



HAL
open science

LEMEL - le projet et sa méthode

Luciana Radut-Gaghi

► **To cite this version:**

Luciana Radut-Gaghi. LEMEL - le projet et sa méthode. Luciana Radut-Gaghi; Denisa-Adriana Oprea; Axel Boursier. L'Europe dans les médias en ligne, L'Harmattan, 2017, 978-2-343-13308-9. hal-02615227

HAL Id: hal-02615227

<https://hal.science/hal-02615227>

Submitted on 22 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.

LEMEL – LE PROJET ET SA MÉTHODE

Luciana Radut-Gaghi, Université de Cergy-Pontoise, UMR 7187 LDI

La constitution d'un réseau de chercheurs relativement étendu tel que Lemel est faite de rencontres, de discussions et de changements de cap¹. Elle est aussi faite d'une volonté de poursuivre, d'améliorer et de découvrir. Nous proposons donc ici une présentation à la fois monographique et méthodologique de la recherche. Elle visera à mettre en avant les étapes ayant mené à la constitution du réseau, car celui-ci ne dépend d'aucune structure massive de recherche. Les membres du projet sont des chercheurs européens – occupant des postes universitaires pour la plupart, mais non pour tous –, qui appartiennent à des laboratoires de recherche et ont accepté de faire partie d'une recherche qui leur aura été présentée dans un long message électronique et son fichier joint de cinq pages. Leur motivation repose sur l'idée de travailler avec des collègues d'autres pays sur une thématique qui nous réunit et qui traite de l'Europe. Il s'agit de regarder par le judas l'immensité du chantier encore en cours de la construction européenne. Pour ce faire, nous avons choisi le crible du journalisme dans sa version en ligne. Le moment est essentiel : en pleines crises à la fois de l'Europe et du journalisme. « Oui, faire cohabiter l'hétérogène est beaucoup plus compliqué que d'organiser l'homogène » (Wolton, 2016, 298) – cette phrase affirme comme une maxime tout ce que Lemel représente.

Nous avons positionné ce projet dans la lignée des recherches collectives traitant des médias, du journalisme et de l'Europe qui ont précédé la nôtre : Livingstone et Bovill (2001) avaient étudié la relation des enfants aux médias, von Münchow (2004) avait comparé les journaux télévisés en France et en Allemagne, les auteurs de l'ouvrage de Lochard (2005) se sont concentrés sur les débats publics télévisés. La recherche comparative européenne qui ressemble le plus à notre projet est peut-être celle menée par Kopper entre 2004 et 2007 sur onze pays (voir l'entretien Kopper, Durand, Jorry, 2007)².

¹ Le texte qui suit doit beaucoup à la relecture attentive, critique et encourageante de mes collègues de projet Camelia Beciu, Axel Boursier et Denisa-Adriana Oprea. Je les remercie.

² Mais citons ici aussi le projet Building the EU's Social Constituency: Exploring the Dynamics of Public Claims-Making and Collective Representation in Europe (2006-2008, université Humboldt de Berlin), ainsi que le consortium EUROSHERE, qui avait réuni 17 universités européennes entre 2007 et 2012 et a été dirigé par une équipe de l'université de Bergen.

Par ailleurs, des travaux sur les mutations du métier et des pratiques journalistiques sont riches et nombreux, et nous ne les nommerons pas ici par manque d'espace pour un tableau complet. Notons pourtant les divergences parmi les approches des chercheurs des différents pays, dont rendent compte Mercier et Pignard-Cheynel (2014).

1. DE ARIE A LEMEL

En septembre 2013, une réunion avait été organisée à l'ISCC-CNRS, à Paris, avec des chercheurs roumains et français. L'équipe roumaine avait obtenu un financement pour un projet de recherche autour de l'identité européenne chez les jeunes. Elle était à la recherche de collègues français afin d'établir une dimension comparative européenne de leur idée. Le but de la réunion était de nous mettre d'accord sur l'objectif de la recherche et de trouver une méthodologie commune. Nous étions six autour de la table : Nicoleta Corbu et Denisa-Adriana Oprea du côté roumain (École nationale d'études politiques et administratives de Bucarest), Émilie Silvoz et Christophe Potier-Thomas (ISCC), Joanna Nowicki et Luciana Radut-Gaghi (université de Cergy-Pontoise) du côté français. Le projet devait s'intituler « À la recherche de l'identité européenne : controverses et réalités » (ARIE) et avait obtenu un financement dans le cadre d'un appel à projets PEPS Interdisciplinaires.

Au sein du projet ARIE, l'objectif était de comprendre le rôle des médias en tant qu'*agenda setting* – sur des thématiques européennes – pour les jeunes. Nous avons limité la catégorie des jeunes aux étudiants, auxquels nous avons plus facilement accès. Par une simplification méthodologique, mais aussi en nous appuyant sur les derniers Eurobaromètres, qui montraient une confiance accrue en Internet, nous avons limité l'analyse aux versions en ligne de journaux « de qualité » représentatifs des deux pays. L'objectif initial était de comparer un pays fondateur de l'Europe à un pays de l'Europe orientale, qui avait intégré l'Union européenne en 2007. L'intérêt d'inclure la Pologne, en tant que pays de l'Europe centrale et donc portant une voix potentiellement différente sur la question, nous a déterminés à contacter une équipe de ce pays également.

La question de recherche était plus problématique : dans quelle mesure l'identité européenne des jeunes est formée par les médias. Les discussions sur l'identité ont pris le pas sur l'intérêt premier de la recherche. La question était et est encore sensible. Il s'est fait jour un désaccord presque entier entre les chercheurs des deux pays et surtout une incompréhension roumaine face à l'obstination des chercheurs français à penser que nous ne parlions pas de la même chose en étudiant l'identité, et que son étude par la perspective constructiviste proposée dans le projet n'était pas réalisable. Avec Denisa-Adriana Oprea, nous avons essayé de rendre compte de ces discussions autant théoriques que conjoncturelles (la France sortait d'un débat sur l'identité nationale) dans l'article publié dans le n° 75 de la revue *Hermès*, « Entre

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

ARIE a tout de même été mené sous les auspices de la question de l'identité, pour laquelle le financement avait été obtenu. L'un des mérites de ce projet est d'avoir établi des questions méthodologiques de récolte de corpus et d'entretiens avec les étudiants. Ana Tudoran, Romain Badouard et Axel Boursier avaient rejoint l'équipe française et Beata Bereza avait mené la partie polonaise de la recherche. La plupart de ces éléments seront repris dans le cadre du projet Lemel. Nous les présenterons plus loin. Il est important de souligner, peut-être à plusieurs reprises tout au long de ce texte, le caractère collectif du projet. Si ce livre peut être publié aujourd'hui, si le projet se déroule encore en 2017, c'est grâce à l'engagement de Denisa-Adriana Oprea à Bucarest et d'Axel Boursier à Paris³.

En février 2014, une journée d'étude a été organisée à Bucarest avec pour objectif de présenter les résultats de la recherche : les conclusions des trois entretiens prospectifs par pays, ainsi que les données issues de la récolte du corpus sur un mois et des dix entretiens post-récolte du corpus avec des étudiants par pays. Les entretiens prospectifs, avec des étudiants en master de filières différentes, étaient censés nous aider à formuler des hypothèses sur la corrélation entre le niveau d'intérêt pour les questions européennes, la filière d'études et les sources d'information sur des questions d'actualité. Ils ont notamment contribué au choix des médias à retenir pour la récolte du corpus.

La récolte d'un corpus médiatique en ligne (deux à trois médias par pays) avait plusieurs objectifs : l'identification de l'agenda médiatique autour de l'Europe pendant une période hors événements (élections, référendum) ; une cartographie des médias en ligne et l'identification des éventuels liens entre des médias nationaux analysés ; la désignation d'un certain espace médiatique européen, de médias transnationaux. Les objectifs étaient généraux, mais le travail sur l'analyse de corpus a mis en évidence plusieurs éléments qui seront sans cesse peaufinés pendant le projet Lemel : se concentrer sur des articles (principaux, simples, liés, liés sur un sujet européen, suggérés) et les thématiques principales de ces premières unités de l'analyse ; identifier les événements médiatiques (principaux, moyens, secondaires, rares) ; mener un travail sur les représentations. À ces objectifs préliminaires, une nouvelle idée a émergé – celle d'appropriation –, censée apporter plus de dynamique au premier concept par l'intégration d'une dimension liée à la sélection du sujet : l'utilité, l'utilisation, l'instrumentalisation de l'Europe. Une grille de 17 « modes d'appropriation » a été discutée et établie lors d'une réunion de décembre 2013. Ce moment crucial de la recherche met en évidence le besoin de se détacher de la conception classique des représentations en l'enrichissant avec une approche discursive de celles-ci. Car le discours journalistique

³ Car la recherche est faite d'embouchures aussi, de désillusions, de moments de faiblesse, et elle a donc besoin d'enthousiasme et d'encouragements pour être poursuivie.

délivre au lecteur des intentions ou des intuitions journalistiques au sujet de l'Europe qui sont à assimiler à une démarche argumentative.

Des entretiens post-récolte du corpus étaient réalisés pour comprendre la manière dont les médias fournissent une grille de lecture de l'Europe aux jeunes et agissent en tant qu'*agenda setting* des événements européens. La grille d'entretien mélangeait des questions liées à la lecture des sources médiatiques et aux sujets retenus par les enquêtés et des questions sur le profil des jeunes (voyages à l'étranger, langues étrangères parlées, médias étrangers lus). La question de l'identité avait surgi une nouvelle fois, et les questions posées ont été longuement négociées par les équipes nationales. Ainsi, des questions plutôt vagues, comme « Qu'est-ce qu' "être européen" signifie pour vous ? À quoi pensez-vous quand vous entendez ce mot ? », ont côtoyé des angles plus directs, mais peut-être pas clairs, comme « Pensez-vous qu'il existe une identité européenne ? Quels sont, selon vous, les facteurs qui pourraient contribuer à la création d'une identité européenne commune ? », ou encore « Quelle serait, selon vous, la relation entre l'identité nationale et l'identité européenne ? ». La question « Comment les médias présentent-ils l'identité européenne ? » (perspective nationale/européenne ; perspective économique/sociale/politique/culturelle) a reçu des réponses surtout liées aux images de l'Europe dans les médias, point qui allait être évoqué dans la grille d'entretien plus loin, et a donc perdu de son sens voulu par les chercheurs. Denisa-Adriana Oprea a présenté une analyse des entretiens lors de l'International Journal of Arts & Sciences' (IJAS) *International Conference for Academic Disciplines*, qui a eu lieu au Ca' Foscari, université de Venise, du 30 juin au 3 juillet 2014. En outre, Denisa-Adriana Oprea et Nicoleta Corbu ont publié un article comparant les résultats des entretiens français et roumains, « Perspectives on European Identity: cross-cultural approach », dans *Inquiring Communication Through Qualitative Research*, coordonné par Corina Daba-Buzoianu, Monica Bîră, George Tudorie, Alina Duduciuc (Cambridge Scholars, 2017, sous presse). Elles y indiquent notamment l'euro-enthousiasme des étudiants roumains, la manière dont leurs identités nationale et européenne sont plus intimement imbriquées que dans le cas des étudiants français.

