



HAL
open science

Entre identité et médias. L'identité européenne comme point de mire d'une recherche internationale

Luciana Radut-Gaghi, Denisa-Adriana Oprea

► **To cite this version:**

Luciana Radut-Gaghi, Denisa-Adriana Oprea. Entre identité et médias. L'identité européenne comme point de mire d'une recherche internationale. *Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique*, 2016. hal-02614652

HAL Id: hal-02614652

<https://hal.science/hal-02614652>

Submitted on 21 May 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Luciana Radut-Gaghi

Université de Cergy-Pontoise

Denisa-Adriana Oprea

*École nationale d'études politiques
et administratives, Bucarest*

Entre identité et médias. L'identité européenne comme point de mire d'une recherche internationale

L'objectif de cet article est de présenter la manière dont les discussions théoriques autour de l'identité européenne ont modifié les questions de recherche d'un projet comparatif européen mené dans plusieurs pays. Le projet «L'Europe dans les médias en ligne» (Lemel) traite des représentations, des images de l'Europe telles qu'on les retrouve dans la couverture médiatique que lui réservent les versions en ligne des principaux médias dans plusieurs pays européens. Sa mise en place a connu plusieurs étapes d'invalidations, de validations, de modifications d'angles de la recherche.

Le projet a porté initialement le nom Arie («À la recherche de l'identité européenne¹») et se dessinait autour de la problématique centrale de l'identité européenne. Les réunions lors de cette première phase, ses résultats, ainsi

que l'approche théorique de l'identité européenne ont contribué à la modification du projet initial. Nous nous concentrons ici sur cette phase de tâtonnements, d'interrogations, de mise en perspective de théories diverses et de recherche d'un point d'appui commun pour des chercheurs venant de pays et de contextes disciplinaires divers. Nous ne présentons pas ici l'outillage de recherche Lemel², mais seulement ses questions de recherche, dans la mesure où elles aident à la compréhension de notre démarche collective de déplacement d'un intérêt de recherche. Les résultats Arie ne seront pas exposés non plus exhaustivement, mais seulement dans la mesure où ils illustrent notre propos sur les décisions de modification du projet. Plus précisément, nous montrerons dans les lignes qui suivent comment une recherche initialement articulée autour de

l'identité européenne a été détournée de ses objectifs initiaux pour finalement étudier les différences européennes de la couverture médiatique de l'Europe.

La recherche sur l'identité

L'identité est un concept très étudié en sciences humaines. Ses approches se revendiquent, pour la plupart, de la psychologie sociale, comme le démontre l'ouvrage homonyme d'Alex Mucchielli, dont la neuvième édition a été publiée en 2013³. Toutefois, s'il existe un certain consensus quant à l'approche psychosociale de l'identité, sa constitution en catégorie d'analyse dans d'autres disciplines socio-humaines est davantage soumise à des discussions et des doutes.

En abordant ce thème, nous avons pu expérimenter les difficultés du chercheur face à son objet. Le projet Arie se donnait pour but d'analyser les perceptions publiques – c'est-à-dire le sentiment européen des citoyens et les attitudes véhiculées par les médias – quant à l'identité européenne dans deux pays membres de l'Union européenne (UE), respectivement la Roumanie et la France. L'objectif avait donc été formulé avant la constitution du groupe de recherche. Ce choix était motivé à la fois par l'ancienneté de l'appartenance à l'UE – respectivement membre récent (la Roumanie) et membre fondateur (la France) – et par leur appartenance à des espaces géographiques distincts – respectivement pays de l'Europe de l'Est (la Roumanie) et pays de l'Europe de l'Ouest (la France). Privilégiant une approche comparative, Arie se voulait donc être une étude interdisciplinaire de l'identité européenne chez les Roumains et les Français. Pour ce faire, il était proposé de mener des enquêtes nationales, des analyses de contenu portant sur les médias et des groupes de discussion. Le but de ces investigations quantitatives et qualitatives était double : 1) présenter de manière comparative l'impact que les attitudes positives et négatives à l'égard de

l'Union européenne, présentes dans les médias, ont sur la formation et la consolidation d'une identité européenne ; 2) réfléchir sur l'existence et les caractéristiques d'une identité est- et ouest-européenne, et des relations qu'elles entretiennent⁴.

