions souligner qu'ils synthétisent un profil lexico-discursif de celle-ci qui est négatif à part entière (*cf.* Paskart, 2022).

4.1. ALTÉRITÉ TERRITORIALE : DU SIMULACRE GÉOGRAPHIQUE À UN « NULLE PART » STIGMATISANT

Selon un certain réalisme naïf et simpliste, le nom propre *Pologne* désignerait un objet géographique de manière plus ou moins objective et son appartenance territoriale serait facilement définie par des paramètres géographiques. Toutefois, comme le remarque Bernard Debarbieux (2004), ce savoir, qui correspond à un système de connaissances données, conduit à une représentation du monde qui n'est qu'un « simulacre ». Les médias le renforcent et l'étoffent. Stephanie Wodianka et Sebastian Neumeister (2015) avancent que les points cardinaux ne sont jamais de simples notions géographiques neutres : ils permettent en effet la mise à distance de « l'autre » ou de « l'étranger », ils sont une sorte de métaphore qui évoque les aspects socio-politiques, économiques, culturels ou simplement émotionnels d'un espace géographique (*cf.* Chruściel & Rębkowska, 2020). En effet, si la *Pologne* est classée systématiquement parmi les « pays de l'Est », l'anaphorisation régulière de l'expansion « de l'Est » par l'épithète « communiste » dévoile un sens socio-politique du paramètre à première vue purement local. De même, le substantif « pays » modifié par l'adjectif « ancien » ou préfixé du morphème « ex- » exclut une lecture spatiale de cette expression. Comme l'écrivent Wodianka et Neumeister (2015), la codification culturelle de l'Est est hétérogène. Il symbolise la délivrance, mais figure aussi la barbarie et la menace. L'Est s'oppose dans ce sens à l'Ouest, domaine de liberté, de richesse et de démocratie ou encore, comme le remarque Pierre Hassner (1969), domaine du bloc capitaliste comprenant les pays d'Europe occidentale et les États-Unis.

Même si la Pologne est un nouveau membre de l'Union Européenne, on n'observe pas, dans son cas, d'exposition médiatique de *l'euroanéité* au sens d'un pays caractérisable par un riche investissement culturel et civilisationnel entrant ainsi dans l'imaginaire et le symbolique du continent (*cf.* le sens de l'Europe ; Auboussier, 2016 ; Baechler, 2015). Le discours ne renvoie aucunement à ce mythe civilisationnel moderne pour caractériser et accueillir *la Pologne* parmi de nouveaux membres de l'UE. L'adjectif « européen » qui spécifie le nom propre *Pologne* ou ses reformulants véhicule tout au plus un sens institutionnel, figé dans le discours des médias, celui de l'appartenance à l'Union européenne (donc à une constellation politique), qui n'est

rattaché au nom que de façon incidente ou par la logique du thème traité, comme dans l'exemple suivant :

- (1) Six pays européens (France, Pologne, Allemagne, Italie, Espagne et Hongrie) avaient demandé jeudi à l'UE [...] (*Le Figaro*, 4/05/2005).

La représentation exclusive de la localisation de la *Pologne* est renforcée par les occurrences de différentes variantes de la citation d'*Ubu Roi*, pièce d'Alfred Jarry : « en Pologne, c'est-à-dire nulle part », comme dans l'exemple suivant :

- (2) Aux distraits, rappelons que la Pologne, située précisément « nulle part », est le pays des papes, des plombiers et des poètes au sang noir (*Libération*, 21/05/2005).

« Pays de nulle part », la *Pologne* est aussi représentée en tant que « ce pays qui n'existe pas, du Père Ubu », ou encore elle est qualifiée d'« ubuesque », lorsqu'il est question d'évoquer son comportement grotesque et ses mesquineries.

4.2. VALEUR RELIGIEUSE NON PARTAGÉE OU CATHOLICISME EXCESSIF

L'altérité des croyances et des valeurs de la *Pologne* émerge en discours dans la catégorisation nettement négative de « pays catholique ». Le sens péjoratif de l'adjectif « catholique » se construit dans des emplois très variés, aussi bien du point de vue structural (dans des syntagmes adjectivaux ou comme expansion de syntagme nominal), fonctionnel (attribut, différentes figures de l'épithète) et syntaxique (dans la coordination ou la juxtaposition avec les autres adjectifs), que sémantique (métaphores). Notre corpus (450 occurrences) atteste avant tout une reclassification grammaticale de cet adjectif qui passe de la catégorie « relationnel » (TLFi), axiologiquement neutre, à la catégorie « qualificatif », marquée négativement par l'emploi de la catégorie de degré, par la coordination avec les autres adjectifs, le fonctionnement comme attribut et l'emploi en antéposition par rapport au nom qu'il modifie⁴.