À Bucarest, en février 2014, nous avons longuement discuté de ces résultats d'entretiens, qui semblaient indiquer des différences marquées entre les trois pays. Néanmoins, le critère méthodologique primordial, celui de la représentativité, n'était pas respecté. Ainsi, des indications certes précieuses ont été offertes, mais aucune généralisation n'était possible. Avec les moyens, à la fois financiers et humains, dont nous disposions, la tâche de mener des entretiens ne semblait pas réalisable. Par ailleurs, la question de l'identité, déjà annoncée comme problématique et qui fondait aussi la raison d'être de la phase « entretiens », a été occultée au profit de l'idée de représentations-appropriations de l'Europe dans les cadrages médiatiques en ligne. Un nouveau nom a donc dû être trouvé au nouveau projet et l'équipe a été élargie.

Nous avons eu l'occasion de présenter les enjeux comparatistes de la recherche lors du colloque « Citoyenneté et intégration européennes. 7 et 10

ans après/*European Citizenship and Integration. 7 and 10 years after* », organisé à Cluj-Napoca, en Roumanie, au mois de mai 2014, dans la foulée duquel nous avons publié, avec Denisa-Adriana Oprea, l'article *Thématisation des événements européens dans les médias en ligne roumains et français*, dans *Studia Europaea*, en 2014. Le projet a été présenté aussi dans une table ronde lors de la « 2^e conférence internationale francophone en sciences de l'information et de la communication et 20^e colloque franco-roumain en sciences de l'information et de la communication. *Intersections. Construction des savoirs en information dans l'espace francophone* », Bucarest, 30 octobre – 1^{er} novembre 2014⁴. Lors de deux éditions du Council for European Studies, en 2015 à Paris et en 2017 à Glasgow, nous avons pu présenter des résultats de la recherche. Fin septembre 2017, les équipes bulgare, slovaque et polonaise présentent des résultats Lemel au colloque European Society for Transcultural and Interdisciplinary Dialogue (ESTIDIA) : *Dialogues without Borders: Strategies of Interpersonal and Inter-group Communication (Sofia, septembre 2017)*.

2. LEMEL

Les abandons de pistes de recherche ne sont pas un échec. Ils sont une marque de lucidité, peut-être de subjectivité et sans doute de volonté de poursuivre le projet sur des bases communes validées par tous. Nous avons dû « opérer une sélection » dans notre « totalité méthodologique » ; nous avons ajusté, redéfini, amélioré (Charaudeau, 2015, 127).

Avant l'été 2014, nous (l'ensemble des membres du projet) avons nommé le projet simplement « L'Europe dans les médias en ligne », ce qui correspondait à un acronyme palindrome – Lemel. Nous l'avons sous-intitulé « projet comparatif, européen, en réseau ». La visée était de réunir des chercheurs de plusieurs pays, qui travaillent sur le même thème en employant la même méthode de récolte du corpus et la même organisation des données ainsi obtenues. L'objectif était de réaliser une comparaison à la fois synchronique et diachronique des représentations de l'Europe dans les médias en ligne et entre différents pays. À long terme, il était vu comme envisageable de produire des indicateurs relatifs à l'espace public européen à destination des acteurs du jeu politique (décideurs, société civile, etc.). Nos questions de recherche étaient les suivantes :

Quelles représentations de l'Europe se forment dans, sont formulées, proposées par les médias en ligne, lors du déroulement d'événements médiatiques, pendant des périodes normales (hors événement européen majeur) ?

Quelle relation entre les représentations retenues dans les médias et les stratégies de communication des institutions européennes (en amont) ?

⁴ La table ronde de Bucarest a donné lieu à un article collectif : Radut-Gaghi, Luciana, Oprea, Denisa-Adriana, Boursier, Axel, *et al.* (2016).

Quelle relation 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) ?

Quelle est la spécificité des médias en ligne dans le traitement des questions européennes ?

Nous collectons les articles de manière exhaustive pendant quatre semaines, à l'automne. Les recherches sur l'Europe traitent assez souvent des périodes électorales. Notre objectif était de comprendre la place de l'Europe dans le discours médiatique en période « normale », comme Dominique Wolton (1989) nomme ce temps de la politique qui n'est ni électoral ni de crise. Pendant ce temps « normal », les médias jouent le rôle le plus important, entretenant l'attention sur des sujets qui n'en font pas habituellement la « une ». Les périodes que nous avons choisies sont du 20 octobre au 16 novembre 2014, du 19 octobre au 15 novembre 2015 et du 24 octobre au 20 novembre 2016.

La définition de « l'Europe » a fait l'objet de plusieurs négociations, aussi bien lors des réunions organisées en ligne que lors des réunions de l'équipe au moment des deux colloques de 2015 et 2016. Au cours des deux dernières collectes, nous avons retenu les éléments sur les sujets suivants : Europe, Union européenne, un pays de l'Europe et sa relation avec l'UE ou l'Europe, au moins deux pays européens. La liste des pays que nous avons considérés dans notre corpus est formée des pays de l'UE ou de l'Espace économique européen, de la Suisse, des pays des Balkans, de la Biélorussie, de l'Ukraine, de la Russie, de la Moldavie, de la Turquie, de l'Arménie, de l'Azerbaïdjan, de la Géorgie. Précisons que lors de la collecte de 2014, nous n'avions pris en compte que les pays de l'Union européenne et de l'Espace économique européen. Lors du colloque de Paris de 2015, de commun accord mais non sans débat soutenu, nous avons élargi la liste, évidemment sans ambition de définir des frontières de l'Europe. Les nouveaux pays n'ont pas nécessairement beaucoup agrandi notre corpus, mais l'ont plutôt affiné. Par exemple, peu d'articles traitent des relations Géorgie-Russie ou Turquie-Russie. Mais des angles inédits ont été ainsi découverts, notamment pour ce qui est de l'événement « guerre en Syrie ». L'ouverture à la Moldavie a permis aussi de récolter tous les articles de la relation de la Roumanie avec la Moldavie, que nos collègues roumaines avaient déjà pris en compte en 2013 (lors du projet ARIE) et dont ils nous ont présenté l'importance quantitative (40 % du total des articles).

Année/ Pays	BG	DE	FR	IT	PL	RO	SK	UK	Total
2014	149	502	430	582	321	348	572	200	3104
2015	387	1034	515	424	475	638	302	-	3775
2016	-	351	456	345	312	304	- ⁵	-	

⁵ Comptage non réalisé.

Tableau 1. Total des articles collectés par année et par pays

Nous avons donc collecté un nombre important d'articles, auquel s'ajoutent ceux collectés en 2013 lors de la phase ARIE : 460 en France, 162 en Pologne et 767 en Roumanie, soit un total de 1 389 pour cette première phase du projet. Les chiffres sont impressionnants, nous disposons de beaucoup de données qui se prêtent à des analyses diverses. L'avantage est celui de la collecte exhaustive d'articles selon une méthode qui n'est pas celle des archives numériques d'articles, qui sont certes exhaustives mais ne saisissent pas toute la dimension temporelle des événements, que nous avons tenté d'appréhender par la récolte des articles liés. Un événement journalistique, avec le passage des médias sur les supports en ligne, ne tient plus sur seulement quelques jours, voire rarement sur quelques semaines. Il s'allonge aussi loin que le journaliste qui le met en ligne veut le lier à d'autres articles sur le même sujet, parus parfois plusieurs années avant. Nous sommes donc en présence d'une nouvelle forme de discours journalistique, que Marc Lits appelle « hypernarrativité » (2012). Il s'agit de nouvelles formes de productions journalistiques et de nouvelles possibilités d'interprétations de ces productions par le public.

La collecte ne peut se faire qu'à la main. La présence de critères bien précis pour cette opération, que nous nous sommes efforcés d'établir, assure une certaine objectivité. Bien sûr, nous suivons Krieg-Planque (2000) pour dire que le corpus qui se présente au chercheur n'est pas le même que celui qui se présente au lecteur lambda, que ce dernier ne lit pas tout, n'est pas attentif en égale mesure à tous les contenus qu'il lit, qu'il ne vise pas à interpréter de la même manière que le chercheur. Néanmoins, ce que nous collectons et analysons dans le cadre de ce projet est ce à quoi le lecteur a potentiellement accès. Pourtant, nous ne souhaitons pas proposer une théorie de la réception de l'information journalistique européenne, ni ne souhaitons établir un lien déterministe entre la quantité et la qualité d'information européenne et le vote aux élections européennes.

2.1. LE RÉSEAU

Avant d'entamer une deuxième période de collecte de corpus, que nous décrirons plus loin dans le détail, il nous a semblé utile d'élargir notre équipe en intégrant de nouveaux collègues. La visée comparative allait être ainsi mieux servie et la dimension européenne élargie. Nous présentons ici les nouveaux membres, par rapport au projet ARIE, ainsi que les changements dans les équipes qui avaient participé au projet ARIE, dans le but de montrer les évolutions du projet, tout à fait normales, compte tenu des intérêts de recherche des membres et des contextes institutionnels et elles sont liées aux événements dans les carrières de chacun, dont celles des sept doctorants que le projet a accueillis à différents moments. Pour l'équipe française, appartenant à l'université de Cergy-Pontoise, nous avons accueilli Laetitia Brancovan et Agnès Tachin. Toutes les deux, ainsi que Romain Badouard et Ana Tudoran, ont quitté le projet en 2015. En 2016, l'équipe française s'est ouverte à d'autres universités et accueille Élisabeth Le (université de

l'Alberta), Gaëlle Rony (docteure de l'université catholique de Louvain) et Alida Silletti (université de Bari). Cette ouverture à des chercheurs d'autres pays nous oblige à repenser pour le mieux la dimension européenne (et internationale) du réseau. L'équipe roumaine a intégré Camelia Beciu et Monica Bîră depuis 2014 ; Nicoleta Corbu l'avait quitté au même moment. Corina Buzoianu a participé à la première année Lemel et Ana Elefterescu a participé à la récolte du corpus lors de la deuxième année. Raluca Buturoiu a rejoint le groupe de chercheurs en 2016. Deux universités en font donc partie : l'École nationale d'études politiques et administratives de Bucarest et l'université de Bucarest. L'équipe polonaise, de l'université de Varsovie, a accueilli deux nouveaux collègues en 2014, Katarzyna Gajlewicz-Korab et Paulina Sokolowska, puis Joanna Szylo-Kwas en 2016. Beata Bereza a quitté cette équipe en 2015.

À la recherche de nouveaux pays membres du réseau, nous avons procédé de deux manières. La première a été de faire appel au réseau institutionnel établi par le master Ingénierie éditoriale et Communication de l'université de Cergy-Pontoise lors des séjours à l'étranger de ses promotions ces dernières années. Ainsi, nous avons contacté les collègues du London College of Communication (de l'University of the Arts London), qui ont formé une équipe avec Steve Cross, Simon Hinde et Andrea Mason. L'université de Bologne a également rejoint le projet avec une équipe mise en place par Pina Lalli, avec Djordje Sredanovic et Chiara Gius. En 2014, l'équipe avait été renforcée de membres de l'université de Padoue également, Renato Stella et Marco Scarcelli.