Posant d'emblée la difficulté de cerner une définition de l'identité européenne qui fasse consensus, Arie partait d'une perspective constructiviste sur l'identité (Berger et Luckman, 1966 ; Haar, 2002). Selon les tenants de celle-ci, l'identité n'est pas donnée d'avance mais elle se construit dans le cadre de processus sociaux, étant constamment modelée et remodelée par les relations sociales (Berger et Luckman, 1966). Elle n'est pas non plus stable et fixe, donnée une fois pour toutes, mais elle se fait et se défait sans cesse, à travers les interactions sociales, et suppose par excellence un effort discursif. En outre, elle n'est pas unique mais multiple et fragmentée. Plusieurs identités peuvent coexister chez un même individu, qui sont mises en avant selon le contexte ou la nature des interactions sociales. Par conséquent, l'identité européenne ne serait que l'une des multiples identités que les Européens possèdent simultanément (Bruter, 2005 ; Risse, 2010), aux côtés de leurs identités locale, régionale, nationale, etc.

La création du groupe de chercheurs Arie et les premières discussions ont mis en évidence plusieurs failles potentielles. Premièrement, il devait être prouvé que la présence de thématiques européennes dans les médias influence la formation ou la consolidation d'une identité européenne, même si plusieurs recherches avaient déjà mis en évidence le fait que les médias constituent un facteur important pour le soutien politique à l'UE et le sentiment de l'identité européenne des citoyens (Diez Medrano, 2003 ; Koopmans et Statham, 2010). Deuxièmement, le rapport aux institutions européennes, qui mérite plus de développement, a été écarté presque depuis le début. Mais, plus important, la perspective constructiviste énoncée au départ devait prouver son intérêt et son utilité par rapport aux objectifs. À la lumière de celle-ci, l'identité

européenne était un processus en cours de réalisation ; il était ainsi possible d'identifier certains de ses aspects lors d'entretiens prévus à cet effet avec des étudiants roumains et français (et polonais, ultérieurement). Le texte qui a le mieux statué sur les difficultés liées à la recherche sur l'identité est sans doute celui de Rogers Brubaker (2001, pour la traduction française)⁵. Le principal tort de ce concept « trop ambigu », selon l'auteur, est d'être en même temps « catégorie de pratique » (notion qu'il emprunte à Pierre Bourdieu) et « catégorie d'analyse ». Autrement dit, les recherches sur l'identité et les politiques identitaires coexistant, le risque de dérive vers l'essentialisme est fort⁶. La conception prise comme départ du projet Arie était celle d'une appartenance à un patrimoine, à des valeurs et des principes, à une communauté. Selon Brubaker, dans cette conception de l'identité, la distinction entre les deux types de catégories énoncées est « souvent brouillée ». L'approche constructiviste n'en serait pas la solution : « on ne voit pas clairement pourquoi ce qui est ordinairement décrit comme multiple, fragmenté et fluide devrait être conceptualisé comme une "identité" » (2001).

Dans les études sur l'Europe, la référence à cet article est récurrente, soit comme argument pour ne pas choisir l'identité comme catégorie d'analyse (Duchesne, 2010), soit comme synthèse de l'état de l'art dans le domaine (Diez Medrano, 2009). Ces deux auteurs, pour ne retenir qu'eux, oscillent ou présentent les options ouvertes au chercheur dans le domaine, pour poser finalement une notion plus facile à opérationnaliser, celle d'identification à l'Europe. Juan Diez Medrano assume la notion d'identité, et la définit, dans sa dimension politique, comme la « compréhension politique de soi » (Diez Medrano, 2009), qui est multidimensionnelle et qui est présente dans le discours public⁷. Le même auteur aborde aussi la « déconstruction (*unpacking*) de l'identité européenne » (2010), en étudiant l'identification des individus à l'Europe. Sophie Duchesne évite l'expression « identité européenne », sauf dans l'introduction d'un numéro de *Politique européenne*, qu'elle

intitule « L'identité européenne, entre science politique et science-fiction » (2010). Elle y pointe à la fois la difficulté d'appréhension de la notion elle-même et les errements des chercheurs qui ont tenté des approches méthodologiques qualitatives du sujet depuis les années 2000. Plus que le choix des mots, il s'agit du choix d'une perspective de recherche.

