



Médias tsiganes en France et en Hongrie : re-présentation de soi dans l'espace public

Gypsy Media in France and Hungary: Self-Re-Presentation in Public Space

Medios de comunicación gitanos en Francia y en Hungría: re-presentación de sí mismo en el espacio público

Claire Cossée



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/remi/5033>

DOI : 10.4000/remi.5033

ISSN : 1777-5418

Éditeur

Université de Poitiers

Édition imprimée

Date de publication : 1 février 2010

Pagination : 57-80

ISBN : 978-2-911627-54-5

ISSN : 0765-0752

Référence électronique

Claire Cossée, « Médias tsiganes en France et en Hongrie : re-présentation de soi dans l'espace public », *Revue européenne des migrations internationales* [En ligne], vol. 26 - n°1 | 2010, mis en ligne le 01 février 2013, consulté le 17 mars 2021. URL : <http://journals.openedition.org/remi/5033> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/remi.5033>

© Université de Poitiers

Médias tsiganes en France et en Hongrie : re-présentation de soi dans l'espace public

.....

Claire COSSÉE*

Aujourd'hui, la nouvelle génération de journalistes et militants tsiganes¹ s'attache à une mise en visibilité de soi dans l'espace public. L'investissement de la scène médiatique doit être replacé dans le contexte de l'émergence d'un mouvement tsigane qui s'est développé à partir des années 1970 (Liégeois, 1976 ; Auzias, 1998 ; Vermeersch, 2006 ; Koczé and Trehan, 2009 ; Garo, 2009). Ainsi, cet article s'inscrit dans une recherche plus large relative à l'historique de ces mobilisations et à leur évolution récente, en France et en Hongrie, prenant en compte la dimension transnationale (Cossée, 2004). Majoritairement portées par le secteur associatif, elles se réfèrent à trois modes de revendication : la critique des politiques publiques (locales, nationales et internationales) menées à l'égard des Tsiganes, la reconnaissance d'une identité positive et d'une culture spécifique, la lutte contre les discriminations et pour l'accès aux droits. Malgré l'existence chaotique de ce mouvement encore peu reconnu comme interlocuteur par les autorités, il s'est renouvelé à travers plusieurs générations.

Cet article entend dresser un portrait des médias créés par et pour des Tsiganes en France et en Hongrie, *via* les supports traditionnels et sur Internet². L'analyse porte sur la « re-présentation » de soi entreprise dans l'espace public par des acteurs et

* Chercheure, Minoritymedia/Université de Poitiers, CRESPPA-GTM, 59-61 rue Pouchet, 75849 Paris Cedex 17, claire.cossee@univ-poitiers.fr

1 Le terme qui devient dominant et légitime aujourd'hui parmi les représentants des groupes est celui de « Roms », de plus en plus couramment orthographié avec deux 'r', ce qui correspond à un choix de transcription phonétique afin de distinguer deux types différents de prononciation de cette consonne. L'emploi de l'ethnonyme « Rom » (ou « Rrom ») pose problème en France car il ne désigne qu'un groupe parmi d'autres (Gitans, Manouches, Sinté, Yéniches). C'est pourquoi, à l'instar d'autres chercheurs en France, nous employons plus volontiers l'ethnonyme générique « Tsiganes ». Alors que dans les pays d'Europe centrale et orientale, où le mouvement transnational est le plus fort actuellement, on peut employer plus aisément « Roms » comme terme générique. Le choix des ethnonymes constitue une entreprise qui ne peut de toute façon guère être neutre dans le cas de notre objet (Cossée, 2010).

2 Ces recherches sont menées dans le cadre de Minoritymedia, équipe financée par l'Union européenne et accueillie à Migrinter de 2006 à 2010. Le projet porte sur 9 pays d'Europe.

actrices médiatiques œuvrant à renverser le déni du droit à s'autodéfinir dont les Tsiganes font généralement l'objet. Le tiret après le préfixe 're' souligne l'idée d'une *nouvelle* présentation, un *autre* niveau de la *présentation de soi* (Goffman, 1973) effectuée dans la vie quotidienne. Il s'agit d'analyser la dimension dramaturgique du travail de ces médias, c'est-à-dire l'outillage symbolique qu'ils mobilisent pour donner une image favorable d'une minorité généralement représentée négativement, de façon simpliste et globalisante. L'enjeu de cette démarche s'inscrit dans la conquête d'une dignité, dans l'acquisition de droits et dans la recherche de meilleures conditions de vie. L'article analyse notamment les conditions de l'émergence de cette parole collective dans l'espace public (Cossée, 2004), en s'intéressant aux parcours biographiques des artisans de la nouvelle génération de ces médias, replacés dans leurs contextes nationaux et transnational. Il traite enfin du rôle militant de ces productions, dans leur contenu revendicatif d'une part et à travers les différentes manières dont elles sont utilisées d'autre part. Il s'agira d'éclairer les mécanismes de co-construction des dimensions de re-présentation et de mobilisation, en analysant l'introduction récente de la dimension du genre au sein de ces processus.

Les analyses présentées ici s'appuient sur une double démarche à la fois quantitative et qualitative : d'une part un recensement exhaustif des médias tsiganes dans les deux pays qui a permis de repérer les grandes tendances qui caractérisent le paysage médiatique ; d'autre part, une analyse de certaines de ces productions médiatiques et des usages qui en sont faits *via* Internet ; des entretiens et des échanges informels, *de visu* et écrits, avec des acteurs médiatiques ; ainsi qu'un travail d'observation lors de tournages réalisés par les équipes des émissions audiovisuelles que nous avons enquêtées à Budapest.

PANORAMA DES MÉDIAS TSIKANES ET DE LEUR USAGE D'INTERNET : FRANCE ET HONGRIE

En dépit d'une visibilité accrue d'une minorité d'intellectuels et de militants issus de familles roms et voyageurs³, si les Tsiganes bénéficient globalement peu des capitaux scolaire, économique et social nécessaires à la production d'un média, c'est aussi parce que leur position les situe à l'articulation des rapports sociaux de classe, d'ethnicité et de genre (Kóczé, 2009). Avec quels soutiens et dans quels secteurs sont nés, malgré tout, les médias tsiganes, dont certains ont déjà plusieurs décennies d'ancienneté ? Les histoires individuelles et collectives qui accompagnent et expliquent la naissance de ces médias nous conduisent d'abord à aborder les évolutions politiques, sociales et économiques des sociétés dans lesquelles elles s'inscrivent.

En France, il convient de tenir compte d'un ensemble d'intervenants individuels et collectifs qui, à partir des années consécutives à l'internement des Tsiganes

3 « Voyageurs » est l'autonyme utilisé par une majorité des Tsiganes ancrés en France depuis plusieurs générations voire plusieurs siècles et « Gens du voyage » est une catégorie administrative (Cossée, 2010).

français, se sont voués à l'amélioration de leur sort : les associations « d'amis » des « gens du voyage » à vocation sociale et éducative et certains membres des Églises, catholiques et évangéliques. Nous avons par ailleurs (Cossée, 2004) élaboré un historique de l'émergence du mouvement des Voyageurs en France en analysant comment de nombreux autres acteurs collectifs ont parlé au nom de leurs intérêts (et donc potentiellement en leur nom), alors que les associations de Voyageurs qui se sont successivement créées en France ont toujours eu des difficultés à se faire entendre. Le simple fait que les associations d'« amis » aient voulu et militent encore aujourd'hui pour « donner la parole » aux Voyageurs est significatif de leur position dominante.

Le développement plus récent des médias roms en Hongrie implique quant à lui, d'autres types d'acteurs comme des organisations occidentales très influentes, les institutions supranationales et parallèlement, le système de droits collectifs des minorités mis en place dans le contexte du processus d'adhésion à l'Union européenne. Mais il s'appuie aussi sur une histoire ancienne des artistes et intellectuels roms particulière à ce pays.

Enfin, le développement des médias tsiganes dans les deux pays doit être replacé dans le contexte de l'émergence du mouvement internationaliste, et parallèlement, du développement de la *Mission Évangélique Tsigane* à travers l'Europe. Phénomène de transnationalisation qu'accompagnent également les transformations récentes de l'Internet (l'avènement du Web 2.0), qui tendent à favoriser l'essor d'une nouvelle génération de médias tsiganes.

En France : les médias des Voyageurs, entre mondes militant, religieux et forain

Concernant la France, nous avons recensé 14 médias (sans compter les blogs) créés par des personnes issues de ou représentant des groupes roms et voyageurs, sur la période 2000-2007 dont 10 journaux et revues et 4 émissions de radios. Ces médias sont relativement hétérogènes. Alors que 6 des 14 médias ont disparu rapidement (en général, bulletins associatifs locaux, mais aussi émissions de radio), quelques autres sont surprenants par leur longévité.