Les expansions de l'adjectif « catholique » contenant des adverbes de degré et d'intensité, des structures comparatives et le superlatif soulignent l'intensité extrême, insolite, du catholicisme des Polonais. Évalué par la presse, il varie entre 85 % et 99 %, mais le plus souvent, les journalistes estiment que *la Pologne* est « catholique à 90 % » (22 occurrences dans la base *Europresse*)⁵. Par ailleurs, les expansions de

⁴ Selon le TLFi, l'emploi de la gradation est très restreint et il n'est possible que dans les tournures négatives, familières et figurées, comme « des procédés pas très catholiques » ou « un individu pas très catholique ».

⁵ Pour plus de tendances quantitatives et une analyse qualitative, consulter Paskart (2022, p. 98).

type « à X % » s'inscrivent dans la stratégie de faire croire que les données citées sont précises, exactes et objectives :

- (3) La Pologne est catholique à 99 %, les catholiques chinois sont une toute petite minorité (*Le Figaro*, 26/06/2007).

L'adjectif « catholique », indépendamment de sa nature grammaticale, est souvent coordonné et juxtaposé à d'autres adjectifs. La coordination et la juxtaposition se fondent toujours sur une certaine base sémantique considérée dans la lecture comme commune à deux ou plusieurs éléments coordonnés (Sémon, 1994). Dans le corpus étudié, « catholique » s'accompagne d'un grand nombre d'adjectifs ou de groupes adjectivaux, les plus récurrents étant cependant « antisémite, conservatrice, nationaliste, traditionaliste et rurale » (Chrusciel, 2019, pp. 169-170).

Une simple recherche des cooccurrences « antisémite catholique » et « catholique antisémite » a renvoyé une liste de 38 résultats dans la base de données *Europresse* analysée, et d'environ 68 730 résultats avec le moteur de recherche Google. La même démarche génère 623 résultats dans *Europresse* et 350 000 dans Google pour la paire « catholique + conservatrice », 544 et 10 020 résultats pour « catholique + nationaliste », 1474 et 36 040 pour « catholique + traditionaliste », 434 et 12 620 résultats pour « catholique + rurale ». Nos analyses montrent donc des associations régulières entre « catholique » et « rural, antisémite, conservatrice, nationaliste, traditionnelle ». Le sens de « catholique », initialement neutre, est ainsi infecté par le sens de lexèmes dépréciatifs :

- (4) [...] une Pologne catholique et rurale aux valeurs encore essentiellement conservatrices (*Le Figaro*, 2/11/2006).
- (5) C'est ce qu'a souligné, à juste titre, Wladyslaw Bartoszewsky, ancien ministre des Affaires étrangères, et rescapé d'Auschwitz, interrogé sur le rôle de la très catholique et antisémite Pologne dans la Shoah (*Le Soir*, 5/02/2005).
- (6) Le second, un idéologue ultranationaliste, homophobe, animateur du mouvement Jeunesse de la grande Pologne, antisémite, catholique intégriste proche de cette Radio Marya qui inquiète même le Vatican, sera ministre de l'éducation (*Le Monde*, 8/05/2006).

Enfin, la reclassification de l'adjectif « catholique » s'opère aussi par le changement de position syntaxique par rapport au nom. Normalement postposé, l'adjectif relationnel « catholique » apparaît aussi en antéposition dans le discours étudié. La presse parle ainsi de « la (très) catholique Pologne ». Or en français, les adjectifs à position variable prennent différents sens en fonction de la place qu'ils occupent par rapport au nom. Postposés à celui-ci, ils attribuent une simple propriété au référent du groupe no-

minal. Par contre, quand ils précèdent le nom, leur sens – parfois déjà construit sur l'axe négatif – est intensifié (Paskart, 2022, p. 100) :

- (7) Vingt ans après la chute du communisme, la très catholique Pologne connaît sa première affaire politico-sexuelle (*Libération*, 6/01/2010).
- (8) Est-il possible, dans la très catholique Pologne, de remporter les élections [...] ? (*Le Monde*, 5/02/2019)

La valeur dépréciative attribuée à l'adjectif « catholique » est augmentée en plus par l'emploi intensifiant du préfixe « ultra- » qui conduit à une connotation nettement péjorative⁶ :

- (9) « C'est un pas de géant dans un pays ultracatholique et conservateur comme la Pologne » [...] (*Libération*, 28/06/2010).