Une deuxième piste d'élargissement s'est fondée sur le réseau institutionnel de Gilles Rouet, dans le cadre de sa chaire Jean Monnet *ad personam* en études interdisciplinaires sur l'Union européenne. Ainsi, nous avons pu accueillir une équipe bulgare de la Nouvelle université bulgare de Sofia, avec Antoniy Galabov et Alexandra Damjanova, une équipe slovaque de l'université Pan-européenne de Bratislava autour de Juraj Babic, Zuzana Ihnátová et Radovan Kopečný ainsi qu'un membre allemand du réseau. En 2014, nous avons travaillé avec Anne-Coralie Bonnaire, qui était à l'université de Leipzig, aidée par Ana Tudoran, membre de l'équipe française, dans la dernière partie du travail. En 2015, Hedwig Wagner a intégré l'équipe, alors à l'université de Weimar et actuellement à l'université européenne de Flensburg.

Ce parcours est aussi marqué d'échecs, avec des chercheurs tchèques et grecs que nous avons contactés mais avec lesquels le projet n'a pas pu être mené jusqu'à des résultats consistants.

Huit pays, 35 chercheurs jusqu'à présent, une méthode et un objectif. Mais quelle langue de communication ? Tous les documents du projet – synopsis, rapports de recherche, mailings, réunions en ligne, comptes rendus des réunions en ligne – sont bilingues. Nous nous efforçons de les traduire donc dans les deux langues du projet : le français et l'anglais. Les deux colloques organisés en mai 2014 et juin 2015, qui représentent le fondement du présent ouvrage, ont également eu deux langues de communication. Un carnet de recherche en ligne a été ouvert en janvier 2016, à l'adresse

lemel.hypotheses.org. Les textes y sont exclusivement en français pour le moment, mais avec un objectif de traduction et de rédaction de textes en anglais. Ce bilinguisme a pour objectif d'intégrer l'ensemble des chercheurs aux débats, mais ne se fait pas sans peine, parfois, notamment lors des discussions en réunion ou en colloque.

Une vague Lemel dure le temps d'une année académique. Début septembre, nous organisons une réunion en ligne en employant un des outils gratuits disponibles sur le web. L'objectif de cette première réunion est la (re)validation des objectifs de recherche, des questions de recherche, des méthodes de collecte du corpus, des méthodes d'annotation du corpus. Les articles en ligne sont organisés et enregistrés sur une plateforme en ligne, adaptée au travail collaboratif⁶. Une deuxième réunion en ligne est organisée avant fin janvier pour une discussion sur les particularités du corpus recueilli et les pistes de recherche potentielles. Enfin, une dernière réunion en ligne, début février, a pour objectif d'identifier des sujets qui intéressent des chercheurs de plusieurs pays et donc de réfléchir aux articles communs ou aux sessions communes lors des colloques Lemel.

Il sied à ce type de texte introductif d'une recherche d'indiquer les organismes qui financent l'entreprise de recherche. Nous nommerons la Fondation de l'université de Cergy-Pontoise, qui a soutenu les deux colloques Lemel de 2015 et 2016, et les laboratoires de recherche, le LDI (université de Cergy-Pontoise) et le Centre de recherche en communication de SNSPA (École nationale de sciences politiques et administratives) de Bucarest, qui ont soutenu la parution de cet ouvrage. Le déroulement même de la recherche, de la définition des objectifs à la collecte, l'organisation et l'analyse des données, est fait par les chercheurs dans le cadre de leur activité quotidienne.

2.2. LES DISCIPLINES

Travailler ensemble sur une même problématique peut sembler parfois difficile si les chercheurs n'appartiennent pas à la même discipline. Or, cette appartenance commune est impossible quand les chercheurs font partie de huit ensembles disciplinaires qui, malgré tout, sont fortement imbriqués dans des contextes nationaux de la recherche. Déductives ou inductives, quantitatives ou qualitatives, les approches des médias ne sont pas les mêmes selon les pays. De plus, les chercheurs du projet viennent d'univers aussi différents que les sciences de la communication, les sciences des médias, la sociologie de la communication, la sociologie de la culture, la sociologie des médias, les sciences politiques, l'histoire, les *Cultural Studies*. Nous présentons ici les disciplines dont relèvent les chercheurs du projet Lemel, sans avoir la prétention de passer en revue l'ensemble des univers disciplinaires nationaux. L'appareil méthodologique que nous avons mis en place est donc le fruit des

⁶ Nous utilisons la plateforme en ligne Trello.

représentants de ces disciplines et aurait pu sans doute être différent dans des conditions autres.

Les sciences de l'information et de la communication (SIC) sont une discipline récente en France – création d'une section scientifique du Conseil national des universités (CNU) en 1975, comme dans tous les autres pays du projet. Une comparaison des sciences de l'information et de la communication en France et Allemagne identifie une « spécificité des approches communicationnelles françaises [qui] serait de se donner pour objectif, en termes de production de connaissance, de traiter de la question de la création collective de significations à travers la langue et la culture, mais aussi à travers les institutions et les médias de masse » (Averbeck-Lietz, 2014). Cette étude indique des croisements et correspondances des SIC françaises avec la linguistique, la littérature, la sociologie. Les membres de l'équipe française Lemel relèvent d'autres disciplines aussi, comme la littérature française et l'histoire contemporaine, fait qui renforce le caractère transdisciplinaire du projet.

Sur le terrain allemand, nous assistons à une restructuration du champ scientifique après la Seconde Guerre mondiale, « dans la mesure où l'ancienne *Zeitungswissenschaft*, discipline peut-être plus ouverte aux questions de médiation, avait pu être détournée à des fins de propagande. Les approches allemandes de la communication se seraient donc reconstruites dans les années 50-60 sous le paradigme d'une *Publizistik* plutôt influencée par les travaux empiristes-positivistes américains, par les études menées autour des concepts d'émission et de réception, mais plus éloignée des questions liées à la communication sociale telle qu'elle est envisagée en France » (Averbeck-Lietz, 2014). Une distinction importante identifiée par S. Averbeck-Lietz est liée aux approches méthodologiques employées en France et en Allemagne. « Les SIC se positionnent plutôt dans le champ des sciences humaines quand les sciences de la communication allemandes entendent s'afficher avant tout comme sciences sociales. » [...] Par ailleurs, elle note qu'en France, « des travaux présentés sous forme d'essais de nature philosophique, historique, linguistique, sémiotique, psychologique ou anthropologique peuvent être présentés comme des contributions légitimes aux recherches menées en SIC » (*ibid.*). Remarquons pourtant les deux branches allemandes : *Deutsche Medientheorie* – théorie des médias allemande (que privilégie l'équipe Lemel allemande) et *Kommunikationswissenschaft* – les sciences de la communication allemandes –, la première étant sans doute plus facilement assimilable aux SIC françaises.

La même dénomination, « étude des médias », est utilisée en Pologne, où la discipline existe depuis les années 1970 et rassemble des sociologues, des politologues, des psychologues et des linguistes. Depuis 2011, la discipline fait officiellement partie des « sciences sociales », suite à une décision du ministère de la Science et de l'enseignement supérieur. Les hypothèses théoriques sont menées dans le champ des sciences humaines et sociales et les approches méthodologiques sont souvent d'ordre expérimental et technique. Le succès de ce domaine est certain, presque chaque université possédant un

département d'études des médias, dont les résultats de recherche sont utilisés comme références par les institutions publiques. La Société polonaise de communication sociale est très active et rassemble les chercheurs du domaine. Selon M. Jabłonowski et T. Gackowski, les institutions menant des recherches dans ce domaine s'orientent dans les directions suivantes : théorie de communication sociale (comprenant les recherches sur la communication politique, la réception et l'influence des médias) ; méthodologie des études sur les médias ; théorie et pratique des recherches sur les systèmes médiatiques (dont la communication internationale et interculturelle), qui intéressent en particulier les membres de l'équipe polonaise ; aspects langagiers du fonctionnement des médias ; éthique des médias de masse ; droit des médias ; histoire des médias et du journalisme ; rhétorique et éristique ; étude des types et genres journalistiques ; technologies médiatiques ; sociologie des médias et du métier de journaliste ; économie des médias ; relations publiques et e-marketing (publicité) ; gestion et logistique des médias ; culture visuelle et esthétique des médias (Jabłonowski, Gackowski, 2012, 16)⁷.

Du côté italien, les diplômes dans les « études de la communication » existent depuis les années 1990. Leur champ théorique est plutôt celui des sciences humaines, de la littérature, de la philosophie, mais aussi des sciences sociales et politiques ou encore des sciences de l'éducation. Les fondements sont ceux de la sociologie de la communication des années 1970. On retrouve des similitudes avec la situation de la discipline en Roumanie ou Bulgarie, où, pour des raisons liées aux régimes communistes des pays, la discipline reprend droit de cité après 1990 également et puise ses sources au sein de la sociologie anglo-américaine.

Au Royaume-Uni, l'analyse des médias est généralement effectuée dans le cadre des *Cultural Studies*, un domaine interdisciplinaire qui croise la théorie littéraire, la linguistique, la sociologie, l'anthropologie culturelle et l'histoire. Les *Cultural Studies* ont été fermement établies comme un champ d'études au sein du milieu universitaire britannique dans les années 1960, suite à la création du Centre pour les études culturelles contemporaines à l'université de Birmingham. Les chercheurs de l'équipe Lemel s'en revendiquent en large partie.

L'équipe slovaque se compose d'enseignants et de doctorants de la Faculté des médias de masse à l'École supérieure paneuropéenne. Ils sont spécialisés dans le marketing, les médias, le marketing politique, etc. Voilà pourquoi nous avons adopté une approche interdisciplinaire de cette étude, en tirant sur le journalisme et la vision géopolitique de l'espace central européen pour analyser les relations européennes et/ou la position de la Slovaquie dans l'Union européenne.

⁷ Nous remercions l'équipe Lemel polonaise pour les informations de ce paragraphe et pour la traduction du polonais.

Finalement, nous nous inscrivons dans la réflexion que Sarah Cordonnier et Hedwig Wagner avaient déjà formulée, qui est qu'une fois le chercheur inscrit dans un contexte international de recherche, les limites ou barrières disciplinaires nationales s'effacent peu à peu face aux enjeux « théoriques, épistémologiques, méthodologiques, thématiques » du projet auquel ils participent (Cordonnier, Wagner, 2013, 133). Sur les traces conceptuelles de ces deux chercheuses, le projet Lemel se situerait donc dans une inter-culturalité et interdisciplinarité académiques assumées, et sans doute inévitables.