C'est le cas de deux revues créées par une institution religieuse, *La Roulotte*, d'envergure nationale puisqu'elle est produite par l'*Aumônerie Nationale des Gitans et des Gens du Voyage* depuis 1963 ; ainsi que la revue *Vie et lumière* du même nom que la *Mission Évangélique Tsigane* (MET), qui l'a créée en 1960. Le premier n'est pas à proprement parler un média ethnique puisqu'il est conçu par des personnes liées à l'Aumônerie, qui ne sont pas Tsiganes. Cependant, il s'adresse aux Voyageurs (catholiques), propose des témoignages et travaille en lien avec l'*Association Nationale des Gens du Voyage Catholiques* qui, elle, est dirigée par des militants voyageurs. Ces deux revues ont été créées simultanément dans les années 1960, époque de concurrence entre Aumônerie catholique et Mission pentecôtiste avec pour enjeu l'évangélisation des Tsiganes français (Williams, 1993 ; Bordigoni, 2003). L'éditorial de *La Roulotte* d'avril 2006 évoque encore cette concurrence qui se joue aujourd'hui aussi dans

d'autres pays : « *Il y a quelque temps, un ami tchèque nous signalait, avec émotion et tristesse, que bon nombre des Roms de sa région passaient au Pentecôtisme avec armes et bagages... Et, plus récemment, nous avons entendu plusieurs réflexions qui parlent des "sectes" chez les Tsiganes... Nous laissons, à d'autres, plus savants, le soin d'analyser le phénomène du succès du Pentecôtisme tsigane. Nous nous contentons ici de le constater.* »

Depuis les années 1960, la MET s'est considérablement développée, d'abord en France puis de par le monde, réarticulant identité chrétienne et identité tsigane transnationale, religion et action collective. Parmi les raisons pouvant expliquer cette ampleur, il faut bien sûr mentionner le choix effectué par le Pasteur Le Cossec, à l'origine de cette mission, de former des prédicateurs parmi les hommes des groupes tsiganes eux-mêmes. C'est à la fois par une instruction théorique (l'apprentissage de la lecture de la Bible) et empirique (tournées d'évangélisation) que le pasteur raconte avoir formé les premiers prédicateurs. Devenir prêtre ou simplement diacre est plus difficile et quelques articles rédigés par des responsables catholiques posaient la question dans les années 1960 : « peut-on être Gitan et prêtre ?⁴ ». Face au développement rapide du mouvement pentecôtiste tsigane, l'Église catholique a pu remettre en question ses méthodes d'intervention auprès de ces populations, et notamment les possibilités d'une participation accrue de Tsiganes eux-mêmes. Dans la revue catholique *Monde Gitan*⁵, des articles illustrent cette volonté, tout particulièrement ceux du Père Bernard, devenu peu de temps auparavant aumônier national des Tsiganes. Dans son article « Travailler avec les Gitans⁶ » il propose, parmi les solutions préconisées, la formation de responsables, de diacres tsiganes. Des propos comme « *Face aux Gitans, nos paroisses doivent faire leur examen de conscience* »⁷ ne nous paraissent laisser aucun doute sur la remise en cause des méthodes de l'Église catholique face à l'évangélisation pentecôtiste très rapide des Tsiganes.

Par ailleurs, les moyens dont disposent ces deux revues, surtout *Vie et Lumière*, sont relativement importants (couverture glacée, nombreuses photos, utilisation de la couleur) comparés aux bulletins associatifs recensés par ailleurs (exception faite de *Monde Gitan*). Nous pouvons poser l'hypothèse que la longévité de ces deux revues s'explique certes par les moyens dont disposent les deux institutions religieuses mais elle montre aussi comment, dans un État français laïc qui ne reconnaît pas les minorités, l'une des seules possibilités d'existence dans l'espace public, ici médiatique, consiste paradoxalement à passer par l'institution religieuse dans un processus d'ethnisation du religieux et du politique⁸.

4 Résumé d'un numéro spécial de *Lacio Drom*, à l'occasion du Pèlerinage de Rome, in *Études tsiganes*, n° 3, 1965, p. 39.

5 Non recensée car elle n'existait plus en 2000.

6 (Père) Bernard, « Travailler avec les Gitans », *Monde Gitan*, n° 19, 1971.

7 (Père) Bernard, « Quel style d'évangélisation », *Monde Gitan*, n° 22, 1972.

8 Nous avons analysé par ailleurs le mécanisme contradictoire par lequel les Tsiganes semblent avoir été reconnus en tant qu'entité collective (définie non plus seulement de façon négative) par le biais des représentants religieux d'une partie d'entre eux (Huguet et Cossée, 2006). Ainsi, nous avons pu expliciter en quoi le modèle républicain universaliste français ne résiste

Un autre journal du corpus recensé, l'*Inter-Forain*, de type bien différent, frappe par sa durée, puisqu'il a été créé en 1909. Il se distingue aussi par son nombre élevé de pages (entre 50 et 60), son statut, puisqu'il s'agit du seul journal commercial recensé (nombreuses publicités, annonces commerciales...), son tirage important (19000 exemplaires) et son mode de diffusion en kiosque par les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne. Bien qu'il ne vise pas directement le public des Tsiganes, il est cependant très largement diffusé dans le milieu des Voyageurs en France. Une partie de son contenu relève de la profession de forain : reportages (sur des fêtes foraines et des cirques) ; petites annonces professionnelles (vente et achat de matériel, caravanes et manèges) ; informations pratiques concernant les réglementations applicables à la profession ; annonces des professionnels travaillant avec les forains (fabricants de grues, de caravanes, de sonos, assureurs) ; syndicats des forains. L'autre partie se réfère à la culture et à l'ethnicité : histoire et littérature (relative au monde forain) ; vie de la communauté foraine : carnet des naissances et des décès ; *people* (célébrités du monde forain) ; culture (ex. : annonce de la sortie d'un dictionnaire franco-manouche).

Un seul journal, *Le Niglo en colère*, est lié à un syndicat, la *Confédération Nationale du Travail* (CNT). « *Niglo* » signifie « hérisson » en parler voyageur⁹, et plus généralement en romani (langue standardisée et codifiée par écrit). C'est aussi un emblème de l'identité des Voyageurs français, ainsi qu'un plat qu'ils cuisinent traditionnellement. Selon Pani, Manouche voyageur établi dans le Vexin, responsable du journal et secrétaire de la Commission intersyndicale, un groupe de Manouches voyageurs du Val d'Oise (95), militants de la CNT, a été à l'initiative du numéro 0 : une feuille, sortie à l'occasion des élections municipales de 2002, pour expliquer « qui nous sommes et ce que nous voulons », soit le droit au stationnement. Plus tard, la Commission 95 « gens du voyage » de la CNT prend de l'ampleur puis devient nationale. En 2005, elle se divise selon la scission générale de la CNT de 1993 en deux tendances : syndicaliste révolutionnaire et anarchiste. Cette scission s'est jouée principalement autour d'un désaccord stratégique concernant l'opportunité de présenter ou non des candidats aux élections syndicales (entreprises...). Une première branche (souvent appelée CNT Vignoles), dont Pani fait partie, soutient cette orientation, alors que l'autre, la CNT-AIT (*Association internationale des travailleurs*) est contre. Les dissensions au sein de la Commission « gens du voyage » se sont traduites par la sortie de deux exemplaires différents du n° 7 du *Niglo en colère* : l'un réalisé par Pani, dans la lignée des numéros antérieurs, l'autre, qu'il qualifie de « numéro pirate », par des membres de la Commission CNT-AIT. Le logo du Niglo, côté publication CNT

pas à l'analyse des réalités : les pouvoirs publics, que ce soit au niveau local ou national, créent les éléments d'une représentation plus identitaire et ethnique que citoyenne et égalitaire, comme l'ont révélé par ailleurs nombre de travaux de l'Urmis (De Rudder, Poiret et Vourc'h, 2000 ; Streiff-Fénart, 2009).

9 « *Le Parler voyageur est archaïsant, remarquable par un accent caractéristique proche de l'accent de l'Est où apparaissent ça et là des mots empruntés au sinto, c'est-à-dire un mélange de rromani et d'allemand.* » écrit Élisabeth Clanet, dit Lamanit (Date non précisée) *Rroms et Gens du voyage - Quelques repères*, www.cned.fr. Élisabeth Clanet, linguiste et historienne, est chargée de l'aide à la scolarisation des Voyageurs au CNED.

Vignoles, représente un hérisson à l'allure bonhomme, alors que côté CNT-AIT, il a une expression agressive. Par la suite, la publication officielle du numéro s'est poursuivie.

Ainsi, en France, le panorama des médias traditionnels à l'initiative des Voyageurs met en évidence leur place dans l'espace public : trois scènes se dessinent, celle du religieux, celle des professions ambulantes et celle du militantisme. Cette dernière restant très marginale comparée à la Hongrie, où la production médiatique militante est plus ancienne et plus importante.