De plus, dans le discours journalistique analysé, le préfixe « ultra- » apparaît également dans d'autres adjectifs coordonnés ou juxtaposés à « catholique » pour modifier le sens du nom propre *Pologne*.

L'adjectif « catholique » fonctionne aussi dans le discours de presse comme prédicat secondaire (Chruściel, 2019, pp. 172-173). La prédication seconde permet de renforcer différents effets de sens péjoratif à travers, entre autres, une fonction topique, un indice de focalisation ou du sens circonstanciel, établissant par exemple une relation causale entre « l'homophobie » et la « tradition catholique » ou entre « catholique » et le « tabou » de la corruption :

- (10) Gay Pride, à 13H00, alors que l'homophobie reste ancrée en Pologne, pays de tradition catholique (*Agence France-Presse Infos Françaises*, 13/06/2014).
- (11) L'argent pourtant, dans ce pays extrêmement catholique, demeure un tabou, il est synonyme de corruption (*Le Figaro*, 24/12/2009).

Le caractère excessif du catholicisme polonais est également mis en exergue par l'emploi de métaphores comme « bastion du catholicisme », « monarchie catholique » ou « forteresse catholique ». Selon Catherine Détrie (2001), la métaphore constitue, certes, une sorte de laboratoire privilégié de production du sens, mais elle exprime aussi une non-coïncidence, une surprise, voire une rupture par rapport à tous les autres objets du discours, véhiculant des sens communs, consensuels : dans le cas de l'adjectif « catholique », le sens négatif est donc augmenté par l'actualisation métaphorique, basée sur la similitude et marquée par une intentionnalité.

⁶ Selon le TLFi, l'épithète *ultracatholique* caractérise une personne « qui observe strictement, jusqu'à l'excès, les commandements de la religion catholique ».

Pour résumer, le syntagme nominal « la Pologne catholique » étant aussi à l'origine de phrases définitionnelles (Chruściel, 2019, pp. 166-167), outil particulièrement puissant du point de vue de la catégorisation et de la construction du sens (« La Pologne est un pays catholique à plus de 90 % »), manifeste une certaine stabilisation du signifiant (avec adjectif postposé) et par là une tendance à un figement sémantique fondé sur la dépréciation⁷.

4.3. PROBLÈME ET MENACE POLITIQUE : « L'EMMERDERESSE DE L'EUROPE »

La nomination de la Pologne se référant à sa position politique dans l'UE fait état de reformulations de ce nom propre sur l'axe textuel (paradigmatique) qui sont également nettement péjoratives. De ce point de vue, le discours médiatique reflète peut-être ce que Gérard-François Dumont et Pierre Verluise (2014) décrivent comme une relation très complexe et délicate de la Pologne avec le projet européen (historiquement, démographiquement, économiquement, du point de vue géopolitique). Le paradigme de reformulations du nom propre *Pologne* embrasse des noms abstraits comme « problème, obstacle, défi », des expressions figurées comme « fille ingrate de l'Europe », « trublion », « enfant terrible », « mouton noir » ou encore « l'emmerderesse de l'Europe ». Quant aux adjectifs (juxtaposés aux reformulants de *Pologne*), ils sont de même péjoratifs : « eurosceptique, difficile, récalcitrante, maximaliste antirusse, anti-européenne ».

4.4. PÉNURIE ET MENACE ÉCONOMIQUE : LE *PLOMBIER POLONAIS*

Même dans le contexte de la croissance de la Pologne, les quotidiens français ne manquent pas de rappeler son statut médiocre du point de vue économique par l'emploi récurrent d'adjectifs qualificatifs comme « pauvre », « démuné » et « rural ». La *Pologne* est qualifiée de « laboratoire de la précarité », « fournisseur de nouveaux bataillons du travail détaché », « reine du dumping social », ou encore « mauvais élève de l'UE » étant « une nation de forte immigration » (Paskart, 2022, pp. 130-137).