Notre projet essaie de comprendre la couverture de l'Europe dans les médias. Nous construisons, en conséquence, les outils qui nous sont nécessaires. Nous sommes donc plus sur le terrain de l'interprétation que celui de la vérification, pour reprendre cette opposition dessinée par Patrick Charaudeau : « Lorsque l'étude est tournée vers la vérification du modèle, on peut en percevoir l'appartenance disciplinaire, lorsqu'elle est tournée vers l'interprétation, on a du mal à décider son appartenance, parce que toute interprétation relève d'une mise en relation entre divers horizons disciplinaires. » (Charaudeau, 2015, 126)

3. DISCOURS, JOURNALISME, EUROPE : UNE ANALYSE

Face à cette multitude de circonscriptions nationales et disciplinaires, nous avons retenu et validé les objectifs lors de plusieurs réunions organisées sous la forme de visioconférences. Petit à petit, il s'est dessiné une certaine méthode d'analyse du discours que nous faisons tous. Nous nous proposons des objectifs quantitatifs et qualitatifs communs, nous voulions comparer les corpus nationaux entre eux, nous voulions travailler avec des collègues d'autres pays sur les mêmes objets. S'il était évident pour tous que nous travaillions sur le discours journalistique, nous n'avions jamais formulé la prétention de nous inscrire formellement et collectivement dans l'analyse de discours. Néanmoins, quoi de mieux pour cette équipe hétéroclite et cet objet démesuré que cette théorie et méthode, « qui n'a pas de lieu disciplinaire propre » (Angermuller, 2007)⁸ ? Loin d'être un outil qui nous enfonce dans des murs disciplinaires et des notions encryptées, l'analyse du discours nous a offert la liberté d'organiser notre recherche, notre récolte du corpus, notre organisation des données, notre échafaudage conceptuel selon nos seuls objectifs. L'ensemble est sans doute perfectible et a déjà montré quelques-unes de ses failles, qui sont mises en évidence tout au long de ce texte et de cet ouvrage. Mais ce que nous présentons dans ces lignes est la méthode que nous avons élaborée et mise au point pour appréhender la manière dont les médias en ligne de plusieurs pays traitent cet objet, dans un contexte de crise de légitimité aussi bien du journalisme que de l'Europe. Dans une situation

⁸ Comme le précise Johannes Angermuller, dans l'article « L'analyse du discours en Europe », publié dans cet ouvrage qui conforte notre projet : *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*, 2007. J. Angermuller lui-même s'appuie sur Konrad Ehlich, 1994.

politique européenne tendue, à l'occasion du Brexit mais pas uniquement, l'étude discursive devient un enjeu car elle se trouve au cœur des procédures de relégitimation du sens accordé aussi bien au journalisme qu'à l'Europe. Les manières dont le journaliste s'approprie l'objet Europe, que nous détaillons plus loin, précisent de manière sensible le jeu discursif dans ce contexte instable.

Nous n'allons donc pas essayer de nous inscrire tantôt dans une tradition tantôt dans l'autre, nous ne nous revendiquons pas d'une « filière » ou d'une autre. Avant tout, parce que l'Europe est diverse de tous les points de vue, y compris ceux des tendances d'analyse du discours. J. Angermuller en met trois en évidence : celle française, sur les traces du structuralisme des années 1960, qui embrasse le tournant pragmatique à la fin des années 1970 et qui commence à intégrer des spécialistes de sciences humaines et sociales autres que ceux issus de la linguistique assez tard ; celle « anglo-saxonne », fondée sur le pragmatisme américain et la philosophie analytique anglaise ; et celle allemande, qui est surtout une *théorie* du discours, celle de « l'agir communicationnel » de Jürgen Habermas et des pragmatiques anglo-saxons et qui poursuit « la critique de l'autorité et de l'inégalité ». Les trois s'inspirent des théories sémiotiques de Bakhtine et Lotman pour former de « l'analyse du discours à vocation européenne » (Angermuller, 2007). Pour finir ce panorama, Johannes Angermuller indique l'existence de quatre réseaux, ou « *clusters* », points nodaux : l'école française de l'analyse du discours, la théorie du discours post-structuraliste, l'analyse du discours critique (la CDA – *Critical Discourse Analysis*) et l'analyse interprétative du discours en Allemagne.

Lemel se positionne quelque part sur l'orbite de cette galaxie, et est un des effets du rapprochement de l'analyse du discours et des sciences de l'information et de la communication en France⁹ et donc de l'intérêt grandissant pour les discours médiatiques. Mais, avouons-le, ce n'est pas l'inscription disciplinaire, et d'autant moins dans une (grande) théorie qui a précédé notre entreprise de recherche. Elle s'est surtout faite par le désir de décrire pour le mieux, d'expliquer dans la mesure du possible et de comprendre, avec les capacités que nous offraient nos connaissances théoriques et notre curiosité scientifique, un phénomène. Comprendre quelle était l'Europe présente dans les médias à travers l'Europe. Il serait peut-être donc juste d'appeler cela comprendre un « phénomène de communication »¹⁰, qui peut aussi être associé à la « construction d'un problème public » (Cefaï, 1996) – l'Europe. Elle entraîne des prises de position, des débats, des justifications, des défenseurs, des dénonciateurs.

Sans cesse, les deux thématiques principales de cette recherche reviennent sur le devant de la scène : la communication et l'Europe. Dans une enquête collective comme la nôtre, nous avons donc choisi une des portes étroites qui se présentaient à nous. Nous avons opté pour celle du discours journalistique

⁹ Voir ici l'analyse très claire de Claire Oger (2007).

¹⁰ Nous aurions donc une position proche de celle de Claire Oger (*ibid.*) par rapport à l'analyse du discours.

dans plusieurs pays. Nous avons choisi l'analyse des « catégories de raisonnement, de représentations, de symboles utilisés hier encore par la minorité qui bâtissait l'Europe technocratique, et peu efficaces quand il s'agit de mobiliser des millions de citoyens » que Dominique Wolton identifiait il y a plus de 20 ans comme l'un des « prix à payer » pour une Europe « populaire et démocratique » (1993). La foi en l'Europe existe-t-elle, dans les recoins du flux médiatique ? Pourrait-il être question de foi en l'Europe dans les rangs de millions de citoyens votant pour son avenir ? Pouvons-nous les connaître, ce sentiment ou cette croyance en un projet politique unique et sollicitant les volontés individuelles, en étudiant comment l'Europe est servie à son public par ceux qui la donnent à lire ? Avec l'humilité de celui qui ne sait rien d'avance, avec de l'enthousiasme et quelques intuitions, nous avons procédé à la mise en place d'une structure conceptuelle d'analyse qui ambitionne de chercher les traces de l'Europe dans le discours.

3.1. MÉDIAS EN LIGNE

À la recherche de l'Europe, nous nous sommes donc mis à lire la presse de manière « intensive », ce qui nous distingue forcément des lecteurs lambda (Krieg-Planque, 2000). L'objectif est certes de comprendre l'Europe présentée par les médias, tout en étant conscients des biais d'interprétation et de polyphonie qui peuvent intervenir de la part des chercheurs (plusieurs langues, des cadres – institutionnels, disciplinaires, etc. – d'analyse différents, malgré les efforts d'harmonisation, etc.) (*ibid.*).

Nous avons retenu pour l'analyse les médias en ligne, pour plusieurs raisons, déjà exposées dans les textes publiés autour du projet. Dans un premier temps, la confiance grandissante du public dans ce nouveau moyen de communication et de transmission de savoir. Les Eurobaromètres indiquent un changement des « habitudes médiatiques » des Européens¹¹. Le dernier rapport en date, celui du sondage de novembre 2015, indique une « stabilisation » de l'utilisation d'Internet (plus de la moitié des Européens en font une utilisation quotidienne), une prépondérance de l'écoute de la télévision sur Internet par rapport à son écoute sur les postes de télévision et une utilisation des réseaux sociaux en ligne en augmentation. La confiance accordée à Internet se situe en-dessous de la confiance dans les autres médias (radio, télévision, presse écrite). Nous remarquons néanmoins que cette confiance est « majoritaire » dans neuf pays (contre seize en novembre 2014), dont la Pologne la Slovaquie (48 % pour ces deux pays, contre 35 % la moyenne de l'UE28), la Bulgarie et la Roumanie. Une explication suggérée par les auteurs du rapport de l'Eurobaromètre est que l'utilisation d'Internet est moins répandue dans ces pays que dans ceux où la confiance accordée à Internet est plus faible. De notre côté, nous remarquons une division « pays de l'Europe occidentale/pays de l'Europe centrale et orientale », sans pour autant avancer une hypothèse quant à une dépendance statistique de ce type.

¹¹ Eurobaromètre Standard 84, « Les habitudes médiatiques dans l'Union européenne », terrain : novembre 2015, Union européenne, 2016.

Finalement, nous retenons de ce rapport la progression de l'utilisation d'Internet pour s'informer sur les affaires politiques nationales et l'Union européenne (38 %, +3 %), même si ce média se situe derrière la télévision, la radio et la presse écrite. Sur ce point, le détail du rapport indique une utilisation des « sites Internet d'information (sites des journaux, magazines, etc.) » (24 %) bien plus importante que l'utilisation des « sites Internet institutionnels et officiels » (17 %).

Le projet Lemel s'est donc concentré sur cette dernière catégorie : les sites Internet des journaux. Le choix méthodologique fait a été de retenir pour notre analyse au moins les deux plus importants sites Internet des journaux quotidiens. Pour mieux les définir, nous avons pris en compte plusieurs critères : des journaux de « qualité » (*quality press*), les sites les plus consultés (dans la mesure où nous en avons des informations), les journaux les plus lus. Chaque équipe nationale a eu la liberté de choisir les médias à traiter, en fonction de ces éléments. Nous avons ainsi vu légèrement évoluer la liste des médias d'une année à l'autre.

Pays	Médias	Modifications
BG	Dnevnik - www.dnevnik.bg Mediapool - www.mediapool.bg	Clubz - http://clubz.bg/ (ajouté en 2015)
DE	Frankfurter Allgemeine Zeitung - http://www.faz.net/ Süddeutsche Zeitung - http://www.sueddeutsche.de/	
FR	Le Monde - www.lemonde.fr Le Figaro - www.lefigaro.fr Mediapart - www.mediapart.fr	Europe 1- www.europe1.fr (en 2015)
IT	Repubblica - http://www.repubblica.it/ Corriere della Sera - http://www.corriere.it/	
PL	Gazeta Wyborcza - http://wyborcza.pl/0,0.html Rzeczpospolita - http://www.rp.pl/	
RO	Adevărul - www.adevarul.ro Gândul - www.gandul.info (2013-2015)	Ziare.com (en 2015) Hotnews.ro (en 2014 et 2016)
SK	Pravda - http://www.pravda.sk/ Hospodárske noviny - http://hnonline.sk/	
UK	The Guardian - http://www.theguardian.com/uk The Daily Mail - http://www.dailymail.co.uk/	

Tableau 2. Sites Internet d'information utilisés pour l'analyse Lemel, 2014-2016

Dans ce tableau, nous remarquons que certains sites Internet contiennent des articles payants, comme les sites des quotidiens français, ou sont entièrement payants, comme celui de *Mediapart* ou, depuis 2016, le site du *Corriere della Sera*, ou sont entièrement en accès libre, ce qui est le cas de la majorité des sites analysés. Tous les sites s'inscrivent dans la catégorie « *quality papers* », avec une réserve pour le *Daily Mail*, que les chercheurs britanniques du projet

ont choisi pour son influence sur le public, notamment par rapport aux questions européennes (via deux événements majeurs : les migrants et le Brexit).

3.2. CONTEXTES MÉDIATIQUES

La production des discours est avant tout caractérisée par les conditions historiques et politiques, les données géographiques et juridiques, les coutumes et les systèmes politiques, la conjoncture internationale – c'est-à-dire la structure historique, stable dans le temps, qui « ne peut qu'être décrite », selon Reinhart Koselleck (2000). Les contextes ont des effets aussi bien sur la production du discours que sur son interprétation. En fonction de l'histoire nationale et de son rapport à l'Europe, nous attendons des discours différents de chaque média national. Bien entendu, des différences majeures peuvent apparaître entre les médias d'un même pays. En fonction des orientations politiques, des stratégies médiatiques, donc de ce que Alice Krieg-Planque appelle le « réel politique et social » (2007), les journalistes produisent des discours plus ou moins chargés de significations et d'interprétations de l'Europe. La question des choix des genres journalistiques est aussi intéressante ici, et nous y reviendrons. En fonction de la connaissance des ancrages historiques ou politiques des médias, les chercheurs peuvent produire plusieurs types d'analyses des discours.