En Hongrie : les médias des Roms en transition

En Hongrie, les médias roms se sont développés à partir des années 1990. Du côté des soutiens publics, la Hongrie est passée d'un régime totalitaire, lamineur des identités et cultures minoritaires et peu enclin à la diversité/liberté d'expression dans les médias, à un système relativement « avancé », selon les critères européens, de droits culturels – y compris médiatiques – des minorités¹⁰. La législation s'inscrit dans le principe d'une autonomie culturelle et linguistique des minorités reconnues officiellement. Ainsi, elle oblige les médias publics à proposer des émissions en langue maternelle et l'État à subventionner un certain nombre de médias émanant des minorités. Parmi les innovations que la législation propose, le système de corps élus rassemblant des représentants des minorités au niveau local et national est jugé exemplaire par les institutions européennes. Si l'on traduit littéralement les termes hongrois pour désigner ces instances de représentation, il s'agit d'un *autogouvernement* national des minorités, élu par les représentants des autogouvernements des minorités au niveau local. Du côté des soutiens privés, l'*Open Society Institute* (OSI) a basé dans les années 1990 à Budapest l'infrastructure d'un programme important de développement des initiatives médiatiques des Roms dans toute l'Europe centrale. ONG fondée par le philanthrope et milliardaire américain d'origine hongroise Georges Soros¹¹, le nom de l'OSI notifie la référence de son fondateur à la philosophie poppérienne (Popper, 1979) et à sa définition libérale d'une société démocratique. Dans cette logique, l'OSI a développé son action dans les pays d'Europe centrale et orientale afin d'influer sur le processus de démocratisation dans les années 1990. Elle œuvre notamment auprès des Roms par le biais de nombreux programmes dans le domaine de l'éducation, l'accès à la santé, le développement des médias et la formation des militants.

10 Le principal support législatif de ce dispositif constitue la loi du 7 juillet 1993 sur les droits des minorités nationales et ethniques. Pour en bénéficier, il faut que des instances représentatives d'une minorité présente collectivement depuis au moins un siècle en Hongrie en fassent la demande aux autorités. Ainsi, 13 minorités ont été officiellement reconnues sur le critère de l'ancienneté de leur présence : les Roms, les Allemands, les Slovaques, les Croates, les Roumains, les Polonais, les Ruthéniens, les Serbes, les Slovènes, les Bulgares, les Grecs, les Arméniens, les Ukrainiens.

11 L'article « Qui a peur des féministes roms ? Rapports de hiérarchisation et d'identification au sein d'un objet de recherche émergent » (Cossée, 2009) montre le rôle primordial joué par G. Soros et l'OSI dans la constitution d'un champ militant et universitaire rom en Europe centrale et orientale, favorisant aussi l'implication des femmes et de la cause féministe.

En Hongrie, nous avons recensé 22 médias créés par des personnes roms sur la période 2000-2007. Il existe 3 émissions télévisuelles dont 2 d'envergure nationale. L'une d'entre elles, *Mundi Romani*, sera étudiée dans la seconde partie de cet article. L'autre, le *Roma magazin*, dont la production est garantie par la loi relative au service public audiovisuel, est diffusée sur la chaîne publique nationale *Magyar Televizio 1* (MTV1), à l'instar des programmes des 12 autres minorités officiellement reconnues. Tous ces programmes sont dirigés et produits au sein d'une même rédaction. Phénomène remarquable, deux radios locales sont créées par et pour des Roms, dont *Rádió ©* (C de Cigány/Tsigane), la seule en Europe qui diffuse en continu, à Budapest et ses environs. De plus, deux émissions de radio coexistent, dont l'une est garantie par la loi, et est diffusée sur la chaîne MR4, radio nationale publique spécifiquement réservée aux programmes des minorités. Nous avons recensé par ailleurs 9 journaux et revues, souvent à l'existence fragile et éphémère. Trois ou 4 ont disparu. Il semblerait que seule la presse papier financée par des soutiens publics, mais aussi, et surtout, privés, ait pu subsister. Les critères d'attribution des subventions publiques sont en effet très liés au politique ; un certain nombre de médias sont soutenus voire créés par les Conseils élus des minorités (les « autogouvernements »), eux-mêmes dépendants du pouvoir en place. On remarque aussi l'existence d'une agence de presse rom, la première de ce type en Europe. Son activité consiste à proposer aux médias des articles relatifs aux Roms qui diffèrent de ceux habituellement produits par les journalistes des médias *mainstream*. Généralement, ces articles résultent d'un travail d'investigation et donnent plus souvent la parole aux intéressés. Aujourd'hui il existe une autre agence de presse, diffusée sur Internet, *C-Press Hírügynökség*, « Ts (Tsiganes) - presse ». Enfin, nous avons recensé 5 autres médias Internet, tous soutenus par des fonds publics et privés.

Alors que le droit hongrois favorise la pratique de la langue des « nationalités », nombre de médias ethniques utilisent leur idiome et non le hongrois. Les médias roms font exception car la pratique du romani a subi les effets des politiques assimilationnistes des régimes successifs. Cependant, 9 des 22 médias roms recensés utilisent le romani, bien que non exclusivement, à la différence des médias des Voyageurs en France qui ne s'expriment qu'en français.

Alors que dans les années 1990, les médias roms étaient (relativement) nombreux, aujourd'hui nous constatons un certain essoufflement, malgré la qualité de ces productions (plusieurs magazines ont cessé de paraître) et le professionnalisme des rédactions pour diffuser une information alternative sur la situation des Roms dans sa complexité. Cette situation s'explique par une baisse des financements publics et privés, qui touchent tous les médias des minorités et particulièrement ceux des Roms. Du côté des financements publics et du service public audiovisuel en direction des minorités, on peut parler aujourd'hui d'une véritable crise financière mais aussi d'une perte de légitimité, à la fois du secteur public en général, et du soutien aux minorités en particulier. Les acteurs des médias roms mais aussi des autres minorités nous ont tous fait part de cette situation, que nous avons aussi pu constater sur le terrain. Fin 2009, nous apprenions, en même temps que nos interlocuteurs rédacteurs en chef des émissions de MTV1, qu'à compter de janvier 2010, ils ne bénéficieraient plus d'aucune subvention, malgré l'obligation légale d'assurer ces programmes. Quant aux fonds

privés, même si quelques médias roms sont toujours subventionnés par l'OSI, il semblerait que ces initiatives n'aient pu conduire à la constitution d'un champ médiatique autonome à la hauteur des espérances des années 1990. Certains de nos interlocuteurs hongrois actuels se montrent critiques sur la façon dont les fonds alloués par les organisations internationales ont été utilisés, ce qui selon eux a conduit à une atomisation et une fragilisation des médias roms.

Cette situation est cependant à resituer dans le contexte plus large des médias en Hongrie : d'une part, une crise du secteur public depuis 1996 ; d'autre part, une emprise de plus en plus importante des grands groupes privés de l'industrie médiatique. Le mouvement de privatisation s'accompagne, comme dans bien d'autres pays, d'un processus de concentration de la propriété des médias (Wyka, 2007). Les spécialistes de ces questions soulignent aussi l'importance toujours forte du contrôle de l'État sur les médias, le gouvernement agissant à la fois comme acteur politique et économique (Kürti, 2008 : 21). Comme l'écrit Kürti, « un média totalement indépendant – qui serait indépendant de l'agenda financier et politique – semble difficilement viable pour le moment » (Kürti, 2008 : 5). Dans ce contexte, les petits médias alternatifs, notamment ethniques, ont bien du mal à se maintenir. Dans un pays où le nationalisme est particulièrement fort¹², cela a des incidences directes sur les moyens donnés aux médias roms (au-delà de la législation qui fait office de « modèle ») d'une part, et sur l'aggravation des représentations négatives à l'encontre des Roms au sein des médias commerciaux d'autre part.

Une nouvelle génération de médias tsiganes à l'ère du Web 2.0 ?

Au regard de cette fragilisation des médias traditionnels roms, l'essor considérable de l'usage du Web 2.0 par nombre de Tsiganes, en France comme en Hongrie, confirme-t-il l'hypothèse selon laquelle la nouvelle génération de l'Internet faciliterait l'accès à l'espace médiatique des groupes situés au bas de l'échelle sociale ? Cet usage s'observe à la fois par le nombre croissant de jeunes Tsiganes présents sur la « toile » via les chats comme MSN (Heredia, 2005) ou les réseaux sociaux du Web 2.0 : *Facebook*, *Myspace*. Ces dernières années, le nombre de blogs s'est également multiplié, dont une dizaine en France dès 2007, alors que la même année nous n'avions recensé que 14 médias traditionnels pour les Tsiganes¹³. La volonté d'un grand nombre de Tsiganes, militants ou non, de se rendre visibles et audibles, est aujourd'hui incontestable malgré le manque de moyens, comme le dit par exemple Saimir Mile, responsable de *La Voix des Roms*, association militante et blog du même nom :

12 Il s'agit à la fois d'un nationalisme populaire, ancré dans la perte des territoires d'après les accords de Trianon qui ont généré une minorité hongroise dans les pays voisins très importante numériquement ; et d'un nationalisme politique, principalement ancré dans la droite chrétienne. Depuis quelques années, il s'est incarné de façon beaucoup plus ultra dans une extrême-droite de plus en plus populaire qui a créé en 2007 une milice paramilitaire raciste et réactionnaire, la Garde hongroise, connue pour ses discours relatifs à la « criminalité tsigane ».

13 Le nombre de blogs a certainement augmenté depuis 2007.

« Je suis tout à fait conscient que ce qu'on fait n'est qu'une goutte d'eau et qu'il faudrait un espace médiatique plus important, occupé par de véritables journalistes roms. » (Courriel adressé à la chercheuse, 6 juin 2007).

La création de nombreux forums, *mailing lists* et autres réseaux sociaux spécifiquement destinés aux Tsiganes s'inscrit dans cette évolution.