Rien d'étonnant donc à ce que le discours médiatique français ait fini par adopter et diffuser en 2005 la formule « plombier polonais » lors du débat sur la Directive Services de Frits Bolkestein au sein de l'UE. Il s'agissait de la question délicate du marché libre du travail dans le cadre de l'UE, susceptible de menacer sur le plan salarial les travailleurs français bien rémunérés : les ouvriers immigrés, pour cause de dumping social, viendraient concurrencer les salariés français. Fonctionnant dans

⁷ Nous en avons noté 20 occurrences dans notre corpus, mais toute la base *Europresse* en contient déjà 94, et le moteur de recherche Google donne 345 021 résultats.

l'espace public, la formule est « porteuse d'enjeux socio-politiques » (Krieg-Planque, 2009, p. 103). Par la stabilité de son signifiant, diffusé à une grande échelle, elle est facile à mémoriser, elle évoque quelque chose pour tous les membres de la communauté dans laquelle elle a été créée et répandue. Résultant des pratiques discursives produites dans un contexte socio-historique donné, la formule « plombier polonais » acquiert un aspect polémique :

- (12) Elle avait alimenté, en France, la phobie du « *plombier polonais* » payé un euro de l'heure et exerçant une concurrence déloyale (*Le Figaro*, 13/02/2006).
- (13) Lors du référendum sur la Constitution européenne, au printemps 2005, il avait beaucoup été question du « plombier polonais » venu manger le pain des Français (*Le Monde*, 18/10/2008).
- (14) Bientôt, tu seras confronté à une horde de plombiers polonais payés à bas prix qui te voleront ton travail ou t'obligeront à l'effectuer dans des conditions épouvantables (*Libération*, 5/05/2008).

Le « plombier polonais » s'est installé pour longtemps dans le discours public français (Chruściel, 2018) : dans notre corpus, nous en avons noté 917 occurrences. Le plus souvent, cette expression fonctionne en tant qu'expansion libre de noms comme « la peur de » (35), « la crainte de » (11), « la menace de » (8) ou encore « la phobie de » (6). Mais elle complète aussi des noms évoquant un péril fantastique, irréel, hallucinatoire et imaginaire (TLFi), comme « le spectre de » (13 occurrences), « le fantasme de » (9) ou « le mythe de » (8). Le « plombier polonais » est, entre autres, reformulé comme suit : « une concurrence/un concurrent (économique) » (*Libération*, 1/06/2005), « un dévoreur d'emplois » (*Le Monde*, 30/05/2006), « la cause du 'non' français au projet de Constitution » (*Le Monde*, 4/08/2005), « le fossoyeur du oui » (*Libération*, 11/06/2005), « une menace pour les emplois et les salaires » (*Le Monde*, 10/09/2005), « le paradigme de la catastrophe annoncée » (*Libération*, 25/04/2005), « l'ennemi qui ruine les emplois des Français » (*Libération*, 13/08/2005), « le voleur d'emploi » (*Le Monde*, 10/03/2006).

Quant à ses activités, le plombier polonais « vient détruire l'emploi français » (*Le Monde*, 2/04/2005), « vient manger le pain des Français » (*Libération*, 27/05/2005), « ôte le pain de la bouche aux Français » (*Le Monde*, 14/10/2010), « pénètre dans les maisons et vole les emplois des Français » (*Le Monde*, 11/06/2015), « divise l'Europe » (*Le Figaro*, 8/03/2016), « hante les cauchemars du citoyen précautionneux » (*Libération*, 25/04/2005), « suscite la peur » (*Le Figaro*, 26/01/2006), « effraie tant les Français » (*Libération*, 25/07/2006), « soutient la Pologne » (*Le Monde*, 7/06/2008).

Les sens négatifs de la formule se multiplient et se modifient, mais l'ethnonyme adjectival « polonais » reste collé à tous ces emplois cités symbolisant une menace potentielle et l'insécurité économique.

5. CONCLUSION

Nous avons établi que le jugement d'altérité, durci et généralisé, se rapporte à 4 composantes du sens social de la *Pologne*. Celle-ci est représentée d'abord comme un objet social dont la localisation est spéciale et étrange. Elle n'est pas localisée simplement en *Europe* mais systématiquement dans une sous-catégorie territoriale et imaginaire, celle de *l'Europe de l'Est*, et se trouve en même temps « nulle part ». Ensuite, la *Pologne* est *autre*, étrange et bizarre par son catholicisme excessif, agressif et donc dangereux (« bastion du catholicisme »), elle bouleverse politiquement la France et l'Europe (« emmerderesse, fille ingrate de l'Europe ») et représente une menace économique (« plombier polonais »).

