Dominique MARCHETTI, dir., *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*. Guillaume GARCIA, Virginie LE TORREC, dirs, *L'Union européenne et les médias. Regards croisés sur l'information européenne*. Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2004, 301 p et Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Cahiers politiques, 2003, 148 p.

Arnaud Mercier

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5842>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.5842

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2005

Pagination : 485-487

ISBN : 978-2-86480-868-8

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Arnaud Mercier, « Dominique MARCHETTI, dir., *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*. Guillaume GARCIA, Virginie LE TORREC, dirs, *L'Union européenne et les médias. Regards croisés sur l'information européenne* », *Questions de communication* [En ligne], 8 | 2005, mis en ligne le 29 mai 2012, consulté le 08 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5842> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5842>

Ce document a été généré automatiquement le 8 avril 2021.

Tous droits réservés

Dominique MARCHETTI, dir., *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*. Guillaume GARCIA, Virginie LE TORREC, dirs, *L'Union européenne et les médias. Regards croisés sur l'information européenne*

Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2004, 301 p et Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Cahiers politiques, 2003, 148 p.

Arnaud Mercier

RÉFÉRENCE

Dominique MARCHETTI, dir., *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2004, 301 p.

Guillaume GARCIA, Virginie LE TORREC, dirs, *L'Union européenne et les médias. Regards croisés sur l'information européenne*, Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Cahiers politiques, 2003, 148 p.

- 1 La construction d'un espace européen commun ne peut manquer de susciter des études sur la place des médias dans un tel processus. En effet, l'histoire moderne a montré que la construction d'espaces politiques unifiés – notamment nationaux – ne pouvait se passer de médias de masse comme facteurs d'unification : concrète, axiologique ou symbolique. La science politique et les sciences de l'information et de la communication se sont donc emparées du lien Europe et communication, en l'abordant selon trois

angles. L'approche comparative d'abord, souvent avec pour problématique le maintien de différences culturelles, qui fait se croiser des regards nationaux au sein de l'espace européen sur des objets de communication et des contenus médiatiques (voir Von Munchow P., *Les journaux télévisés en France et en Allemagne*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2004). Une seconde approche, la plupart du temps avec l'eupéanisation comme problématique, vise à étudier les produits d'information et de communication destinés à un public européen, que ce soit les stratégies de communication des institutions européennes (voir Dacheux É., *L'impossible défi. La politique de communication de l'Union européenne*, Paris, CNRS Éd., 2004), ou les politiques européennes des groupes de communication ou des institutions concernant le secteur des médias et de la communication (voir Nobre-Correia J.-M., « Les médias et l'Europe », *Communication et langages*, 140, juin 2004, pp. 133-140). Une troisième approche prend pour objet la place réservée aux questions et pays européens dans les médias nationaux, en interrogeant la capacité de ces médias à prendre en charge l'information des citoyens sur les enjeux de ce nouvel espace de décision politique et de communauté de destin. C'est le cas du livre de Guillaume Garcia et Virginie Le Torrec. En revanche, compte tenu du volume des contributions rassemblées, l'ouvrage dirigé par Dominique Marchetti aborde différentes facettes : des processus de transnationalisation des productions culturelles et d'information, aux traitements nationaux de questions communautaires et même infranationaux dans l'articulation entre identités territoriales et européennes.

- 2 Ces deux ouvrages sont d'un grand intérêt car ils fournissent à la fois des réflexions générales et théoriques sur la place des médias dans le processus actuel de construction européenne, et des indications chiffrées, concrètes, pour mieux saisir les phénomènes. Ils rendent compte de plusieurs enquêtes de terrain qui apportent de précieuses conclusions pour poursuivre le travail et l'élargir aux pays nouvellement entrés dans l'Union, et opérer une montée en généralité vers une réflexion sur la possible contribution ou non des médias et des stratégies de communication européennes à l'émergence de sentiments d'identité et d'appartenance communes chez les citoyens de l'Union. À partir des 17 contributions rassemblées dans les deux ouvrages, nous présenterons quelques enseignements forts.
- 3 Dans *L'Union européenne et les médias*, Olivier Baisnée souligne à quel point l'information sur l'Union européenne souffre de son assimilation à la rubrique politique étrangère. Du coup, le nombre de correspondants de chaînes françaises ou britanniques présents sur place est insuffisant et ces derniers ont du mal à convaincre leurs rédactions de diffuser leurs reportages. De plus, l'actualité communautaire « réputée austère, technique et réservée aux spécialistes » (p. 43) « présente le gros handicap de ne pas se prêter à des images spectaculaires » (p. 47). Il cite les arguments financiers mis en avant pour justifier le refus d'ouvrir des bureaux permanents à Bruxelles et la faible « rentabilité » qu'il faudrait en attendre. Il égrène alors la liste des supports de presse, audiovisuels ou écrits, français ou britanniques, qui ne possèdent pas à Bruxelles de correspondants permanents. Les rédactions ne dépêchent des journalistes sur place que lors de grands événements, comme les sommets – ce que Guillaume Garcia et Virginie Le Torrec repèrent comme des « déclencheurs événementiels » – et le traitement réservé à l'Europe se révèle essentiellement un traitement institutionnel. Le reste de cette actualité apparaît comme « invendable », selon le titre de cette contribution. Olivier Baisnée poursuit sa comparaison entre les correspondants français et britanniques à Bruxelles dans l'autre ouvrage, en analysant leurs pratiques et leurs

caractéristiques. Par exemple, il met en évidence l'existence de « grands anciens », des correspondants de longue date qui servent de phare pour les novices de chaque pays, les faisant profiter de leur capital relationnel et de leur connaissance intime des dossiers. Il souligne aussi combien les cultures et habitudes professionnelles nationales expliquent les différences constatées entre pays dans l'appréhension et le traitement des informations communautaires.