Avec cet ancrage théorique, nous avons donc mis en place un guide d'entretien où la question de l'identité européenne des individus a été évitée au profit d'une formulation plus générale : « votre sentiment d'appartenance à la communauté européenne ». L'identité européenne a été néanmoins abordée à un niveau général, culturel : « Pensez-vous qu'il existe une identité européenne ? » ou encore « Quelle serait selon vous la relation entre l'identité nationale et l'identité européenne ? ».

Identification et jeunesse

L'identification est analysée le plus souvent par l'approche des attitudes des citoyens envers le projet européen. L'aspect politique du projet européen est au centre de ces recherches qui traitent de la politisation de l'identité européenne, de l'europanisation, des identités européennes cosmopolites (Checkel et Katzenstein, 2009)⁸. Les chercheurs analysent la légitimation du projet européen qui serait ainsi opérée (Favell, 2008 ; 2010 ; Favell et Guiraudon, 2011). La même question de la légitimation est au centre de la réflexion sur les médiations de l'Europe politique, dans l'environnement français de la recherche (Aldrin, Hubé, Ollivier-Yaniv et Utard, 2014). Nous n'avons pas lié la problématique de l'identité européenne à une dimension politique de l'identité, comme Bruter (2005) le fait, en caractérisant lui-même l'identité politique par l'attachement à un territoire. Cette dimension dynamique n'a pas été la nôtre. Le problème de l'adhésion à l'Europe, donc du soutien au projet politique et institutionnel des étudiants

interrogés ne se posait pas pour nous, dans le cadre du projet Arie, mais seulement le développement d'une identité européenne en rapport avec l'agenda médiatique.

Étudier l'identification et les attitudes envers l'Europe ou le projet européen a très souvent mis en évidence « la qualité des propos tenus [par les interviewés, qui] montre bien le caractère secondaire, voire superficiel du sujet pour la plupart d'entre eux » (Duchesne, 2010). Ces conclusions tirées de Diez Medrano, Weill, Throssell et Favell (*in* Duchesne, 2010) ont été également celles de l'équipe française du projet Arie, après l'étape des entretiens avec des étudiants. Le choix sur ce type de population a été fait en cohérence avec des études (Bruter, 2005; Arts et Halman, 2006; Fliegstein, 2009) qui avaient souligné que les jeunes éduqués étaient plus susceptibles de développer une identité européenne. De fait, voyageant davantage que leurs parents et parlant des langues étrangères, ils établissent des contacts avec leurs pairs européens, ce qui leur fait se rendre compte des similitudes et des préoccupations communes qui les rapprochent.

Les enquêtés répondent bien volontiers aux questions, sans que le sujet soit une de leurs préoccupations centrales (même pour les étudiants en études européennes). Les entretiens faits en Roumanie ont quant à eux mis en avant des attitudes quelque peu différentes. À l'encontre de leurs collègues français, qui se montrent plus critiques et plus sceptiques quant au projet européen et à son avenir, les étudiants roumains semblent plus confiants et moins enclins à le questionner. Toutefois, tout comme chez leurs pairs français, et à l'exception notable de certains étudiants en études européennes, le sujet de l'identité européenne est loin de se trouver au centre de leurs préoccupations. En outre, tant chez les étudiants français que chez les étudiants roumains, il s'est avéré que les médias étaient loin d'agir en tant qu'agents de l'europanisation – autrement dit, qu'ils abordaient très peu ou pas du tout la question de l'identité européenne et que, en plus, les sujets européens dont ils débattaient se sont retrouvés dans une très

faible mesure sur l'agenda des discussions personnelles des jeunes.