La dénotation d'une expression (l'objet qu'elle désigne) et son sens (la façon dont cet objet est donné dans la langue), distinguée dans le siècle précédent par Gottlob Frege, particulièrement opératoire en analyse de discours, montre dans le cas analysé une opacité du langage d'une manière magistrale. Le nom est un objet symbolique qui donne existence à une communauté et, surtout, la caractérise et l'identifie. Le discours n'est pas transparent et univoque, le langage ne dit pas le monde. En Europe, il y a les Européens et les non-Européens. On ne s'est pas attaché dans cette étude à séparer la vérité de la fausseté : l'adéquation des mots aux choses n'est pas notre propos, mais le fait que certains mots, pris pour acquis, désignent, identifient et caractérisent des communautés.

Par les discours, les images et les représentations qu'ils véhiculent, les médias structurent les opinions, la culture et les identités des sujets en leur servant des médiations de leur sociabilité et de leur interprétation du monde, ce qui inscrit celles-ci dans la mémoire collective et la culture.

BIBLIOGRAPHIE

- Auboussier, J. (2016). De quoi Europe est-il le nom ? Enjeux et usages argumentatifs de la polyréférentialité. *Argumentation et Analyse du Discours*, 17. <https://doi.org/10.4000/aad.2216>.
- Baechler, J. (2015). Que veut dire européen ? *L'Europe en Formation*, 376, 25-45. <https://doi.org/10.3917/eufor.376.0025>.
- Bayart, J.-F. (1996). *L'illusion identitaire*. Paris : Fayard.
- Berting, J. (2001). Identités collectives et images de l'Autre : les pièges de la pensée collectiviste. *Hermès, La Revue*, 30, 41-58. <https://doi.org/10.4267/2042/14516>.
- Cadiot, P. & Furukawa, N. (éds.) (2000). La prédication seconde. *Langue française*, 127. https://www.persee.fr/issue/lfr_0023-8368_2000_num_127_1.
- Calabrese, L. (2013). *L'événement en discours. Presse et mémoire sociale*. Louvain-la-Neuve : L'Harmattan.
- Chamarat, G. (1998). *Identités individuelles, identités collectives*. Caen : PUC.
- Charaudeau, P. (2009). Identité sociale et identité discursive. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière. In P. Charaudeau (éd.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant* (pp. 15-28). Paris : L'Harmattan. <http://www.patrick-charaudeau.com/Identite-sociale-et-identite,217.html>.
- Chauchat, H. (1999). Du fondement social de l'identité du sujet. In H. Chauchat & A. Durand-Delvigne (éds.), *De l'identité du sujet au lien social. L'étude des processus identitaires* (pp. 7-26). Paris : Presses Universitaires de France.
- Chruściel, P. (2018). La formule *plombier polonais* dans la presse écrite. *Orbis Linguarum*, 50, 37-49. <https://doi.org/10.23817/olin.50-4>.
- Chruściel, P. (2019). *Pays, bastion et forteresse catholique ? À propos de la construction du sens social du nom propre Pologne dans le discours de la presse écrite*. *Romanica Wratislaviensia*, 66, 163-176. <https://doi.org/10.19195/0557-2665.66.13>.
- Chruściel, P. & Rębkowska, A. (2020). Entre *Russie* et *Pologne* : sur les différences de construction du sens social dans le discours de la presse écrite d'information. *Academic Journal of Modern Philology*, 9, 27-37. <https://doi.org/10.34616/ajmp.2020.9>.
- Cislaru, G., Guérin, O., Morim, K., Née, É., Pagnier, T. & Veniard, M. (éds.) (2007). *L'acte de nommer. Une dynamique entre langue et discours*. Paris : Presses Sorbonne Nouvelle. <https://books.openedition.org/psn/2241>.
- Debarbieux, B. (2004). Présentation générale. De l'objet spatial à l'effet géographique. In B. Debarbieux & M.-Ch. Fourny (éds.), *L'effet géographique. Construction sociale, appréhension cognitive et configuration matérielle des objets géographiques* (pp. 11-33). Grenoble : Publications de la MSH-Alpes. https://www.unige.ch/sciences-societe/geo/files/9414/4464/7588/EffetGeo_Introduction_BD.pdf.
- Détrie, C. (2001). *Du sens dans le processus métaphorique*. Paris : Honoré Champion.
- Dumont, G.-F. & Verluise, P. (2014). Les caractéristiques géopolitiques de la Pologne. In G.-F. Dumont & P. Verluise (éds.), *Géopolitique de l'Europe* (pp. 287-299). Paris : Armand Colin / Sedes. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3310136.
- Dumont, L. (1983). *Essais sur l'individualisme. Une perspective anthropologique sur l'idéologie moderne*. Paris : Seuil.
- Ferret, C. (2011). L'identité, une question de définition. *Cahiers d'Asie centrale*, 19-20, 459-461. <https://journals.openedition.org/asiacentrale/1516>.
- Halbwachs, M. (1950). *La Mémoire collective*. Paris : Albin Michel.
- Hassner, P. (1969). L'Europe de l'Est entre l'Est et l'Europe. *Revue française de science politique*, 19 (1), 101-144. <https://doi.org/10.3406/rfsp.1969.393144>.
- Havu, E. & Pierrard, M. (2008). La prédication seconde en français : essai de mise au point. *Travaux de linguistique*, 57, 7-21. <https://doi.org/10.3917/tl.057.0007>.