Le rôle des réseaux sociaux : l'exemple du *Roma Virtual Network*

L'un de ces réseaux les plus importants, le *Roma Virtual Network*, a été créé par Valery Novoselsky en 1999. En 2009, il fonctionne comme agence de presse virtuelle et outil de mobilisation du mouvement international rom ; il est affilié à l'IRU (*International Romani Union*). Le parcours de Valery Novoselsky est particulièrement intéressant du point de vue des influences qui ont compté dans le développement du mouvement international rom, et de la construction des identités et ancrages multiples des Roms, entre enracinements locaux et pratique transnationale. Né en 1970 en Ukraine, dans une famille rom, de langue maternelle russe, il a d'abord étudié l'histoire dans son pays natal. Puis de 1993 à 1995, il a travaillé pour une mission évangélique à Moscou, formation religieuse confortée par l'obtention en Israël, où il a émigré, d'un *Bachelor* en théologie¹⁴. Il a participé ensuite à de nombreuses rencontres internationales organisées dans le cadre de formation en études romani et de conférences¹⁵. Il a notamment suivi en 2005-06 un cursus partiellement *on-line*, le *Roma Diplomacy Program*, avec 24 autres militants de la jeune génération de la mouvance transnationale¹⁶. Aujourd'hui il travaille pour plusieurs organisations transnationales¹⁷. Depuis 2007, le siège du *Roma Virtual Network* est basé en Israël, où Valery Novoselsky est un ardent défenseur de la paix, par son soutien à l'activité d'organisations palestiniennes. Au plan international, il ne s'inscrit pas seulement dans le mouvement rom mais aussi au sein d'initiatives menées par des organisations liées à la diaspora russophone.

Plus récemment, quelques réseaux sociaux comme *Facebook* mais dédiés aux Voyageurs et Roms ont vu le jour. L'un d'entre eux, *savvyhavvy.ning.com*, est plus particulièrement destiné aux Gypsies en Grande-Bretagne. Deux autres sont à vocation transnationale, à l'instar de *kaskosan.com*, créé par Gyula Vámosy, Rom hongrois, qui a lui aussi suivi le *Roma Diplomacy Program* en 2005-2006 et travaillé pour *Mundi Romani* (voir infra) à plusieurs occasions. Nous avons ici un premier aperçu de la façon

14 Au sein du *Bible College* de Galilée, la branche israélienne de l'*American Global University* de 1996 à 2002.

15 Nous avons montré ailleurs les liens qui existent, plus ou moins conflictuels d'ailleurs selon les lieux et les époques, entre le mouvement international rom et la *Mission Évangélique Tsigane* (elle-même à vocation transnationale) (Cossée, 2004).

16 Ce programme a été proposé par *Diplo*, une Fondation sans but lucratif mise en place par les gouvernements de Malte et de Suisse.

17 Pour l'ERIO (*European Roma Information Office*), ONG créée en 2003 à Bruxelles et pour IDEA (*International Debate Education Association*), organisation créée en 1999 à l'initiative de l'*Open Society Institute*.

dont les parcours de ces journalistes militants se croisent. Par ailleurs, ces exemples de réseaux sociaux sont intéressants en ce qu'ils reproduisent et participent d'une logique commerciale peu développée jusqu'à présent par les médias tsiganes.

Enfin, on relève une croissance forte des blogs et réseaux sociaux religieux, principalement pentecôtistes, à l'instar de celui de l'*Association of Gypsies/Romani International*¹⁸. Ce site est particulièrement éclairant sur les liens existants entre mission évangélistrice, re-présentation et mobilisation des Roms au niveau transnational.

Le rôle des blogs : l'exemple de *La Voix des Rroms* (France)

L'une des questions clés aujourd'hui consiste à comprendre en quoi le boom des sites tsiganes – surtout des blogs et tout récemment des réseaux sociaux – participe d'un phénomène politique de reconstruction d'une identité commune transnationale *malgré la diversité des ancrages et des identifications locales*. Le blog *La Voix des Rroms*¹⁹ que nous présentons illustre cette tendance, et permet d'analyser plus avant l'articulation entre re-présentation de soi et mobilisations.

Ce blog (gratuit) a été créé le 24 mai 2006 par le président de l'association *La Voix des Rroms*, Saimir Mile, juriste rom albanais actuellement inscrit en troisième cycle à Paris. Ce militant est lié à la mouvance²⁰ qui défend le concept de « peuple à territoire non compact »²¹, que Morgan Garo situe au sein des défenseurs de la reconnaissance de la « nation rrom » (Garo, 2009). Avec une autre militante de l'association, Jeanne Gamonet²², il dirige et anime également une émission de radio mensuelle, du même nom que l'association, sur la radio libre *Fréquence protestante*²³.

Le premier objectif du blog consiste en la prise de parole directe d'un groupe. Le sous-titre de ce blog : « Les Rroms acteurs – Parce que nous ne sommes pas forcément ce que les autres voient en nous » sous-entend clairement l'enjeu de la re-présentation de soi dans l'espace public. Le texte de présentation souligne l'idée d'une

18 <http://www.christusrex.org/www2/gypsies.net/>

19 Depuis octobre 2009, l'association *La Voix des Rroms* utilise un autre blog, « Les Rroms acteurs » (<http://rroms.blogspot.com/>). Cependant, la nouvelle version reprend nombre d'éléments de l'ancien blog, toujours accessible, et nous avons manqué de temps pour actualiser notre analyse.

20 Il est également membre d'AVER (qui signifie « autre » ou « autrement »), *Centre de recherche et d'action sur toutes les formes de racisme*, et de *Rromani Baxt*, fondation de l'*Union Rromani Internationale pour la Culture*, association 1901 en France, qui a des branches ailleurs en Europe.

21 Le principal théoricien de ce courant, Marcel Courthiade, est un linguiste, maître de conférence qui enseigne le rromani à l'INALCO (version standardisée littéraire des parlers des différents groupes), Paris.

22 Présidente d'AVER, membre de l'*Union Rromani Internationale* et de l'association *Femmes Rroms, Sinté, Kalé*.

23 Émission initialement créée par l'Association *Rromani Baxt*, depuis 2005, elle est codirigée par AVER et l'association *La Voix des Rroms*.

reprise de la parole confisquée : « *Nous sommes un certain nombre de Roms qui avons pris l'initiative de parler un peu de nous-mêmes. Non pas parce qu'on ne parle pas assez de nous, mais parce que... souvent ce sont les autres qui le font à notre place.* » (Page d'accueil du blog *La Voix des Roms*)²⁴.

Nous pouvons entendre ici la notion de re-présentation au sens plus classique de porte-parole : *représentation des intérêts* d'un ensemble de personnes auprès des pouvoirs publics, et rôle de médiation qui s'apparente bien souvent à une représentation *du groupe lui-même*. Nous nous référons ici aux travaux d'Hanna Pitkin (1967) sur la représentation politique, qui propose deux significations empiriques du terme : d'une part, « défendre les intérêts » (*standing for*) et d'autre part, « agir à la place de » (*acting for*). Ce qui pose alors des questions de légitimité et de représentativité, d'autant plus lorsqu'il n'y a pas de système d'élection ou autre institution démocratique du porte-parole. Littéralement, il ou elle porte la parole, mais qui peut parler et au nom de qui ? Ainsi, les enjeux de *représentation politique* et de la *re-présentation* au sens de mise en scène alternative de soi participent d'un même phénomène.

Sur la *façade* (Goffman, 1973) du blog *La Voix des Roms*, en arrière-fond à gauche, une série verticale se compose de drapeaux de la « nation rom » auto-proclamée : projet politique de reconnaissance de ce peuple en tant que tel, la création d'un État ou la revendication d'un territoire en sont tout à fait exclues. Ce drapeau a été choisi et accepté comme symbole national lors du premier congrès international des Roms le 8 avril 1971 à Londres. Il s'inspire à dessein du drapeau de la République de l'Inde²⁵, à laquelle les militants de la « nation rom » ont donné une importance primordiale, en tant que « terre d'origine » de leur peuple. Les militants ont aussi choisi un hymne national.

Goffman défend également que toute présentation de soi cherche à produire une impression favorable dans le cadre d'un processus de « retournement du stigmate en emblème » ou d'« idéalisation ». Ainsi, toujours sur la page d'accueil du blog *La Voix des Roms*, dans le texte de présentation « Qui sont les Roms ? », la phrase suivante entend contrer l'image extrêmement négative qui prédomine à leur encontre : « *Être Rrom est une valeur positive indiscutable, tout comme être Chinois, Argentin ou Français* ». L'idéalisation selon Goffman implique de survaloriser certains éléments. Concernant *La Voix des Roms*, l'unification constitue un véritable enjeu de façade : « *Les Roms sont un peuple sans territoire compact, qui n'a jamais eu de revendications territoriales, mais qui est lié par une conscience identitaire, une origine, une culture et une langue communes.* » (Page d'accueil du blog *La Voix des Roms*).

Il s'agit là d'un enjeu central dans le cas de la standardisation du romani, au cœur même du projet politique de reconnaissance de la « nation rom » (Garo, 2009). Le principal (et très âpre) débat scientifique et militant se joue entre une vision unifiée

24 <http://www.blogg.org/blog-44189.html>

25 Les couleurs n'ont pas la même signification et la roue d'Ashok du drapeau indien à 24 rayons, symbole spirituel, s'est transformée en roue à 16 rayons afin d'évoquer la roulotte traditionnelle.