Les théories de l'analyse du discours marquent une subtile différence entre le *contexte* et les conditions de production des discours. Le contexte renvoie soit à l'environnement verbal de l'unité (ou cotexte), soit à la situation de communication¹². Ce qu'on désigne par le syntagme « conditions de production » nous conduit à étudier les facteurs qui conditionnent le discours. À ce point, il faut faire la différence entre les conditions situationnelles (les dispositifs de communication dans lesquels l'individu s'inscrit pour parler, lesquels lui imposent certaines places, certains rôles et certains comportements) et les conditions d'ordre discursif (les savoirs, les croyances et les valeurs qui circulent dans le groupe). Ce dernier élément sera sollicité surtout dans la définition des appropriations médiatiques de l'Europe, dans la dernière partie de ce texte.

Les médias en ligne sont propices à l'analyse du dispositif de communication qu'ils mettent en place. Nous aurions souhaité réaliser une analyse de la position des articles collectés sur les pages web, une analyse des onglets dans lesquels les articles figurent, et donc des rubriques journalistiques auxquelles ils sont intégrés (travail commencé par le projet ARIE, que nous n'avons sans doute pas pu convenablement analyser et auquel nous avons renoncé par la suite). En outre, il aurait été particulièrement intéressant d'analyser la durée de présence des articles sur les pages d'accueil des sites Internet des médias.

¹² Donc le cadre spatio-temporel et la situation sociale locale dans lesquels s'inscrivent l'échange communicatif, les participants à l'échange, le type d'activité dont il s'agit, ou, à une échelle plus large, le contexte institutionnel, social, physique. Cf. Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau (dir.), 2002.

Toutes ces informations ont échappé à notre étude, faute de ressources de tous genres que nous ne développons pas ici.

Nous ne nous attardons que peu, voire pas du tout, sur le contexte lié à la langue, sur le cotexte. Teun A. van Dijk entreprend une « nouvelle théorie du contexte » (2009). Il part du constat de l'absence de lien entre les structures discursives et les structures verbales et imagine une « architecture des plus simples des processus discursifs contrôlés par le contexte ». De manière linéaire, cette configuration part d'un extrême où se situe la situation de communication dans laquelle est généré le discours, passe par le modèle ou le plan de texte (ce qu'on peut identifier avec le genre discursif dans notre projet), traverse le « modèle événementiel » et retrouve à l'autre extrême la connaissance socioculturelle (van Dijk, 2009, 131) (utile au bon déchiffrement de ce qu'on appelle plus bas appropriations médiatiques).

Attardons-nous en revanche sur le contexte « méso » du discours (Kerbrat-Orecchioni, 2009), qui est celui des institutions, donc celui des médias analysés, dans le cas présent. Il est intéressant de comprendre quel positionnement ils observent par rapport à l'Europe et aux questions européennes. Ces informations permettront une meilleure compréhension des données analysées dans cet ouvrage. Notons cependant que, si pour les médias français, italiens, ou encore britanniques de notre corpus le positionnement aussi bien sur le spectre politique que par rapport aux attitudes envers l'Europe est facilement identifiable, ces attitudes sont moins claires pour les médias roumains ou bulgares, par exemple.

Pour le cas bulgare, *Dievnik*, fondé en 2001¹³, et *Clubz* sont deux des plus grands médias en ligne du pays et *Mediapool* le plus grand quotidien, tous trois médias d'information généralistes. Peut-être sont-ils comparables aux médias roumains analysés. Il s'agit d'*Adevărul*, fondé en 1888 et appelé *Scânteia* sous le régime communiste ; *Gândul.info*, fondé en 2005 par des journalistes quittant *Adevărul* ; et *hotnews.ro*. Il s'agit de médias à vocation généraliste, fondés sur des traditions anciennes, dont l'activité est majoritairement en ligne à la suite des crises économiques des groupes de presse. À l'exception peut-être de *Adevărul*, qui accueille une plateforme de blogs à orientation pro-européenne, on ne saurait pas affirmer un penchant pour ou contre l'Europe, peut-être aussi parce que dans ces pays nouveaux entrants dans l'UE les attitudes envers l'Europe sont assez homogènes, favorables au projet, avec, ces derniers temps, un euroscepticisme naissant. En Slovaquie, le journal *Hospodárské noviny* est considéré comme une publication économique et d'affaires politiquement indépendante, l'équipe Lemel de ce pays l'ayant choisi pour des critères d'objectivité. D'autre part, le journal *Pravda* est orienté à gauche et catégorisé en « presse d'opinion » (Blaha, 2002, 16) et est axé sur les sujets politiques, sociaux et nationaux. Ce qu'on observe pour tous les médias, mais peut-être pour ceux des pays de l'Europe centrale et orientale en particulier, est la recherche continue de meilleures manières d'attirer du public, notamment jeune. Quand *Pravda* opère un changement esthétique catégorique, ses lecteurs le prennent pour un

¹³ Les données factuelles sont issues de *South East Europe Media Handbook*, 2006.

supplément (*ibid.*). Les versions en ligne de ces médias deviennent de plus en plus complexes pour attirer le plus de lecteurs. L'édition en ligne de *Adevărul* est une plateforme à multiples éditions spéciales (régionales, pour la Moldavie, les Roumains d'Espagne, d'Italie), avec des numéros spéciaux thématiques, ou encore un accès à des blogs de diverses personnalités (écrivains, philosophes, historiens, politiques, économistes etc.).

En Grande-Bretagne, les médias choisis sont le *Daily Mail* et *The Guardian* comme des exemples des extrémités opposées du spectre politique, le premier tabloïd de droite et le second journal de gauche, les deux à large diffusion pour leurs versions papier. *Daily Mail* a une position antieuropéenne affirmée, soutenant médiatiquement la campagne du Brexit. Créé en 1896, le journal n'est pas censé être un tabloïd, mais « s'adapte aux journaux de succès français et américains ». Le tournant est clair en 1971, quand le *Daily Mail* est en concurrence du *Sun* (Conboy, 2015, 222).

Dans deux pays du projet, nous remarquons l'existence de deux journaux principaux, généralistes, sans attitude catégorique par rapport à l'Europe, presque des institutions¹⁴, créés depuis le XIX^e siècle. *Le Monde*, de centre-gauche, et *Le Figaro*, de droite, en France, le *Corriere della Sera* (1876), centriste, et *La Repubblica*, de centre-gauche, en Italie. *Mediapart* est un « site d'information français indépendant et participatif en ligne », payant, créé en 2008 par François Bonnet, Gérard Desportes, Laurent Mauduit et Edwy Plenel. *Mediapart* publie des articles de professionnels du journalisme (« le journal »), ainsi que des articles d'utilisateurs (« le club »). *Mediapart* est une publication orientée à gauche par les choix des sujets abordés.

Pour la Pologne, les médias analysés sont les deux journaux polonais d'information et d'opinion du pays : *Gazeta Wyborcza* et *Rzeczpospolita*. Le premier est le résultat des conclusions de la « table ronde » sur la vague de transformations politiques en Pologne en 1989, initialement l'organe de presse de Solidarność. C'est un média généraliste, avec une vision de gauche. *Rzeczpospolita* a commencé à être publié en 1920, a connu des interruptions de publication et a une vision conservatrice, eurosceptique.

Pour ce qui est des attitudes des citoyens envers l'Europe, illustrons ici la diversité des comportements politiques européens des huit pays analysés. Si l'on considère les élections européennes de 2014, remarquons que 43,11 % des européens ont voté. La Slovaquie est en tête du classement de l'abstention à ces élections (87 %). Parmi les pays de notre projet, notons l'abstention relativement élevée en Pologne (76 %), les chiffres similaires pour la Roumanie (67 %) et la Bulgarie (64 %), les résultats proches pour la France (57 %) et l'Allemagne (51 %), et l'intérêt relativement fort des Italiens pour ces élections (42 % d'abstentionnisme). Notre projet se concentre sur la « période normale » de la politique, celle donc de la dynamique européenne

¹⁴ « *Il Corriere della Sera*. Direi che è una istituzione familiare e nazionale. Una istituzione e una necessità. (...) Il corriere e il giornale di tutti (...) », Cepperello, dans un article de *La Voce*, en mars 1909, cité par Giuseppe Farinelli, Ermanno Paccagnini, Giovanni Santambrogio, Angela Ida Villa, 2004, 227.

en dehors des élections, quand l'intérêt pour le sujet faiblit et que le rôle des médias est de l'entretenir.

3.3. GENRES JOURNALISTIQUES

Jean-Michel Adam, qui revendique le syntagme « analyse textuelle », considère que la première des « complexités » du texte est à chercher dans leur nature même, en tant que « constructions éditoriales, historiques, linguistiques » (Adam, 2015, 25). L'auteur s'appuie sur les considérations de Dominique Maingueneau et de Georges-Elia Sarfati qui indiquaient l'absence de prise en compte par l'analyse du discours du statut des textes.

Le type des textes n'a pas fait l'objet de notre attention les deux premières années (ARIE et Lemel 2014). Il s'est avéré intéressant plutôt lors de discussions informelles, comme c'est souvent le cas, quand la subjectivité et l'intuition des chercheurs sortent des carcans institutionnalisés. Nous partions aussi d'une observation faite par Denisa-Adriana Oprea sur le corpus roumain et spécialement sur un des médias analysés en 2014, *Gandul.info*. Ce média contenait beaucoup d'articles portant sur l'Europe, mais la plupart étaient des articles courts et exclusivement informatifs. Dans une discussion estivale sur une terrasse bucarestoise en 2015, nous avons pris en compte le genre journalistique comme variable à quantifier : nous allions compter le nombre d'articles pour chaque genre pour ensuite analyser leurs poids dans les différentes études que nous allions faire¹⁵.

Avant de présenter la liste des genres journalistiques sur lesquels nous nous sommes appuyés, précisons que nous ne démarrons pas à cette occasion une discussion sur l'éthique du métier de journaliste, nous ne menons pas une sociologie empirique du journalisme, nous interrogeons peu la pertinence des genres. Roselyne Ringoot et Jean-Michel Utard l'ont fait dans l'ouvrage qu'ils ont dirigé en 2009 et surtout dans son premier chapitre, « Le genre, une catégorisation peu catégorique » (Ringoot, Utard, 2009). Nous n'avons pas exploré en profondeur l'idée d'« identité discursive » non plus, qui aurait pu découler de la remarque sur le corpus roumain que nous avons relevé plus haut. Lors du colloque Lemel de 2016, un débat avait été engagé ayant pour thème l'existence de deux manières de faire du journalisme, l'une plutôt « occidentale » et l'autre plutôt « est-européenne ». Si des conclusions intuitives peuvent être formulées, il ne nous semble pas qu'une distinction en ce sens peut être pertinente. Dans tous les cas, elle n'a pas pu être opérée seulement à partir de notre corpus.

Quand nous avons considéré les genres journalistiques, nous ne nous sommes pas référés aux rubriques (variable abandonnée après le projet ARIE, peut-

¹⁵ Nous avons pu nous-mêmes identifier son importance quand nous avons analysé les articles portant sur le projet européen lui-même : la majorité était des « opinions extérieures ». « The political discourse within the on-line media discourse. Legitimation or signification of the European project », 1st International Conference on "Europe in Discourse: Identity, Diversity, Borders", 23-25 septembre 2016, Athènes, Grèce.