Somme toute, l'on peut parler plutôt d'identifications, de contextes spécifiques – dont, par exemple, le voyage ou les études à l'étranger – où les étudiants interviewés disent s'être sentis européens. Les résultats de l'analyse des entretiens ne nous ont pas apporté de points de vue originaux. Lors de la journée de travail de Bucarest en février 2014, nous avons fait nous-mêmes, chercheurs, des généralisations hasardeuses (« les Français sont... », « les Roumains pensent... », etc., fondées sur seulement dix entretiens par pays). Tous ces éléments nous ont contraints à revoir notre approche de recherche.

La synthèse interdisciplinaire

Sans complètement écarter le citoyen de notre démarche d'analyse, nous avons développé l'aspect lié aux discours médiatiques, en suivant les voies ouvertes par Jürgen Gerhards (2000) qui se concentre sur l'absence de « perspective européenne » de la part des médias qui traitent de l'UE, ou par Peter et de Vreese (2003), qui analysent les thématiques de l'agenda public. L'objectif du projet Lemel, tel qu'il est énoncé et validé par l'ensemble de ses chercheurs aujourd'hui, est la comparaison synchrone et diachronique des représentations de l'Europe dans les médias en ligne et entre différents pays européens. Un second objectif, à long terme, est de produire des indicateurs relatifs à l'espace public européen à destination des acteurs du jeu politique (décideurs, société civile, etc.). Ce dernier objectif sera atteint éventuellement dans le cas où le projet se poursuivra et prendra de l'ampleur dans les années à venir. Pour le moment, il n'est pas développé.

Concernant le choix des médias, les médias en ligne n'ont jamais été la préoccupation principale des chercheurs ayant réalisé des enquêtes collectives comparatives (la télévision et les principaux quotidiens ont été le plus souvent

privilegiés; cf. par ex. Kopper, 2007⁹). Mais les derniers Eurobaromètres démontrent une progression sensible de la confiance des Européens en Internet et une utilisation massive de ce média. Accompagner cette progression d'Internet d'une recherche sur l'évolution de la présence médiatique de l'Europe est d'autant plus pertinent pour la compréhension de la structuration des représentations, des attitudes et des identifications au sein de l'Europe.

À présent, les questions de recherche de Lemel sont les suivantes : 1) Quelles représentations de l'Europe véhiculent les médias en ligne lors du déroulement d'événements médiatiques, pendant des périodes normales (hors élections européennes) ? 2) Quelle relation existe entre les représentations retenues dans les médias et les stratégies de communication des institutions européennes (en amont) ? Autrement dit, est-ce que la communication officielle de l'UE a un impact dans la manière dont les journalistes couvrent le sujet ? 3) Quelle relation y a-t-il entre les représentations retenues dans les médias et l'expression de l'opinion publique *via* différents indicateurs (Eurobaromètres, sondages) et les votes nationaux aux élections européennes (en aval) ? 4) Quelle est la spécificité des médias en ligne dans le traitement des questions européennes ?

La modification de l'objectif de la recherche a induit aussi un léger changement dans la perspective de la recherche. D'une concentration sur le récepteur du discours médiatique et de l'usage qu'il en fait pour la formulation de sa propre identité européenne, nous avons déplacé notre attention sur le discours médiatique. Le cadrage médiatique, avec l'étude des événements médiatiques sur des thématiques européennes, constitue la toile de fond de la recherche. Nous avons développé un outil méthodologique qui tient compte des représentations – et qui donc se situe à la fois au niveau de la source du discours et au niveau du récepteur, tout en faisant une incursion dans la production médiatique (l'appropriation comme entrée dans le sujet européen qu'on pourrait aussi définir comme instrumentalisation du sujet par le journaliste)¹⁰.

L'établissement d'un objet de recherche commun n'a pas été facilité par une inscription dans une discipline de recherche précise. Et cela, d'autant plus que les chercheurs du groupe font partie de disciplines aussi variées que les sciences de l'information et de la communication, la sociologie de la communication, la sociologie des médias, les sciences des médias, la sociologie de la culture, les sciences politiques, les *cultural studies*, l'histoire. L'enjeu du projet est l'étude d'un objet commun, par l'application d'un outil commun, d'une méthodologie commune, éléments considérés et respectés par l'ensemble des chercheurs.