- 4 Précisément, une autre conclusion concerne le phénomène de nationalisation des débats européens, c'est-à-dire les sujets intervenant sur l'agenda médiatique en fonction du possible écho que les journalistes perçoivent avec les préoccupations propres à chaque pays. Dans leur ouvrage, Guillaume Garcia et Virginie Le Torrec pointent « la forte polarisation de l'information sur quelques domaines de politique publique [qui] suggère que cette attention sélective suit une logique indexée sur des déterminants nationaux » (p. 120), comme c'est le cas pour les pays agricoles qui accordent une place non négligeable aux questions paysannes européennes.
- 5 C'est ce que souligne Nicolas Hubé, en comparant la place réservée à l'Union dans la presse française et allemande. Statistiques à l'appui, il constate que l'Union européenne fait rarement la « une » des journaux, sa présence en titre principal ou en deuxième titre n'excédant que rarement les 5 % des « unes » étudiées, même si la presse allemande, compte tenu de son ouverture plus grande sur l'information internationale, consacre davantage de titres à l'Union. L'auteur met en évidence que la presse française couvre essentiellement – voire exclusivement – les enjeux de politiques publiques, c'est-à-dire les décisions, surtout si elles ont un impact localement et dans le pays, alors que la presse allemande couvre également, sur le modèle de ce qui se fait pour la politique fédérale, les jeux politiques, soit les discours et les déclarations, les débats internes et les querelles, donnant ainsi plus de chair à la vie politique communautaire. Toutefois, « l'Union européenne n'est un sujet politique de premier plan ni dans la presse allemande, ni dans la presse française » (p. 83, *L'Union européenne et les médias*).
- 6 Dans un article très instructif, Éric Darras souligne aussi combien la diffusion de biens culturels et d'information en Europe (même si hélas la difficulté à trouver des statistiques européennes rend les corpus peu homogènes) ne relève pas d'une véritable européanisation des consommations, ou alors d'une européanisation paradoxale, puisque les produits les plus fédérateurs sont les produits américains, ce qui justifie le titre : « Une internationalisation paradoxale des publics » (*En quête d'Europe*). En effet, « une première cartographie de l'européanisation des publics, des médias et des programmes européens révèle que, sauf rares exceptions, les pays européens n'échangent guère entre eux de produits audiovisuels mais ils partagent néanmoins une même culture d'importation nord-américaine » (p. 78). Ainsi, en 2000, 23 % des entrées au cinéma dans l'Union concernaient-ils des films européens contre 73 % des films américains. De même, en 1997, 18 % des fictions importées, et diffusées par les chaînes européennes, provenaient de l'Union contre 71 % des États-Unis.
- 7 Et le grand intérêt de *En quête d'Europe* est de proposer des grilles de lecture pour comprendre ces phénomènes, en analysant notamment des supports médiatiques transnationaux ou qui se voulaient tels. Ainsi en est-il de l'étude de la chaîne *Euronews* par Dominique Marchetti et Olivier Baisnée qui soulignent les multiples contraintes pesant sur cette rédaction, et sa difficulté à « bricoler » un « point de vue européen forcément flou » (p. 43). Les auteurs insistent sur la démarche visant à échapper à un piège qui lui est « naturellement » tendu, celui d'être une chaîne porte-parole des

institutions communautaires, relayant en priorité l'information européenne, c'est-à-dire celle qui est produite officiellement. On lira également avec profit la fine analyse d'Érik Neveu sur l'échec de la courte existence en 1998 d'un hebdomadaire d'information spécialisé et militant, *L'Européen*. À travers l'étude des seuls 21 numéros publiés, l'auteur démontre l'extrême difficulté à trouver un public, sur la base d'un point de vue qui défendait en fin de compte « une introuvable européenité » (p. 187).

- 8 Ces deux ouvrages soulignent, en fait, combien l'écart est encore grand entre les enjeux réels pour notre vie politique et quotidienne de ce qui se décide à l'échelon européen et nos représentations mentales, tant dans le public que chez les journalistes. L'Europe et les produits culturels et d'information européens ne sont pas encore (le seront-ils un jour ?) intégrés comme dignes de susciter notre intérêt quotidien et permanent.

AUTEURS

ARNAUD MERCIER

CREM, université Paul Verlaine-Metz LCP CNRS, Paris
arno.mercier@wanadoo.fr