être à tort, comme nous l'avons dit plus haut), ni aux angles, qui reviendront plus loin quand nous présenterons les appropriations médiatiques. Nous avons retenu les cinq catégories de genres journalistiques qu'on enseigne en école de journalisme :

- Information stricte (brève, agence de presse, synthèse, écho, revue de presse) ;
- Récit (portrait, reportage, compte-rendu, article historique ou documentaire) ;
- Etude (analyse, investigation, dossier) ;
- Opinion extérieure (interview, table ronde, micro-trottoir, tribune libre, courrier) ;
- Commentaire (éditorial, critique, chronique).

Ces genres sont placés par Patrick Charaudeau dans un espace bidimensionnel ayant comme ordonnée le continuum événement rapporté événement commenté et événement provoqué, et comme abscisse l'instance interne et l'instance externe, qui comporte des degrés d'engagement évolutifs (Charaudeau, 2005, 174).

À partir de la collecte du corpus de 2015, nous avons assigné à chaque article un genre, chose pas toujours absolument facile, car il ne se donne pas à voir : il faut être familiarisé avec les textes journalistiques et les comprendre au-delà de la simple lecture du contenu. Il reste bien sûr la trace du lecteur-chercheur subjectif, face aux « fluidités de la notion » de genre journalistique (Utard, 2009, 176).

L'analyse des genres peut certes pointer des différences nationales quant au traitement journalistique de l'Europe, mais il s'agit aussi de positionner ce dernier par rapport aux « paradigmes » du journalisme : information, opinion, communication. Jean-Michel Utard présente le panorama de ces courants (2009), la tension entre information et communication (Bougnoux, 1995), l'apparition du « journalisme de communication » (Charron, de Bonville, 1996). Plus que la simple classification des textes journalistiques, les genres journalistiques nous introduisent sur le terrain de ce que Marc Lits appelle « horizons d'attente » (2009). Conjointement avec les lignes éditoriales, que nous avons évoquées lors de la présentation de contextes médiatiques, les genres laissent place à des interrogations sur l'attente de la part du lecteur de traitements spécifiques de l'Europe par ces médias. Le lecteur doit donc être « compétent », selon les mots d'Antoine Compagnon, évoqué par Marc Lits sur le terrain de l'esthétique de la réception. Or, nous savons la place relativement faible de la couverture médiatique dont bénéficie l'Europe. Quelles stratégies prennent les journalistes pour ce type de rédaction, comment présenter un sujet dont le public se désintéresse dans la plupart des pays, quels genres journalistiques choisir en fonction des thèmes européens abordés ? Nous pouvons même envisager la question de la concurrence des différents médias sur le marché, par la provocation d'événements, comme l'analyse Patrick Charaudeau (2005).

3.4. ÉVÉNEMENTS

La manière dont nous avons organisé notre corpus nous permet de détacher des constantes quant à l'utilisation d'un genre journalistique ou d'un autre. Regroupés par événements, les articles couvrent des périodes relativement longues (jusqu'à plusieurs années, grâce à la collecte des articles liés par des hyperliens) et appartiennent à plusieurs genres. Nous voyons généralement l'émergence de l'événement avec la publication de dépêches d'agence, la rédaction de récits, d'études, pour finir avec des commentaires et des opinions extérieures. Notre objectif est donc de surprendre ce « processus d'événementialisation » qu'analyse Patrick Charaudeau (2005, 81-83).

Palpable de par sa réalité, le moment historique fonde des réalités. La durée est ainsi essentielle pour la « constitution des formes sociales »¹⁶. Selon Georg Simmel (1992, 693, *apud* Watier, 2003, 24), les relations se modifient « en fonction de leur durée, sans que s'exerce l'influence de facteurs extérieurs supplémentaires » (*ibid.*). L'Europe et les sujets la concernant n'ont pas de durée limitative, mais les divers accords ou institutions européennes avaient ou ont des objectifs temporels précis. Et la modification de perspectives temporelles influence les relations et les formes sociales (*ibid.*).

Reinhart Koselleck (1990) considère l'inscription dans la durée comme critère de distinction entre l'événement et la structure. L'événement est généralement raconté, c'est une catégorie déterminée par un ordre temporel précis d'un avant et d'un après. La structure est décrite et « implique plus de durée, une plus grande stabilité, un changement seulement sur des délais plus longs » (Koselleck, 1990, 135). « Supra-individuelles et intersubjectives », les structures ne se distinguent pas pour autant des événements par des traits cognitifs plus abstraits, indique Koselleck. Les événements médiatiques tels que nous les concevons sont soit des occurrences de la réalité, soit des analyses journalistiques, mises en perspective, dossiers journalistiques, qui peuvent ou non être déclenchés par un événement réel. Nous pourrions donc rapprocher les occurrences des événements, selon la distinction opérée par Koselleck, et les dossiers journalistiques des structures ou au moins un point d'accès aux structures, dont l'objectif serait une appréhension plus générale, plus profonde peut-être de la réalité européenne.

Selon certaines théories politiques, la réalisation effective de l'Union européenne est considérée parfois comme un événement accidentel dans l'Histoire. « Inhabituelle, étrange, incompréhensible » pour la marche normale de l'Histoire, la construction européenne est à bien des égards un événement « extraordinaire », du moins pour certains acteurs¹⁷. Mais au-delà du processus global de réalisation de l'Europe, ce qui nous intéresse ici ce sont les

¹⁶ Nous reprenons ici la réflexion que nous avons menée dans notre thèse de doctorat « La place des discours politiques et des débats intellectuels dans les représentations de la construction européenne. Le cas de la Roumanie : 1945-2006 », dirigée par Bernard Valade et soutenue en 2008 à l'université Paris Descartes.

¹⁷ Nous empruntons cette notion à Birgitta Orfali (2005).

traitements journalistiques de l'Europe. Dans l'ensemble du développement historique, certains événements se distinguent et sont chargés de plus de signification. Ces événements, « exceptionnels » car « se produisant de manière impromptue dans l'espace naturel physique, social, politique, culturel, historique, symbolique » (Orfali, 2006, 65), bouleversent l'ordre des choses, les consciences et les représentations. Extraordinaires ou ordinaires, ce sont des événements qui se conjuguent dans les discours et les débats pour finalement constituer les visions diverses sur l'Europe.

En fonction de l'attention que les journalistes accordent aux divers événements, ces derniers sont investis de rôles plus ou moins importants dans l'ensemble des corpus que nous récoltons. On a affaire à un « processus d'événementalisation » que Patrick Charaudeau (2005) et Jocelyne Arquembourg (2011) avaient mis en évidence.

Nous avons souhaité nous orienter vers une analyse très fine des poids des événements dans l'ensemble du discours journalistique. Mais, tout comme pour la catégorie intermédiaire des articles « suggérés », nous avons finalement renoncé à la catégorie des événements « moyens » (qui aurait été composée de cinq à dix articles). Ainsi, l'organisation de nos données tient compte aujourd'hui de deux catégories d'événements : les événements principaux (ceux auxquels les journalistes consacrent plus de dix articles) et les événements secondaires, de moins de dix articles. Les analyses les plus poussées sont donc menées sur les événements principaux, qui offrent aussi des informations intéressantes d'un point de vue comparatif.

		BG	DE	FR	IT	PL	RO	SK	UK
2014	Total événements	22	-	60	65	66	120	68	34
	Événements majeurs	5	-	10	11	4	5	10	6
2015	Total événements	32	77	108	61	71	49	37	-
	Événements majeurs	8	27	13	11	10	18	7	-
2016	Total événements	-	49	73	68	34	27	-	-
	Événements majeurs	-	11	13	6	9	7	-	-

Tableau 3. Nombre d'événements par pays et par année

Nous remarquons qu'il y a une liste d'événements majeurs, principaux, communs aux pays qui participent au projet, mais également un nombre beaucoup plus important d'événements principaux qui ne sont communs qu'à deux ou trois pays, voire qui ne concentrent les attentions des journalistes que d'un seul pays. Ce fait est révélateur de la diversité européenne sur laquelle nous reviendrons plus loin.

3.5. LES ÉVÉNEMENTS ET LEURS TEMPS

Notre entreprise de recherche implique nécessairement une réflexion sur la mémoire collective. Nous nous demandons de quelle manière se réalise la sauvegarde des structures des discours et des représentations dans la mémoire collective et dans la mémoire historique. Maurice Halbwachs (1877-1945) considérait que la mémoire collective était centrale dans la conscience de soi et des autres (Halbwachs, 1925, 1941, 1950 ; Marcel, 2005). Ses théories ont été critiquées à l'époque de leur énonciation, mais ses études ont été prolongées de multiples manières. L'historien Pierre Nora (1986) s'est employé à analyser en détail les lieux de mémoire des Français. L'expression « lieux de mémoire » est aujourd'hui entrée dans le langage courant. Les psychologues sociaux ont, de leur côté, largement exploité la notion de mémoire collective (Viaud, 2002).

Le dispositif journalistique en ligne est particulièrement propice à ce type de réflexion, car il offre la possibilité de s'immerger à tout moment dans l'archive comme lieu de préservation de la mémoire. L'article en ligne contient des renvois, des liens, des suggestions vers d'autres articles ou documents en ligne. Ce réseau de liens constitue un ancrage dans la mémoire que le journaliste convoque pour l'explication ou l'analyse des événements présents. Lors de la première phase du projet (réculte du corpus à l'automne 2014), nous avons fait la distinction entre les articles liés (à l'intérieur de l'article principal) et les articles suggérés (la liste proposée à la lecture qui se trouve en dessous de l'article principal, généralement). N'ayant pas trouvé de valeur heuristique à cette distinction, nous y avons renoncé en 2015.

Nous faisons donc la distinction entre les articles « principaux », ceux publiés pendant la période « repère », qui est la période de collecte des articles – quatre semaines tous les ans, et les articles « liés », ceux publiés avant, auxquels les journalistes et les rédactions font appel dans les liens pour enrichir ou illustrer le propos des articles principaux. La période qui se constitue ainsi au fur et à mesure de la construction médiatique de l'événement, et qui n'est donc pas donnée d'avance, est le temps « effectif » de l'événement, auquel les médias en ligne donnent accès.

Les temps « repères » correspondraient à ce qu'on appelle dans la théorie des représentations sociales l'« objectivation », donc la sélection et la décontextualisation des éléments, des informations sur l'objet – en l'occurrence, l'Europe (Moscovici, 1960). Ces éléments sont ensuite rendus familiers, sont intégrés au système de valeurs préexistant, par la mise en place d'un temps « effectif ». Ce second phénomène, que Serge Moscovici a nommé « ancrage », a un fort caractère social, car il est accompagné de l'insertion sociale de l'individu dans le groupe. Il nous conduit à une temporalité bien plus importante, qui est celle du temps « réel », troisième catégorie de notre classification (celle du temps historique), accessible après une analyse profonde des implications de l'événement, qui ne fait pas nécessairement l'objet de notre recherche.