Peut-être une dimension supérieure, interdisciplinaire, devrait-elle caractériser un projet de ce type : celle des études européennes (dans le sens des *European studies*), ou celle des études de l'intégration (européenne). La communauté scientifique serait alors peut-être plus facilement favorable à une approche méthodique de la construction d'éléments européens, comme l'identité européenne, ou encore comme l'espace public européen, autre sujet de controverse sur lequel nous ne nous sommes pas penchées ici.

L'identité européenne n'est plus notre objet d'étude. Les perturbations théoriques, le peu de résultats originaux, les risques de court-circuit dans l'analyse ont fait que nous avons déplacé le point de mire de la recherche d'un cadre théorique et méthodologique fondé sur l'*agenda setting* vers un autre, plutôt concentré sur le discours médiatique.

Nous avons été tentées, au début de la rédaction de cet article, de conclure à une particularité française de la recherche dans le domaine de l'identité¹¹. Mais nous avons présenté ci-dessus la lecture critique d'une partie de la bibliographie du domaine, que nous avons recoupée avec notre propre expérience dans le cadre de ce projet. Notre objectif n'a pas été de démonter un plan de recherche et de le remplacer par un autre. Pour autant, nous avons tenté d'indiquer les étapes (qui n'ont rien de chronologique)

qui ont conduit à la stabilisation et au plébiscite d'un projet de recherche par les chercheurs qui y participent. À quatre mains, et venant d'univers de recherche distincts, et pourtant proches, nous avons essayé de surprendre une des facettes de la réserve des recherches sur l'identité en France. Au-delà d'un penchant vers l'essai, qu'on

peut imputer aux chercheurs français et qui est souvent assumé, au-delà d'un contexte politique qui instrumentalisait lui-même l'identité¹², il s'agit d'une forme de retenue en France liée aux questions de l'identité européenne, qui exprime un certain malaise pour l'approche de la notion, notamment dans des perspectives comparatives.