« du » romani et une définition dialectale « des » idiomes parlés par les divers groupes européens. *La Voix des Rroms* défend la thèse unifiée : « *Malgré sa prétendue diversité dialectale, le rromani est une seule et même langue et les Rroms de Russie, d'Albanie, de Grèce etc. peuvent très facilement communiquer entre eux en rromani – à la seule condition de ne pas l'avoir oublié...* » (Idem).

Ce projet d'unification correspond intrinsèquement à un processus de transnationalisation du mouvement politique et médiatique. Dans une émission radio-phonique de *La Voix des Rroms*, Jeanne Gamonet clame « *nous sommes un peuple transnational* », tout en montrant en quoi cette autodéfinition est porteuse d'une vision novatrice qui peut intéresser l'Europe (*Fréquence Protestante, La Voix des Rroms*, 15 avril 2007). Ici les acteurs de la re-présentation participent au processus de création du groupe (identification collective) d'une part, et de son unité d'autre part.

Cependant, il faut garder à l'esprit que cette dimension transnationale des médias roms reste fortement combinée avec un ancrage local. En effet, même si selon l'actualité, le blog *La Voix des Rroms* évoque d'autres contextes, l'accent est d'abord mis sur la situation française²⁶.

Nous avons choisi de présenter cet exemple car l'étude de cas qui suit illustre elle aussi une entreprise de transnationalisation de la re-présentation, tout en étant produite en Hongrie et réalisée par une Rom hongroise. Nous évoquerons aussi la trajectoire des responsables de *Mundi Romani*. Certains des réseaux et médias tsiganes sont amenés à créer des initiatives Internet en commun. On peut donner pour exemple « *The Global Roma Michael Jackson Tribute* »²⁷, site dédié à l'hommage mondial des Tsiganes à la Star de la pop décédée en juin 2009 dont les initiateurs sont aussi les responsables respectifs de *Kaskosan.com*, *Roma Virtual Network* et *Mundi Romani*. Ces trois personnes ont suivi le *Roma Diplomacy Program* qui, on le verra plus amplement, fonctionne comme un véritable réseau opérationnel.

L'ÉTUDE DE CAS : *MUNDI ROMANI* (DUNA TV, HONGRIE)

L'intitulé de l'émission – et son site Internet – montre que son objectif s'inscrit dans les processus de légitimation et de narration de soi. La présentation de l'émission débute par une citation d'Harvey Fierstein, acteur et dramaturge notamment connu, dont l'écriture s'inspire de sa propre expérience en tant qu'homosexuel : « *Never be bullied into silence. Never allow yourself to be made a victim. Accept no one's definition of your life, but define yourself.* » (Site Internet de *Mundi Romani*, rubrique « *About us* »)²⁸. À l'instar du blog *La Voix des Rroms*, la présentation de *Mundi Romani* s'inscrit clairement dans une entreprise de reconquête de la parole :

26 Il aurait pu en être autrement vu l'origine de Saimir Mile, et vu son positionnement au cœur du mouvement rom transnational.

27 <http://globalromamedia.com/>

28 http://www.mundioromani.com/about_us/

« *Katalin Bársony, réalisatrice rom, voyage à travers le monde pour donner une voix aux sans-voix à travers la vision et la célébration d'un peuple qui a toujours été incompris et tenu à l'écart du regard du public. Avec le ferme refus d'être défini par la peur et la suspicion des autres, elle nous mène au gré d'un voyage coloré et toujours surprenant à travers le monde tel qu'il est vu par les yeux des Roms.* »²⁹ (Idem).

Ici aussi, la re-présentation de soi s'appuie sur la construction de l'unité à travers l'identité transnationale. L'idée de départ de l'émission consistait à établir des liens avec l'Inde, dans la mesure où le mouvement transnational a fait remonter l'origine du « peuple rom » au Nord de ce territoire, en montrant les emprunts du romani à l'hindi³⁰. Durant la préparation des émissions, la réalisatrice a passé de longs séjours en Inde afin de s'imprégner de cette culture et d'établir ces liens avec la culture romani.

Contraintes et moyens de production

Mundi Romani a été créée en 2007 et propose tous les premiers lundis du mois aux téléspectateurs de *Duna TV*, chaîne publique satellitaire, un reportage de trente minutes sur une situation impliquant des Tsiganes à travers le monde. La réalisatrice, Katalin Bársony, est une journaliste rom hongroise âgée de 28 ans (en 2009). Tous les reportages sont accessibles sur le site Internet de l'émission, regardée ainsi par plusieurs dizaines de milliers de personnes dans le monde. Les langues utilisées simultanément sont le hongrois, l'anglais, le romani, ou un parler tsigane, ou encore la langue majoritaire de la région présentée. La plupart des reportages peuvent être visionnés avec un sous-titrage en anglais.

L'émission est co-produite par *Duna TV* et la fondation hongroise *Romédia*. Celle-ci a été créée en 1992 et est dirigée par la mère de Katalin, Ágnes Daróczi, artiste, universitaire, journaliste et militante qui a défendu la culture rom dès son adolescence durant le régime communiste et qui fait figure de pionnière dans ce domaine. C'est elle qui a été à l'initiative de la première émission de la télévision publique faite par et au sujet des Roms, diffusée à partir de 1992 (*Patrin*). L'objectif premier de *Romédia* est la défense des cultures minoritaires. Elle promeut la re-présentation de soi du point de vue des Roms à la fois par la culture et par le développement de leur participation – notamment de la jeune génération – à la vie publique.

Duna TV, comparé à la chaîne publique hertzienne MTV, dispose de moyens technologiques relativement importants (l'émission est filmée en HD), comme nous avons pu l'observer lors de la visite des studios et de notre participation au tournage d'un spot réalisé par l'équipe. *Duna TV* est connue comme une chaîne nationaliste hongroise, et la première à avoir proposé des programmes en direction des minorités hongroises outre-frontières³¹. Le directeur de cette chaîne publique a contribué à

29 Version originale en anglais, traduite par nous.

30 Nous proposons ailleurs une analyse de cette thèse de l'origine indienne (Cossée, 2010).

31 Cf. note 12.

imaginer la création de *Mundi Romani*, ce qui selon Katalin, s'explique par sa sensibilité au sort des minorités liée à son enfance passée au sein de la minorité hongroise en Transylvanie : « *il sait ce que cela signifie d'être une culture opprimée au sein de la société dominante* » (Entretien avec Katalin Bársony, 13/11/09, *Duna TV*)³². Il avait déjà mis en place, avant de devenir directeur de la chaîne, une émission destinée aux Hongrois à travers le monde, *Minoritates mundi*.

L'heure de passage de l'émission, en *prime time* à 20h30, heure importante d'écoute dont ne bénéficie aucune autre émission consacrée aux minorités à la télévision publique, témoigne de l'intérêt de la chaîne qui a cependant une limite : d'une part, s'il est vrai que le choix éditorial de l'émission participe de la transnationalisation de l'identité, objectif également défendu par la réalisatrice, c'est aussi un moyen, pour la chaîne, d'éviter d'aborder le contexte national ; d'autre part, même si le projet de l'émission est soutenu par la direction, les quatre membres de l'équipe³³, aux statuts précaires, disposent de faibles moyens pour produire l'émission. Comme la plupart des journalistes des programmes pour les minorités rencontrés en Hongrie, nos interlocutrices travaillent souvent avec leurs propres moyens de production et en autofinancement³⁴.

Deux types de sujet sont produits. Ils s'appuient sur un travail d'investigation qui donne un regard différent de celui dominant sur les Tsiganes, sans pour autant tomber dans une vision idéalisée ou culturaliste qui n'évoquerait pas les réels enjeux sociopolitiques³⁵. Le premier traite de violations des droits de l'homme (racisme, conditions de vie déplorable...). Le second est plutôt culturel et artistique avec une dimension militante. Il propose soit le portrait d'une communauté ou d'une région, soit un événement particulièrement important pour les Tsiganes comme la journée internationale des Roms du 8 avril ou le Pavillon rom de la Biennale de Venise en 2007. Toutes les émissions se basent et valorisent le travail des associations militantes tsiganes, et ce choix s'inscrit aussi dans l'enjeu de la re-présentation de soi :

« Je crois que c'est une des choses les plus importantes : on veut vraiment montrer qu'il y a des Roms qui travaillent pour les Roms, pour leur communauté, et qui sont allés à la fac, et qui sont revenus y travailler. Ou alors qui ne savent ni lire ni écrire mais qui sont investis. (...) Et c'est ces gens-là d'ailleurs qui nous guident dans les communautés. (...) Moi j'ai découvert plein, plein d'initiatives de Roms eux-mêmes qui travaillent pour leur communauté. Quand on dit – c'est le

32 Entretien réalisé en anglais et traduit par nous.

33 Nous avons interrogé Katalin, réalisatrice, présentatrice, enquêtrice ; et Marion Kurutz, experte en droits de l'homme, responsable des demandes de financements et des relations publiques internationales, traductrice, qui travaille à mi-temps pour *Romédia*. L'équipe est également composée d'un cadreur et metteur en scène et d'une stagiaire en cours de recrutement, qui contribue à l'ensemble des tâches. Les 4 membres collaborent à la conception et aux différentes étapes de la réalisation de l'émission, dans un étroit *open space* où ils disposent de trois petits bureaux équipés d'un ordinateur.