L'étude des représentations et de la mémoire est donc inséparable d'une sociologie des groupes, de la cohésion des groupes en fonction du partage d'une même conception et position envers l'Europe. Le fonctionnement des groupes et de toute la société est ainsi abordable. Les recherches théoriques du rapport temporel entre les groupes et les représentations ont mis en évidence deux « configurations » possibles (Moliner, 1993, 1996). La première est la configuration « conjoncturelle, dans le cas où les groupes sont constitués avant l'élaboration d'une représentation » (Moliner, *apud* Laurens, Roussiau, 2002, 43). Dans ce cas, l'histoire du groupe contribue à l'établissement de l'objet. La configuration « structurelle » suppose que l'existence du groupe « est intimement liée à l'objet de la représentation » (*ibid.*, 44). L'objet contribue donc à la constitution même du groupe. Les caractéristiques identitaires sont étroitement liées à la représentation. Nous interrogerons à ce sujet la manière dont les groupes se constituent ou bien se définissent en fonction de l'idée européenne et de la construction européenne.

Tout au long de notre travail, nous nous intéressons aux formes que prennent la mémoire discursive, l'interdiscours, le dialogisme, les références du discours sur l'Europe. Dans cette perspective, le discours est surplombé par la mémoire d'autres discours, du même auteur ou d'autres auteurs. On peut parler donc de double mémoire : la mémoire externe, qui se place dans la filiation de formations discursives antérieures, et la mémoire interne – les énoncés produits antérieurement à l'intérieur de la même formation discursive (nous compterons ici tous les discours antérieurs d'un même auteur) (Maingueneau, 1984, 131). Dans la même perspective, l'interdiscours est défini comme « l'ensemble des unités discursives (relevant de discours antérieurs du même genre, de discours contemporains d'autres genres, etc.) avec lesquelles un discours particulier entre en relation implicite ou explicite » (Charaudeau, Maingueneau, 2002). Le discours rapporté est tout discours antérieur présent directement ou indirectement dans le présent. Enfin, la *dialogicité*, notion empruntée à la psychosociologue Ivana Marková, complète l'ensemble en explorant le discours à travers la perspective de l'altérité : la « dialogicité » est « la capacité de concevoir, de créer et de communiquer à propos des réalités sociales du point de vue de l'altérité » (Marková, 2007, 137). Ces notions nous aident à rendre compte de la façon dont le discours s'articule autour de lui-même et dont il reprend, reproduit ou transforme les discours antérieurs sur l'Europe.

Notons ici une particularité des événements tels qu'ils sont constitués par les médias en ligne. La possibilité technique offerte par les hyperliens fait que des événements anciens surgissent dans le corpus collecté pendant une période fixe. Les articles liés ou suggérés dans le corps de l'article collecté portent parfois sur des sujets différents, représentent des dossiers de presse en eux-mêmes que les journalistes et la rédaction mettent en exergue lors de la mise en ligne d'un nouveau texte journalistique. Nous sommes ici face à la question de l'utilisation active des archives de presse. La volonté journalistique de les mettre en évidence, le hasard de leur utilisation par les journalistes stagiaires, la facilité de l'appel à ces ressources sont à interroger. Mais leur réception par

le public est immédiate et à prendre en considération par la recherche sur les médias en ligne.

3.6. LES THÈMES

L'une des premières notions qui nous vient à l'esprit pour définir ce qu'on comprend par « thème d'un article » est celle d'« angle », que Denis Ruellan analyse comme « niveau de structuration ignoré du public qui est à déduire de l'analyse comparée des articles » (2006). L'angle ne correspond pas (toujours) à la rubrique de l'article et il est le résultat d'une lecture globale du texte journalistique.

Nous assimilons le thème à la représentation. Parmi les nombreuses définitions disponibles de la représentation, nous retenons dans un premier temps celle de Paul Ricœur, qui la situe en tant qu'« objet, comme référent d'un certain discours » (2000, 241) entre la représentation mnémonique de la source du discours et la représentation historiographique, qui correspond à l'écriture de l'histoire. D'une perspective psychosociale, Serge Moscovici évoque la représentation en tant qu'« élaboration d'un objet social par la communauté dans le but de se conduire et de communiquer » et de « résultat de processus discursifs » (1961). Denise Jodelet complète la théorie des représentations sociales et indique qu'elles sont une forme de pensée sociale, « une forme de connaissance spécifique, le savoir de sens commun, dont les contenus manifestent l'opération de processus génératifs et fonctionnels socialement marqués » (1984, 367).

En tenant compte de ces approches théoriques, nous avons identifié une liste de thèmes qui caractérisent chacun des articles dans sa globalité. Le thème est exclusif – un seul par article. Il devrait décrire pour le mieux l'approche journalistique du sujet abordé et en l'attribuant, le chercheur utilise inévitablement une part d'intuition. La liste sur laquelle nous nous appuyons est la suivante :

- Politique ;
- Économie ;
- Culture (des événements culturels, des institutions, l'éducation, la recherche)
- Société (population, des droits sociaux...) ;
- Environnement (le climat, l'écologie, les droits des animaux...) ;
- Migration (des événements sur le sujet, qui devient donc contexte de l'information journalistique). Ce thème est introduit en 2015, quand la vague de réfugiés crée un véritable contexte journalistique sur le sujet.
- Action militaire (armement, défense, démarches militaires...). Ce thème est introduit à la fin de la vague ARIE, quand les événements en Ukraine le rendent utile à la compréhension du corpus.
- Général (des items sur le projet européen, des visions générales qui mêlent plusieurs autres thèmes, portant sur l'Europe) ;

- Brexit (comme contexte de démarches politiques, économiques, etc.). Ce thème est proposé en 2016, quand des analyses liées aux suites du Brexit rendent nécessaire une approche « dans le cadre du sujet » et non « du sujet » à proprement dire.

Thème/Pays	BG	DE	FR	IT	PL	RO	SK
Politique	165	324	167	87	233	140	70
Économie	31	186	107	160	5	91	15
Société	23	43	29	45	61	112	2
Culture	1	47	26	5	6	20	3
Migration	144	214	143	103	154	127	152
Environnement	5	10	35	12	0	0	0
Action militaire	22	2	4	3	15	58	52
Général	25	6	19	9	1	58	8

Tableau 4. Distribution des thèmes parmi les événements principaux, par pays, dans le corpus Lemel 2015

Les deux thèmes les plus utilisés par les journalistes sont « politique » et « économie ». Les moins utilisés, globalement, sont « culture », « environnement » et « société ». Cette vision d'ensemble est symptomatique du traitement médiatique de l'Europe et ne représente pas de véritable surprise.

Remarquons pourtant quelques spécificités. Le corpus italien contient chaque année un nombre conséquent d'analyses économiques, plus que des articles sur des thèmes politiques. Les thématiques environnementales intéressent seulement certains médias nationaux, même dans le contexte de 2015 de la COP21. Le thème « société » concerne beaucoup les pays sources de flux migratoires intra-européens, comme la Roumanie. Les journalistes s'attardent sur le quotidien des migrants, l'action des associations humanitaires qui se trouvent sur leur passage, etc.

Mais les articles de presse contiennent plus que cette seule image générale. L'Europe peut être caractérisée, analysée, investie de multiples façons, qui échappent à l'analyse thématique. Un article sur les trajets de migrants peut contenir à la fois des descriptions humanitaires, des critiques des décisions européennes, des analyses de l'intégration européenne, des renvois aux valeurs. La représentation-thème est donc un résultat, une image, une approche, mais non le processus discursif de sa constitution. Pour cela, il nous a semblé nécessaire de dépasser ce niveau, qui est celui de l'analyse de contenu classique utilisant une grille de thèmes et nous avons proposé l'idée d'appropriation.

3.7. LES APPROPRIATIONS JOURNALISTIQUES

L'objectif initial du projet Lemel, après sa rupture avec l'analyse de l'identité souhaitée par l'analyse ARIE (voir *supra*), était l'analyse des représentations

de l'Europe. Petit à petit, cette notion a évolué vers ce que nous appelons « appropriation » et que nous expliquons dans les lignes suivantes¹⁸.

La notion que nous avons sollicitée en premier lieu est celle de représentation. Nous nous devons de reconnaître que cette solution de facilité (notion commune à presque toutes les disciplines des sciences humaines et sociales) était censée nous permettre de traiter des images de l'Europe dans les médias sans grand effort de théorisation. Toutefois, assez vite, dès le projet ARIE, nous avons souhaité aller plus loin que la simple image¹⁹, vers quelque chose qui s'apparente à un procédé que le journaliste utilise pour donner un certain sens à son propos, pour orienter ses dires, de manière manifeste ou non. On obtient une image à la fin, mais c'est une image qui est à décrypter et qui est plus que sa représentation. Familiers, et aussi attachés à la théorie des représentations sociales de Serge Moscovici, nous en apprécions la conception en deux étapes – l'ancrage et l'objectivation –, qui tient compte de l'épaisseur historique des mots et de sa manifestation dans les discours (1961). Cependant, ce que nous avons observé dans le discours journalistique analysé est aussi une décision circonstancielle de l'auteur du discours, une tournure spéciale qu'il emploie à des fins de démonstration de son propos. Nous avons remarqué que le journaliste ne fait pas qu'une présentation, une analyse ou un commentaire de l'événement européen (ou lié à l'Europe). Il y a presque toujours une seconde visée, un discours derrière le discours. Il y a presque toujours une décision de faire une entrée dans le sujet (plutôt qu'une autre). Comme pour une mise en scène, le journaliste choisit ses acteurs, il choisit l'Europe qu'il veut mettre en avant, l'Europe qu'il instrumentalise pour les buts de son discours. Il fait siennes, il s'approprie les valeurs de l'Europe pour aller dans le sens de sa démonstration.

Appropriation, c'est le mot que nous avons choisi d'utiliser, qui correspondrait le plus à notre observation. Des appropriations de l'Europe apparaissent dans le discours là où on ne les attend pas, car le journaliste poursuit des objectifs annoncés et mobilise des informations, des connaissances, des angles, des significations, un imaginaire, des implicites, qui ne sont pas dans la ligne de mire, mais qui font le jeu de ses objectifs, en étayant la démonstration. Si l'on poursuit la polémique sur la distinction entre information et communication, les appropriations seraient du côté de la communication dans l'économie de l'article journalistique. Par exemple, un article de presse qui traite de l'accueil des migrants en Europe peut le faire sous un angle économique en présentant les enjeux chiffrés du processus, ou politique en mettant en évidence les positions des partis politiques, ou encore social en insistant sur la situation des personnes accueillies. L'étude de l'appropriation vise à identifier comment l'Europe est présentée dans le discours journalistique : sera-t-il question de l'hospitalité, ou des cas

¹⁸ Nous menons à présent un travail de recherche qui essaye d'éclairer cette thématique aussi bien d'un point de vue épistémologique que théorique et méthodologique.

¹⁹ Retenons ici cette phrase de J.-Bl. Grize qui illustre bien les multiples significations que l'on peut donner aux notions : « Dans ma terminologie, orateur et auditeur ont des représentations et le discours propose des images. » (2002, 33)

historiques d'accueil de migrants, ou de directives prises ou à prendre ? Ces incisions dans l'Europe sont nombreuses et dépassent le niveau thématique de l'analyse du discours.

Nous avons donc retenu cette idée, oserions-nous l'appeler notion, d'appropriation, qui s'accorde plutôt bien avec deux adjectifs : appropriation discursive, appropriation journalistique. Elle mérite un décryptage détaillé, large, argumenté. Retenons ici quelques éléments d'analyse qui permettront de comprendre l'utilisation du mot dans cet ouvrage.