NOTES

1. Les débuts du projet *L'Europe dans les médias en ligne* remontent au mois d'avril 2013. À l'époque, Nicoleta Corbu et Denisa-Adriana Oprea, enseignantes-chercheuses de la Faculté de communication et relations publiques de l'École nationale d'études politiques et administratives de Bucarest (SNSPA), Roumanie, avaient soumis et reçu l'acceptation par le CNRS du projet de recherche d'un an, « À la recherche de l'identité européenne : controverses et réalités » (Arie), dans le cadre d'un appel à projets PEPS Interdisciplinaires, en partenariat avec l'Institut des sciences de la communication du CNRS, Paris. Des chercheuses de l'université de Cergy-Pontoise (Joanna Nowicki et Luciana Radut-Gaghi) ont été invitées à se joindre à cette étape de la recherche, pour lui attribuer un objectif comparatiste.
2. À partir de septembre 2014, le projet est intitulé Lemel, « L'Europe dans les médias en ligne ». Le projet compte aujourd'hui neuf pays. Hormis les deux ci-dessus, l'on compte également l'université de Varsovie (qui a rejoint le projet dès l'étape Arie), le London College of Communication – University of the Arts London, l'université de Bologne et l'université de Padoue, l'université de Leipzig (en 2014-2015) et l'université de Weimar (en 2015-2016), l'université Pan-européenne de Bratislava, la nouvelle université bulgare, l'université Aristote de Thessalonique (qui a rejoint le projet en 2015-2016).
3. La première édition date de 1986. Selon l'organisation disciplinaire de la maison d'édition, l'ouvrage appartient à la psychologie/psychanalyse et à la sous-discipline psychologie générale. L'approche de l'auteur relève de la psychologie sociale et, dans l'introduction, il formule l'objectif de « restituer le concept dans le nouveau paradigme des sciences humaines : le paradigme de la complexité ». L'identité est plurielle et liée aux sens que les acteurs lui confèrent lors des actions de communication.
4. Il a donc été décidé d'une approche qualitative à deux volets : a) une analyse du discours médiatique portant sur l'identité européenne de deux sites internet d'informations/deux journaux en ligne sur un mois (du 15 octobre au 15 novembre 2013) neutre du point de vue de l'agenda européen ; b) une analyse des perceptions individuelles sur l'identité européenne et de la manière dont les thèmes et les cadrages proposés par les médias se retrouvent sur le plan de l'agenda personnel (dix entretiens par pays avec des étudiants en master, du 15 novembre au 1^{er} décembre 2013).
5. Et sa version anglaise de 2000, écrite avec Frederick Cooper, « Beyond "identity" », *Theory and Society*, n° 29, 2000, p. 1-47.
6. Dominique Schnapper faisait une analyse similaire pour la notion d'« intégration », pour laquelle elle distinguait un sens sociologique et un sens politique (Schnapper, 2007).
7. « Ce qui m'intéresse est l'interface entre les élites et les citoyens, et c'est pourquoi je me concentre sur l'identité politique-comme-projet d'un point de vue du discours public » (Diez Medrano, 2009).
8. L'identité européenne est théorisée ici par les théories de l'intégration des années 1960 : David Mitran, Ernst Haas, Joseph Nye, Karl Deutsch.
9. *Adequate Information Management in Europe*, dirigée par Gerd G. Kopper du Erich-Brost-Institute entre 2004 et 2007 sur 11 pays européens.
10. L'étude des cadres de l'Europe de Diez Medrano tire ses conclusions aussi dans le domaine des « représentations sociales populaires sur l'Union européenne » (2003). L'auteur analyse le discours des journalistes, des commentateurs publics, des membres des classes éduquées, pour identifier les origines de ces cadres, qu'il appelle aussi schémas cognitifs. Pour notre part, les représentations portées par les médias sont analysées à un niveau plus dynamique, agissantes dans tout processus communicationnel et dans le

domaine du sens commun (selon les fondements posés par Moscovici et Jodelet, que nous revisitons et enrichissons au carrefour de la théorie de la rationalité ordinaire et de l'intuition).

11. Peut-être aussi à cause de la véhémence des prises de position françaises contre la recherche qui se donne pour objectif l'identité européenne dans deux situations précises : le projet Arie et

la discussion autour du livre de Theresa Kuhn sur *Experiencing European Integration. Transnational Lives and European Identity*, Oxford, Oxford University Press, 2015 à la Conférence des européenistes de juillet 2015, tenue à Sciences Po, Paris.

12. Le débat sur l'identité nationale lancé par le président de l'époque, Nicolas Sarkozy, en 2009.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ALDRIN, P., HUBÉ, N., OLLIVIER-YANIV, C. et UTARD, J.-M. (dir.), *Les Médiations de l'Europe politique*, Strasbourg, Presses universitaires de Strasbourg, 2014.

ARTS, W. et HALMAN, L., « Identity : The Case of the European Union », *Journal of Civil Society*, vol. 2, n° 3, 2006, p. 179-198.

BERGER, P. et LUCKMAN, T., *The Social Construction of Reality*, Londres, Penguin, 1966.

BRUBAKER, R., « Au-delà de l'« identité » », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 4, n° 139, 2001, p. 66-85.

BRUTER, M., *Citizens of Europe? The Emergence of a Mass European Identity*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2005.

CERUTTI, F. et LUCARELLI, S. (dir.), *The Search for a European Identity. Values, Policies and Legitimacy of the European Union*, Londres/New York, Routledge, 2008.

CHECKEL, J. et KATZENSTEIN, P. (dir.), *European Identity*, Cambridge, Cambridge University Press, 2009.

DE VRIES, C. E. et VAN KERSBERGEN, K., « Interests, Identity and Political Allegiance in the European Union », *Acta Politica*, vol. 42, n° 2/3, 2007, p. 307-328.