34 Les trois premières émissions ont seulement bénéficié des moyens de production de *Duna TV*. Depuis la quatrième, la série est partiellement soutenue par l'*Open Society Institute*.

35 L'émission s'est vue attribuer plusieurs prix lors de rencontres professionnelles internationales.

truc principal – que eux ils ne font jamais rien ! Et ça ne sort jamais ces informations-là, elles sortent pas des communautés, même si elles sont financées par l'Union européenne. » (Entretien avec Marion Kurutz, 13/11/09, Duna TV)³⁶

Trajectoires croisées

La dimension militante de l'émission est centrale dans les démarches de Katalin Bársony et de Marion Kurutz, toutes deux ayant des parcours emblématiques.

Katalin est née dans une famille dont cinq de ses membres travaillent dans le milieu des médias. Lors de notre rencontre, elle nous parlera de ce que lui a transmis sa mère, Ágnes Daróczi³⁷, journaliste militante née dans un village à l'Est de la Hongrie en 1954. Katalin qualifie sa famille de « traditionnelle » dans le sens où l'attachement à l'identité rom et à la pratique du romani, leur langue maternelle, se transmet de génération en génération. Elle évoque alors comment elle a été amenée à cesser de parler à l'entrée à l'école, puis comment elle a réappris cette langue après l'adolescence, donnant alors un tout autre sens à sa pratique. Sa mère joue un rôle important dans cette démarche lui enseignant les différents parlers romani et l'initiant à une connaissance linguistique savante. Son père János Bársony, est un intellectuel juif hongrois qui a contribué aux travaux sur les Roms pendant l'holocauste. Katalin a donc grandi dans une famille où transmission identitaire, défense d'une culture dominée et militantisme sont intrinsèquement liés.

Katalin a 16 ans quand elle accompagne sa mère lors du tournage de *Patrin* à MTV1. Elle sera alors recrutée pour présenter une émission destinée aux enfants. En 2000, elle présentera aussi des programmes pour enfants à *Duna TV*. Elle va ensuite se consacrer à ses études en psychologie sociale et faire divers stages dans des organisations internationales roms comme l'ERIO. Au cours de son cursus *Roma Diplomacy Program*, elle rencontre Valery Novoselsky, créateur du *Roma Virtual Network* et Saimir Mile, créateur de *La Voix des Rroms*. Selon Katalin, les 25 participants à ce programme figurent parmi les plus ardents militants roms à travers le monde. C'est « son » réseau, sur lequel elle peut s'appuyer « en toute confiance ». Katalin bénéficie aussi du réseau transnational de sa mère, qui correspond à la première génération du mouvement rom.

Marion, jeune femme de trente ans d'ascendance juive, est née en Hongrie où elle a vécu jusqu'à l'âge de 6 ans, puis a grandi auprès de sa mère dans un quartier de la banlieue parisienne. Elle reste cependant plongée dans la culture politique contestataire hongroise de la fin des années 1980. Les étés qu'elle passe auprès de son père, journaliste hongrois, lui permettent de côtoyer les mêmes lieux et les mêmes personnes que Katalin, sans pour autant la connaître à l'époque. Son père milite alors

³⁶ Entretien réalisé en français.

³⁷ Après son départ de l'émission rom de MTV1, c'est son frère, János Daróczi, journaliste et réalisateur, qui a repris le flambeau, et qui est toujours aujourd'hui rédacteur en chef et présentateur du *Roma magazin* sur cette même chaîne.

au SZDSZ, l'Alliance des démocrates libres. Ce parti se situait à partir des dernières années du communisme dans une tendance centre-gauche dite « libérale », progressiste et anti-réactionnaire et parmi ses militants, se trouvaient de nombreux intellectuels juifs ou roms sensibles à la cause des minorités.

Marion se réinstalle en Hongrie en 2004, où elle dispose déjà d'un réseau d'amis, afin de suivre un enseignement de droit à l'Université d'Europe Centrale, université privée fondée et financée par l'*Open Society Institute* (OSI) de George Soros. Par la suite, elle travaille en tant que traductrice et interprète, après avoir effectué divers séjours dans des organisations internationales³⁸. En 2007, elle est contactée par l'OSI par l'intermédiaire d'une de ses amies de l'Université d'Europe Centrale pour un travail d'interprétariat à l'occasion du Pavillon rom de la Biennale de Venise, où Katalin réalise un reportage et c'est à cette occasion qu'elles vont se rencontrer. Marion qui a été choisie par le conseil d'administration en tant qu'experte en droits de l'homme, a un rôle important dans la préparation des tournages : connaissance du terrain et des problèmes des Roms, notamment en termes de violation des droits de l'homme. Elle se livre à un véritable travail d'enquête : lecture des rapports des organisations internationales, confrontation de ces données avec l'observation sur le terrain, choix des interviewés et construction des grilles d'entretien...

Dans ces deux parcours, il apparaît que les références intellectuelles et la socialisation politique des deux femmes sont proches ce qui leur a permis aussi de s'insérer dans des milieux universitaires et professionnels communs. Les organisations occidentales comme l'OSI ont joué un rôle important dans la formation de leurs réseaux, comme nous allons le voir à travers la campagne qu'elles ont réalisée, qui impliquent quatre autres femmes dont les parcours biographiques se croisent également.

« *I am a European Roma woman* »

Autres supports de la re-présentation, l'équipe de *Mundi Romani* et la fondation *Romédia* ont réalisé plusieurs petits films dans le cadre de différentes campagnes. La plus marquante, de notre point de vue, a été réalisée à l'occasion de la journée des femmes de 2009. Le spot « *I am a European Roma woman* » a été tourné à la demande de la directrice de campagne d'*Amnesty international* de Budapest. Si l'équipe a bénéficié du studio et des équipements de *Duna TV*, la campagne a été produite sans aucun autre soutien. Les cinq femmes qui ont fait l'objet d'un portrait dans le film, ainsi que l'équipe de réalisation, ont offert leur contribution sans rémunération.

Le contenu du spot a été décidé dans le contexte de la montée de l'ultra-nationalisme hongrois et plus précisément, selon Katalin, à la suite d'un événement particulièrement douloureux auquel participaient ensemble les femmes ayant contribué

38 À la Cour européenne des droits de l'homme puis à l'Office des Migrations Internationales.

au film ainsi que de très nombreux Roms et leurs soutiens : l'enterrement d'un petit garçon et de son père assassinés pour motifs racistes. La série d'attaques criminelles à l'encontre de personnes roms interroge le pouvoir performatif du discours et de la mise en scène de soi de la Garde hongroise, milice créée en 2007 sous la bénédiction d'autorités chrétiennes extrémistes. Elle est le produit du Parti d'extrême droite hongrois Jobbik – Mouvement pour une meilleure Hongrie –, qui a recueilli 15 % des voix aux dernières élections³⁹, obtenant ainsi pour la première fois 3 sièges au Parlement européen. Elle est composée de jeunes hommes mais aussi de quelques jeunes femmes, ultranationalistes, tsiganophobes et antisémites, homophobes et adeptes d'une esthétique combattante paramilitaire. Le lien entre les agressions racistes récentes et la stratégie d'intimidation des Roms menée par la Garde hongroise est indéniable, selon Katalin Bársony.

Ce petit film de 4 minutes dessine le portrait de cinq femmes roms militantes et intellectuelles : Isabela Mihalache, qui a également suivi le *Roma Diplomacy Program* avec Katalin Bársony, est une amie de longue date. Elle est aujourd'hui l'une des directrices de l'ERRC (Centre Européen des Droits des Roms) à Budapest et travaille notamment sur les questions de genre et la condition des femmes roms, tout comme sa collègue qui a contribué au film, Ostalinda Maya. L'équipe de *Mundi Romani* a tourné l'un de ses reportages sur la famille du père d'Ostalinda en Espagne, Mario Maya, célèbre danseur de Flamenco. Violeta Maydenova, était dans la même promotion que Marion à l'Université d'Europe Centrale. Avec Alina Covaci, toutes deux amies de Katalin, elles travaillent pour l'OSI à Budapest. Katalin figure aussi dans le film, racontant avec fierté que sa mère a été la première Rom de son village à fréquenter l'université, ouvrant ainsi la voie à beaucoup d'autres. Outre que les quatre autres femmes sont des amies proches et participent du même réseau qu'elle, Katalin connaît bien leurs parcours qu'elle avait retracés dans son travail de fin d'étude sur l'émergence du mouvement rom.

La re-présentation est le principal enjeu de ce spot. Il présente des portraits d'intellectuelles qui font carrières dans des organisations transnationales fortement valorisées qui défendent la cause des Roms. En les filmant d'abord dans des postures évoquant leur profession donnée en sous-titres, puis en costume traditionnel rom de leur pays, les réalisatrices du film ont voulu montrer que rester en contact avec sa communauté et même travailler pour elle n'est pas contradictoire avec la poursuite de longues études et le développement d'une carrière. Chacune raconte un événement de sa biographie auquel elle confère une importance particulière, soit un moment traumatique lié aux discriminations et à la prise de conscience des stigmatisations, soit une note plus positive qui montre comment différents niveaux de l'identité peuvent s'articuler sereinement. Parallèlement, le film aborde la question de l'identité transnationale des Roms au-delà de leurs ancrages nationaux. Le clip se clôt par la succession des phrases : « I'm a Roma woman », « I'm a European woman », puis l'adjectif disparaît pour laisser place à la citation ultime « I'm a woman ».