- Krieg-Planque, A. (2009). *La notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*. Besançon : Presses Universitaires de Franche-Comté.
- Lamizet, B. (2015). Rhétorique de l'identité et discours identitaires. In A. Richard, F. Hailon & N. Guellil (éds.), *Le discours politique identitaire dans les médias* (pp. 25-48). Paris : L'Harmattan.
- Lecolle, M., Veniard, M. & Guérin, O. (éds.) (2018). Vers une sémantique discursive : propositions théoriques et méthodologiques. *Langages*, 210. <https://www.cairn.info/revue-langages-2018-2.htm>.
- Moirand, S. (2007). *Les discours de la presse quotidienne : observer, analyser, comprendre*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Monseu, N. (2007). L'identité entre phénoménologie de la mémoire et éthique de la reconnaissance selon Paul Ricœur. *Revue Philosophique de Louvain*, 105 (4), 678-705. <https://doi.org/10.2143/RPL.105.4.2023997>.
- Mortureux, M.-F. (1993). Paradigmes désignationnels. *Semen*, 8, 123-141. <https://doi.org/10.4000/semen.4132>.
- Paskart, P. (2022). *Saint comme un Polonais (Święty jak Polak), plombier polonais (polski hydraulik), La Pologne, fille ingrate de l'Europe (Polska, córka marnotrawna Europy)*. *Dyskurs prasowy jako miejsce nadawania znaczeń*. (Thèse de doctorat non publiée). Université de Wrocław, Wrocław.
- Paveau, M.-A. (2008). Le toponyme, désignateur souple et organisateur mémoriel. L'exemple du nom de bataille. *Mots. Les langages du politique*, 86, 23-35. <https://doi.org/10.4000/mots.13102>.
- Richard, A., Hailon, F. & Guellil, N. (éds.) (2016). *Le Discours politique identitaire dans les médias*. Paris : L'Harmattan.
- Sémon, J.-P. (1994). Les conjonctions de coordination et la construction du sens. *Revue des Études Slaves*, 66 (3), 643-668. <https://doi.org/10.3406/slave.1994.6210>.
- Sériot, P. (1997). Ethnos et demos : la construction discursive de l'identité collective. *Langage et société*, 79, 39-51. <https://doi.org/10.3406/lsoc.1997.2772>.
- Siblot, P. (1997). Nomination et production de sens : le praxème. *Langages*, 127, 38-55. <https://doi.org/10.3406/lgge.1997.2124>.
- Siblot, P. (2001). De la dénomination à la nomination : les dynamiques de la signifiante nominale et le propre du nom. *Cahiers de praxématique*, 36, 189-214. <https://doi.org/10.4000/praxématique.368>.
- Szakács, S. (2018). Transnational Identities and Values in Textbooks and Curricula. In E. Fuchs & A. Bock (éds.), *The Palgrave Handbook of Textbook Studies* (pp. 199-214). New York : Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-53142-1_14.
- Tutiaux-Guillon, N. (2017). History in French Secondary School: A Tale of Progress and Universalism or a Narrative of Present Society? In M. Carretero, S. Berger & M. Grever (éds.), *Palgrave Handbook of Historical Culture and Education* (pp. 275-294). London : Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-52908-4_15.
- Veniard, M. (2013). *La nomination des événements dans la presse. Essai de sémantique discursive*. Besançon : Presses universitaires de Franche-Comté.
- Wodianka, S. & Neumeister, S. (2015). Localisations de l'Europe : sémiotiques culturelles des points cardinaux. *Babel. Littératures plurielles*, 32, 11-17. <https://doi.org/10.4000/babel.4180>.