DIEZ MEDRANO, J., *Framing Europe : Attitudes to European Integration in Germany, Spain, and the United Kingdom*, Princeton, Princeton University Press, 2003.

DIEZ MEDRANO, J., « The Public Sphere and the European Union's Political Identity », in CHECKEL, J. et KATZENSTEIN, P. (dir.), *European Identity*, Cambridge, Cambridge University Press, 2009, p. 81-109.

DIEZ MEDRANO, J., « Unpacking European Identity », *Politique européenne*, vol. 1, n° 30, 2010, p. 45-66.

DUCHESNE, S. et FROGNIER, A.-P., « Is There a European Identity? », in NIEDERMAYER, O. et SINNOTT, R. (dir.), *Public Opinion and Internationalized Governance*, Oxford, Oxford University Press, 1995, p. 193-226.

DUCHESNE, S. et FROGNIER, A.-P., « Sur les dynamiques sociologiques et politiques de l'identification de l'Europe », *Revue française de science politique*, vol. 52, n° 4, 2002, p. 355-373.

DUCHESNE, S., « L'identité européenne entre science politique et science-fiction. Introduction », *Politique européenne*, vol. 1, n° 30, 2010, p. 7-16.

FAVELL, A., « Immigration, Migration and Free Movement in the Making of Europe », in CHECKEL, J. C. et KATZENSTEIN, P. J. (dir.), *European Identity*, Cambridge, Cambridge University Press, 2009, p. 167-189.

FAVELL, A., « European Identity and European Citizenship in Three "Eurocities" : a Sociological Approach to the European Union », *Politique européenne*, vol. 1, n° 30, 2010, p. 187-224

FAVELL, A. et GUIRAUDON, V. (dir.), *Sociology of the European Union*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2011.

FLIEGSTEIN, N., « Who Are the Europeans and How Does This Matter for Politics? », in CHECKEL, J. et KATZENSTEIN, P. (dir.), *European Identity*, Cambridge, Cambridge University Press, 2009, p. 132-166.

FUCHS, D. et KLINGEMANN, H.-D. (dir.), *Cultural Diversity, European Identity and the Legitimacy of the EU*, Cheltenham, Elgar, 2011.

GERHARDS, J., « Europäisierung von Ökonomie und Politik und die Trägheit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit », in BACH, M. (dir.), *Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Sonderheft 40 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 2000, p. 277-305.

HAAR, D. M. van der, *A Positive Change: A Social Constructionist Inquiry into the Possibilities to Evaluate Appreciative Inquiry*, Tilburg, Tilburg University, 2002.

KOPPER, G. G., DURAND, M. et JORRY, H., «Les médias et l'Union européenne : le prisme national perdure. Entretien avec Gerd G. Kopper, directeur scientifique du projet AIM (Adequate Information Management in Europe)», *Horizons stratégiques*, n° 6, 2007, p. 56-63.

KOOPMANS, R. et STATHAM, P. (dir.), *The Making of a European Public Sphere: Media Discourse and Political Contention*, New York, Cambridge University Press, 2010.

KRITZINGER, S., «The Influence of the Nation-State on Individual Support for the European Union», *European Union Politics*, vol. 4, n° 2, 2003, p. 219-241.

MUCCHIELLI, A., *L'Identité*, Paris, Presses universitaires de France, coll. «Que sais-je?», 2013 [9^e éd.].

PETER, J. et DE VREESE, C. H., «Agenda-Rich, Agenda-Poor: A Cross-National Comparative Investigation of Nominal and Thematic Public Agenda Diversity», *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 15, n° 1, 2003, p. 44-64.

RISSE, T., *A Community of Europeans?*, Londres, Cornell University Press, 2010.

RUIZ JIMÉNEZ, A. *et al.*, «Europe and National Identities in Europe's Old and New Member States: Ethnic, Civic, Instrumental and Symbolic Components», *European Integration Online Papers (EIoP)*, vol. 8, n° 11, 2004, p. 1-23.

SCHNAPPER, D., *Qu'est-ce que l'intégration?*, Paris, Gallimard, coll. «Folio actuel», 2007.