39 Fidesz (droite nationaliste) 56,37 %, MSZP (socialistes) 17,37 %, Jobbik 14,77 %.

Katalin raconte que pendant longtemps, la question du genre ne rentrait pas dans ses préoccupations mais qu'au cours de sa vie, elle a mieux compris combien « *le pouvoir au sein de notre communauté est dans les mains des femmes, et qu'elles peuvent être actrices du changement* ». Elle a alors commencé à s'y intéresser activement. Elle ajoute qu'elle est redevable de cette prise de conscience aux militantes qu'elle a rencontrées :

« *J'ai de très, très bonnes amies, des militantes très fortes, partout dans le monde. Elles m'ont donné le sentiment et la conscience que je devrais commencer à travailler en tant que militante du genre (gender activist).* » (Entretien avec Katalin Bársony, 13/11/09, *Duna TV*).

Pour autant, dans son travail, Katalin n'oppose jamais la cause des Roms à celle des femmes. Elle dit clairement ne pas adhérer à l'assertion selon laquelle « *les hommes roms seraient pires que les autres* ». Elle n'analyse pas la culture rom comme spécifique du point de vue de la condition des femmes :

« *Je n'aime pas voir que ma culture, qui est très précieuse et importante pour moi, puisse sembler aux yeux de quiconque comme pouvant donner des armes aux hommes pour opprimer les femmes. Ce n'est pas vrai !* »⁴⁰ (idem)

Enfin, Katalin insiste sur les progrès actuels en matière d'émancipation des femmes et c'est dans ce contexte qu'elle a réalisé la campagne « *I am a European Roma woman* », qui rencontre un très vif succès *via* sa diffusion par Internet et notamment les réseaux militants. Or, si les associations tsiganes ont du mal à se faire entendre, les militantes elles, rencontrent encore plus de difficultés dans la tentative de faire entendre leurs voix et plus généralement celles des femmes : vis-à-vis de la société dominante et au sein même du mouvement tsigane à hégémonie masculine (Oprea, 2004 ; Kóczé and Trehan, 2009 ; Cossée, 2009). Sans doute Katalin a-t-elle réussi, avec son film, à rendre légitimes ces portraits de femmes militantes et intellectuelles sans pour autant que les hommes, anciennement hégémoniques au sein du mouvement, ne se sentent menacés, ou sans qu'on puisse accuser ces femmes de trahison vis-à-vis de leur communauté (Cossée, 2009). La réception de la campagne suscite beaucoup de réactions, souvent sur un mode affectif, parmi les groupes tsiganes et bien sûr chez les femmes, qui peuvent se projeter dans ces figures à la réussite exemplaire et qui continuent de leur ressembler.

40 Une autre jeune intellectuelle et militante rom, d'origine roumaine, Alexandra Oprea (2005), a analysé par ailleurs les tentatives menées au sein des médias dominants en vue de folkloriser les Roms tout en permettant d'extérioriser vers l'Autre, la « culture primitive », la responsabilité du sexisme, pourtant et évidemment présent aussi dans l'ensemble des milieux de toutes nos sociétés. On peut faire l'analogie avec la façon dont la revue *Nouvelles Questions Féministes* (Benelli, Delphy, Falquet, Hamel, Hertz, Roux, 2006) a analysé le débat social autour du voile en France.

On notera en outre dans cette logique que la légitimité des porte-parole associatifs tsiganes de façon générale, en Hongrie comme en France, leur est sans cesse contestée du fait qu'ils ne seraient plus en lien avec « leur base », et donc, pas « représentatifs ». Non seulement ce n'est pas du tout la majorité des cas, mais en plus, la sélection d'une élite est un des principes clés du gouvernement représentatif que l'on connaît à l'époque contemporaine. Dès lors cette accusation à l'encontre des représentants tsiganes ne participe-t-elle pas d'un double processus : de confusion systématique de la classe et de l'ethnicité (un Tsigane éduqué et qui n'est pas pauvre ne serait plus un « vrai » Tsigane, et encore moins quand il s'agit d'une femme) et d'une tentative délibérée visant à priver le mouvement émergent de toute crédibilité (Kóczé and Trehan, 2009) ?

L'outil médiatique au service du militantisme

Outre le contenu de la série et la réalisation de campagnes contre les discriminations, on peut aussi analyser *l'usage* que la réalisatrice de *Mundi Romani* fait de ses émissions, *via* des échanges à partir de plusieurs *mailing lists*, dont le *Roma Virtual Network* déjà évoqué, destiné aux Tsiganes et à leurs soutiens à travers le monde. On observe alors comment l'équipe entend se servir de sa production culturelle comme un outil de mobilisation et de lutte politique.

À titre d'exemple, Katalin et Marion diffusent sur le *Roma Virtual Network* une lettre qu'elles ont adressée en janvier 2009, au moment des violences politiques de Gaza, à l'un de leurs interlocuteurs en relation avec les Doms d'Israël et des Territoires occupés, considérés comme frères et soeurs des Roms, dans la logique du processus de transnationalisation de l'identité. Elles indiquent aux lecteurs de la *mailing list* qu'elles ont réalisé l'un des reportages de *Mundi Romani* à propos et aux côtés de leur interlocuteur, Amoun Sleem, Directeur de la Société Domari des Tsiganes à Jérusalem. Elles envoient à ce militant leur soutien et lui proposent de disposer du film si cela peut être utile.

Un autre message diffusé sur la *mailing list* montre les dessous de la réalisation et les risques qui sont parfois pris (comme beaucoup d'autres journalistes d'investigation), pour mener à bien son travail. En effet, lors du tournage de l'émission à Rome en août 2008, l'équipe a été arrêtée par la police et son matériel confisqué. C'est grâce à l'intervention de la Hongroise Viktoria Mohácsi, l'une des deux premières représentantes des Roms au Parlement européen, et connaissance de Katalin, que l'équipe a pu être libérée. Katalin fait référence à cet incident pour interpeller la *mailing list* sur les possibilités d'utiliser son émission ou tout autre moyen de mobilisation pour contribuer à faire évoluer la situation en Italie.

Face à l'atomisation des médias roms et à un certain désenchantement dans la période actuelle, Katalin poursuit ce qu'elle a engagé et tente avec opiniâtreté de développer un travail commun, un projet d'envergure qui pourrait impliquer tous les acteurs médiatiques tsiganes au niveau transnational à travers l'Internet.

CONCLUSION

La re-présentation de soi est avant tout, dans notre recherche, un aspect de la lutte politique au service de la dénonciation des rapports de domination et des effets extrêmes qu'ils peuvent engendrer. En ce sens, nous nous inscrivons dans une approche qui n'oppose pas les constructions idéelles et catégorielles liées à ces rapports hiérarchiques à l'analyse de leurs bases matérielles et tangibles. En d'autres termes, et comme l'ont largement démontré les *Cultural studies* (Hall, 1997), la question de la re-présentation ne devrait pas être cantonnée à la simple question identitaire entendue comme fourre-tout à faible portée heuristique (Brubaker, 2001). Ces manières alternatives de se dire et de se re-présenter sont construites socialement, de même qu'elles sont situées géographiquement et historiquement. Elles ne sont pas toujours homogènes ni basées sur les mêmes références, bien qu'unaniment ancrées dans l'expérience des discriminations et de la disqualification. Ainsi coexiste référence à une culture, un peuple, une origine commune ou encore parfois une religion transnationale. Nous avons donc affaire à un processus d'identification et d'unification « du » groupe re-présenté, qui fait écho à deux modes de légitimité de la représentation déclinés par Hanna Pitkin (1967) : le rôle de *miroir* du représentant et le rôle de mise en scène de *l'unité* des représentés. À ce processus s'articule, dans le cas des Tsiganes, un phénomène de transnationalisation des mobilisations. Cet espace de re-présentation est cependant travaillé par des divergences, qu'elles soient propres à la diversité des mondes tziganes, ou aux conflits idéologiques et aux rapports de pouvoir qui constituent plus largement nos sociétés.

Cet article a défendu la thèse selon laquelle il est primordial de compléter l'analyse de contenu des médias ethniques par celle de leurs modes et contraintes de production d'une part, et celle des trajectoires des acteurs qui les font exister d'autre part. C'est ainsi que l'on comprend les ressources dont ces acteurs disposent pour produire cette construction identitaire. Le croisement des trajectoires a fait apparaître l'influence hégémonique des organisations occidentales comme l'*Open Society Institute* de Georges Soros dans la constitution de ces réseaux militants, eux-mêmes à l'initiative de la majorité des initiatives présentées. *Mundi Romani*, comme *Roma Virtual Network*, sont produits avec peu de moyens financiers et pourtant ces deux réalisations ont réussi à se faire reconnaître. La campagne « *I am a European Roma woman* » est à ce titre particulièrement remarquable, elle a suscité un énorme intérêt alors qu'elle a été réalisée sans aucun financement. Outre l'influence des organisations internationales, le rôle potentiel de la nouvelle génération de l'Internet (le Web 2.0) comme outil de diffusion et de mobilisation nous semble confirmé.

La campagne sur les femmes roms entend montrer une réalité invisible derrière les images rabâchées de la mendicante ou encore de la séductrice. Ces cinq figures de la réussite au service de leur communauté proposent une image différente, peut-être au risque d'enserrer l'alternative dans une nouvelle effigie, « héroïnes » (Schwenken, 2008) ou figures de la réussite ?

Cela pose la question de savoir quelle re-présentation de soi permettrait réellement de s'émanciper des images et catégories produites par les rapports de domination, sans pour autant produire d'autres figures assignées. Plus particulièrement, un

travail reste à faire sur les fondements idéologiques des organisations internationales qui ont agi dans l'émergence de cette nouvelle génération de militant.e.s journalistes roms. La mise en scène de ces figures de la réussite est-elle générée par l'orientation libérale de ces organisations occidentales ? Doit-on adhérer à la critique adressée à ces dernières qui auraient ainsi produit une élite soi-disant détachée de « sa base », ou au contraire, analyser cette assertion comme une tentative injustifiée de décrédibiliser le mouvement tsigane ?

.....

Références bibliographiques

- AUZIAS Claire (1998) *Les poètes de grand chemin. Voyage avec les Roms des Balkans*, Paris, Michalon, 378 p.
- BENELLI Natalie, DELPHY Christine, FALQUET Jules, HAMEL Christelle, HERTZ Ellen, ROUX Patricia (2006) De l'affaire du voile à l'imbrication du racisme et du racisme, *Nouvelles Questions Féministes*, 25 (1), Sexisme et racisme : le cas français, pp. 4-11.
- BORDIGONI Marc (2003) Voyageurs et religion, *Monde Tsigane*, 6, janvier, p. 4.
- BRUBAKER Rogers (2001) Au-delà de l'« identité », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 139 (3), pp. 66-85.
- COSSÉE Claire (2004) Tsiganes, « gens du voyage » et construction d'une parole publique, in Claire Cossée, Emmanuelle Lada, Isabelle Rigoni Éd.s., *Faire figure d'étranger. Regards croisés sur la production de l'altérité*, Paris, Armand Colin, pp. 239-259.
- COSSÉE Claire (2009) Qui a peur des féministes roms ? Rapports de hiérarchisation et d'identification au sein d'un objet de recherche émergent, in Valérie Sala Pala, Lionel Arnaud, Sylvie Ollitrault et Sophie Rétif Éd.s., *L'action collective face à l'imbrication des rapports sociaux. Classe, ethnicité, genre*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », pp. 51-74.
- COSSÉE Claire (2010) L'impossible neutralité des sciences sociales face aux catégorisations militantes. « Tsiganes », « Gens du voyage », « Roms », ou autres ethnonymes ? *Migrations Société*, 128, mars-avril.
- DE RUDDER Véronique, POIRET Christian, VOURC'H François (2000) L'inégalité raciste. L'universalité républicaine à l'épreuve, Paris, Presses Universitaires de France, 210 p.
- GARO Morgan (2009) *Les Roms. Une nation en devenir ?* Paris, Editions Syllepse, 2009, 240 p.
- GOFFMAN Erving (1973) *La présentation de soi. La mise en scène de la vie quotidienne*, Tome 1, Paris, Éd. de Minuit (1^e éd. 1959), 256 p.
- HEREDIA TRUCHARTE Mayte (2005) « Entrar y salir, entrar y mirar, entrar y quedarse ». Fases metodológicas a una aproximación etnográfica virtual gitana, *Perifèria*, 3, pp. 1-19.
- HALL Stuart (1997) The work of representation, in Stuart Hall Ed., *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London, Sage Publications Ltd., pp. 13-74.
- HUGUET Jérôme, COSSÉE Claire (Entretien avec) (2006) Gens du voyage. Modèle républicain et pratique communautaire : l'ethnisation du politique ? in Stéphane Beaud, Joseph Confavreux, Jade Lindgaard Éd.s., *La France invisible*, Paris, La Découverte, pp. 196-199.
- KÓCZÉ Angéla (2009) *Missing Intersectionality. Race / Ethnicity, Gender, and Class in Current Research and Politics on Romani Women in Europe*, Budapest, Central European University, 76 p.
- KÓCZÉ Angéla, TREHAN Nidhi (2009) Racism, (Neo-)Colonialism, and Social Justice: The Struggle for the Soul of the Romani Movement in Post-Socialist Europe, in Graham Huggan

- and Ian Law Eds., *Racism Postcolonialism Europe*, Liverpool, Liverpool University Press, pp. 50-76.
- KÜRTI László (2008) Media Wars: Cultural Dialogue and Conflict in Hungarian Popular Broadcasting, *Susdiv paper 8.2008*.
- LIÉGEOIS Jean-Pierre (1976) *Mutation tsigane*, Bruxelles, Complexe, 228 p.
- OPREA Alexandra (2004) Re-Envisioning Social Justice from the Ground Up: Including the Experiences of Romani Women, *Essex Human Rights Review*, 1 (1), pp. 29-39.
- OPREA Alexandra (2005) The Arranged Marriage of Ana Maria Cioaba, Intra-Community Oppression and Romani Feminist Ideals. Transcending the 'Primitive Culture' Argument, *European Journal of Women's Studies*, 12 (2), pp. 133-148.
- PITKIN Hanna (1967) *The concept of representation*, Berkeley, University of California Press, 323 p.
- POPPER Karl (1979) *La société ouverte et ses ennemis*, Paris, Seuil (1^{ère} éd. 1945).
- STREIFF-FENART Jocelyne (2009) Le « modèle républicain » et ses Autres : construction et évolution des catégories de l'altérité en France, *Migrations Société*, 21 (122), pp. 215-236.
- SCHWENKEN Helen (2008) Beautiful victims and sacrificing heroines : Exploring the role of gender knowledge in migration policies, *Signs*, 33 (4), pp. 770-776.
- VERMEERSCH Peter (2006) *The Romani Movement. Minority Politics and Ethnic Mobilization in Contemporary Central Europe*, New York/Oxford: Berghahn Books, 261 p.
- WIKA Angelina W. (2007) Berlusconiization of the mass media in East Central Europe. The new danger of Italianization? *Kakania Revisited*.
- WILLIAMS Patrick (1993) Questions pour l'étude du mouvement religieux pentecôtiste chez les Tsiganes in Nicole Belmont et Françoise Lautman Éd., *Ethnologie des faits religieux*, éditions du CTHS, pp. 433-445.

Médias tsiganes en France et en Hongrie : re-présentation de soi dans l'espace public

Claire COSSÉE

Cette contribution entend dresser un portrait des médias créés par et pour des Tsiganes en France et en Hongrie, *via* les supports traditionnels et sur Internet. L'analyse porte sur la re-présentation de soi dans l'espace public entreprise par des acteurs et actrices médiatiques oeuvrant à renverser le déni du droit à s'auto-définir dont les Tsiganes font généralement l'objet. L'enjeu de ces présentations alternatives des groupes s'inscrit tant dans la conquête d'une dignité que de l'acquisition de droits ou de meilleures conditions de vie. Rares sont les recherches dans ces deux pays qui étudient les médias des minorités comme de véritables outils de lutte face aux rapports de domination.

L'article analyse les conditions de l'émergence de cette parole collective dans l'espace public, en s'arrêtant sur les parcours biographiques des artisans de la nouvelle génération de ces médias, replacés dans leurs contextes nationaux et transnational. Il étudie également le rôle militant de ces productions dans leur contenu revendicatif et dans les diverses manières dont elles sont utilisées.

Gypsy Media in France and Hungary: Self-Re-Presentation in Public Space

Claire COSSÉE

This article aims to study the media created by and for Gypsies in France and Hungary, in traditional forms or on the Internet. It studies media actor's self-re-presentation in public space. The challenges of these alternative representations are diverse: reversing the denial of self-definition, regaining some dignity, acquiring rights or better living conditions. In both countries, very little research has studied minority media as a tool against relations of domination.

The author analyses the conditions of emergence of a collective voice in public space. She retraces the biographies of the people involved in these new media, in their national and transnational context. She also studies the militant use of these media through their political content and in the various ways that they are used.

Medios de comunicación gitanos en Francia y en Hungría: re-presentación de sí mismo en el espacio público

Claire COSSÉE

La presente contribución trata de mostrar un panorama de los medios creados por y para gitanos en Francia y en Hungría, tanto en los soportes tradiciones como en Internet. El análisis se centra en la re-presentación llevada a cabo en el espacio público por actores mediáticos que trabajan por hacer realidad el derecho de los gitanos a auto-definirse, un derecho que generalmente ha sido negado a esta población. El desafío de estas presentaciones alternativas de grupos se inscribe tanto en la conquista de una dignidad como en la adquisición de derechos y de mejores condiciones de vida. Pocas son las investigaciones en estos dos países que estudian los medios de minorías como verdaderas herramientas de lucha frente a las relaciones de dominación.

Al artículo analiza las condiciones de emergencia de esta palabra colectiva en el espacio público, deteniéndose en las trayectorias biográficas de los artífices de la nueva generación de estos medios y situándolas en sus contextos nacional y transnacional. El artículo estudia además el papel militante de estas producciones no sólo en su contenido reivindicativo, sino también en las diversas formas en que se utilizan.