Puisque nous pensons avoir affaire à des appropriations *discursives*, la première réflexion à mener porte sur leur universalité. S'appliquent-elles à tout discours ? Nous pensons que oui, que dans tout discours nous faisons des choix, des sélections, nous instrumentalisons les objets, les personnes, nous-mêmes. De plus, la question est particulièrement intéressante à analyser par rapport aux discours journalistiques, car « les médias ne sont pas une instance de pouvoir », il n'y a donc pas de « volonté collective de guider ou d'orienter les comportements, au nom de valeurs partagées », si l'on reprend l'analyse de Patrick Chadaudou (2005, 11). Or, les journalistes utilisent ces moyens discursifs pour finalement orienter leur propos, voire l'opinion et le comportement des lecteurs. Nous avons donc affaire à une « dimension argumentative sans avoir de visée de persuasion avouée », comme l'analyse Ruth Amossy (2010)²⁰. Les appropriations seraient donc un mode argumentatif fortement centré sur la *doxa*, qui a une valeur de probabilité, non de vérité. Elle est « l'espace du plausible tel que l'appréhende le sens commun » (*ibid.*, 90) et pourrait correspondre à la part subjective de l'information.

L'appropriation journalistique se constitue dans la tension entre sens commun et rationalité. En admettant que l'écriture journalistique soit un comportement, notre thèse est que l'appropriation se situe à la fois sur le terrain de l'explication par la rationalité que sur la zone de compréhension par l'intuition. Sur le terrain de la théorie du choix rationnel, on parlerait de « cadres mentaux » à l'intérieur desquels le journaliste « opère »²¹. Sur le terrain de la théorie de la rationalité ordinaire, la production du journaliste se situerait quelque part entre la connaissance ordinaire et la connaissance scientifique. En 1989, Elihu Katz démontrait que le modèle scientifique s'applique mieux au journalisme que le modèle d'une profession (*model of profession*). Dominique Wolton, appelé à réagir à l'article de Katz, se lance

²⁰ Voir aussi le prochain numéro sur ce thème de la revue *Argumentation et analyse du discours*, coordonné par R. Amossy, à paraître en 2018. Des nuances sont à noter, pourtant, car nous n'avons pas affaire à des cultures médiatiques uniformes dans les pays européens. La visée persuasive des journalistes semble plus marquée, voire assumée en Roumanie, par exemple, selon les discussions dans le cadre de notre projet.

²¹ Nous sommes ici sur le terrain des théories de Raymond Boudon (2009, 43). Remarquons au passage que R. Boudon et les scientifiques qui traitent de questions liées aux croyances et à la rationalité n'abordent que l'exemple des croyances magiques et religieuses. Nous nous demandons si la réflexion ne pourrait être étendue aux autres types de connaissance, si le discours journalistique pourrait être un type particulier de connaissance. Il intervient en fin de compte dans un processus démocratique qui implique une décision fondée sur un raisonnement : le vote.

plutôt dans l'analyse de la « subjectivité et [de] l'intuition [qui] sont des qualités primordiales de la presse, de la même manière qu'elles constituent des prérequis au bon travail scientifique. Sans subjectivité, les journalistes deviennent des technocrates au service de l'événement, incapables de comprendre et donc de permettre aux autres de le faire. Sans rationalité, le journaliste n'est qu'un chroniqueur subjectif duquel les lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs se détourneront instinctivement. » (Wolton, 2012, 326).

Il y a dans l'appropriation des éléments de la schématisation définie par Jean-Blaise Grize : « Enfin, accepter une schématisation, ce n'est pas encore y adhérer. L'adhésion demande plus que la non-objection, elle réclame une participation entière de l'interlocuteur. Je dirai déjà qu'il ne s'agit plus d'éviter des contre-discours, mais qu'il faut en quelque sorte provoquer des "pro-discours". » (Grize, 1990, 45) Pour ce faire, il est question d'accéder à des « non-dits », de véhiculer des valeurs partagées et à des idéologies. « Il s'agit des phénomènes d'éclairage. » (*ibid.*)

La négociation continue du contenu de la représentation ne se fait pas sur un terrain « démocratique ». La question du « pouvoir » se pose fortement. Les sujets sociaux n'ont pas le même poids dans la constitution de la représentation sociale. Certains groupes ou certains individus « ont plus accès que d'autres aux moyens qui établissent les significations (*meanings*) dominantes » (Grize, 1990, 5). Ainsi, la recherche des représentations sociales n'est pas indépendante de la recherche des groupes sociaux qui ont plus de « pouvoir » dans leur constitution – les politiques, les journalistes. Car il y a négociation entre l'individu et son environnement, mais aussi entre les représentants des groupes « puissants » du point de vue de la constitution de la représentation.

Les appropriations seraient fondées sur des idées-thèmes, donc des représentations-schématiques, selon l'expression de Georges Vignaux (1995). Pour analyser les contenus des discours et donc les formes de la représentation-objet, nous faisons appel au concept de *thémata* – des idées, des intuitions, qui orientent les chercheurs, les journalistes – auteurs de discours dans notre cas –, dans la formulation de leurs récits, de leurs analyses, prises de positions et points de vue. La notion de *thémata*, proposée dans les années 1970 par Gerald Holton, professeur de physique et d'histoire des sciences (1973, 1981, 1982), a été reprise par Serge Moscovici et Georges Vignaux en 1994 dans une étude de psychologie sociale concernant les processus de communication (1994). Elle renvoie à des « conceptions primaires, des idées-force, des "archétypes" profondément ancrés dans la mémoire collective d'un groupe ». Il s'agit d'idées sources, mais aussi de « constructions conceptuelles, des processus de schématisation », pour reprendre l'expression de G. Vignaux (1995, 206). Au-delà du rapport entre le discours et la réalité, qui est un des processus d'action du sujet dans le cadre de la « fonction schématisante » du discours et qui consiste en des « choix progressifs » et des « constructions successives », c'est la deuxième composante, interne, cachée, que nous souhaitons relever. Il s'agit du « processus complémentaire mais essentiel de jeux de procédés agencant la

construction dans le discours d'une représentation interne substitutive de cette réalité extérieure » (*ibid.*)²².

Les appropriations médiatiques couvrent les trois niveaux de construction du sens de la machine médiatique imaginée par Patrick Charaudeau (2005) : celui de la production, celui du produit et celui de la réception. L'« intentionnalité et co-construction du sens » définit bien l'entrée en la matière européenne, qui se fait par la mobilisation de représentations par le discours, l'organisation structurelle du produit journalistique et l'interprétation dans la bonne clef par la cible et le public. L'appropriation est une mise en relation avec le lecteur, une création de sens, un des sens créés par le discours, à la fois description, commentaire et interprétation.

Nous ne suivons pas Teun van Dijk dans ce qu'il appelle la « théorie générale de l'adéquation », mais avons remarqué plus haut notre cheminement commun dans son « architecture ». L'auteur réalise aussi un « schéma de la production d'un article informatif », qui intègre les « connaissances générales du phénomène », les « idéologies à propos du type d'événement », les « connaissances des genres à propos des comptes-rendus d'information » (van Dijk, 2009, 144). Il intègre aussi un « modèle mental subjectif de l'événement ». Van Dijk se fonde sur l'idée que l'auteur du discours journalistique présuppose l'ensemble des connaissances que son public partage, le « socle commun » (ou le « sens commun ») d'une communauté²³. Or, Catherine Kerbrat-Orecchioni (1986), ainsi que tous les traités de techniques persuasives, démontrent comment le présupposé, l'implicite, peuvent être détournés selon les objectifs du discours. L'appropriation serait l'une et l'autre.

Les appropriations de l'Europe que nous avons retenues, sujettes elles aussi à des négociations d'équipe, sont présentées ci-après. Il ne s'agit pas d'une liste fixe ou exhaustive et elle a vocation à évoluer.

- L'Union européenne gestionnaire. Il s'agit ici des décisions, des normes institutionnelles, des régulations qui sont invoquées par les journalistes dans le développement de leur raisonnement ;
- L'Union européenne éthique. Nous incluons ici les postures, les prises de position des acteurs européens ou des institutions sur des sujets éthiques, la mise en avant de valeurs ;
- L'Europe comme espace culturel. Il s'agit des renvois à l'Histoire, à la recherche scientifique, aux événements culturels et aux relations interculturelles ;

²² Dans le cadre de ce processus, le travail cognitif constitutif du discours consiste à « instaurer régulièrement » « des *classes d'objets* », « des lectures des propriétés de ces objets qui permettent la composition de catégories » et « des stabilisations des sens ainsi clôturés, sous l'aspect de notions permanentes, avancées comme indissociables des objets en question » (*ibid.*, 207).

²³ L'auteur s'appuie sur Herbert H. Clark (1996).

- L'Europe comme espace économique est considérée comme une appropriation à chaque fois que le journaliste évoque les délocalisations, les marchés, la circulation des capitaux ou des travailleurs, le chômage, les indemnités, les impôts, les salaires, les budgets, les effets de la crise, la finance, l'euro ;
- La société européenne inclut les démonstrations journalistiques par les mobilisations, les mouvements sociaux, les phénomènes de société, la démographie ;
- L'Union européenne comme objectif, donc les efforts pour influencer l'UE ou l'améliorer, ainsi que le désir de certains pays de l'intégrer ;
- L'Europe comme espace politique rassemble les renvois à la citoyenneté, aux élections, aux partis politiques ;
- L'Union européenne comme instance diplomatique fait appel aux relations entre l'UE et autres pays/continents ;
- L'Europe comme terrain de comparaison est une appropriation que nous avons souvent observée et qui implique des comparaisons entre deux ou plusieurs pays comme passage presque obligé du journaliste pour étayer des visions européennes ;
- L'Union européenne imparfaite fait référence à l'euro-pessimisme, à l'euro-scepticisme, aux critiques.

L'appropriation peaufine, renforce, précise le thème. Nous la considérons comme une prise de position du journaliste. Un article qui a un thème économique peut contenir des appropriations économiques, mais aussi politiques (quand le journaliste traite le sujet d'économie par ses enjeux politiques, par exemple), diplomatiques (quand il est question de discussions entre l'Union européenne et des pays extérieurs, par exemple), etc. Car les appropriations ne sont pas exclusives (un article peut en contenir plusieurs ou aucune). L'objectif de l'analyse n'est pas de quantifier cette variable de notre projet, mais d'observer sa présence dans le discours journalistique. Nous avons tout de même réalisé des comptages des appropriations des événements principaux lors des vagues 2015 et 2016, afin d'avoir des images générales de leur traitement médiatique. Ces données sont utilisées en fonction des besoins d'analyse des chercheurs, dans cet ouvrage ou ailleurs.

Pour résumer, pour les plus de 10 000 articles de notre base de données, nous avons collecté les informations suivantes :

Date, journal, sujet en anglais ou français

Thème

Appropriations

Genre journalistique

Lien web pour les articles publiés pendant la période de référence

L'analyse du discours journalistique sur l'Europe nous fait passer en revue les nouvelles pratiques journalistiques de mise en récit, les courts-circuits et les généralisations discursives, les *a priori* et les inférences qui opèrent au niveau du sens commun et au niveau savant. Le journaliste est un passeur de ces

procédés de structuration des contenus, mais aussi un stratège de la représentation, puisque détenant les clefs de l'accès aux sources de l'information et de sa mise en discours, ce qui implique son instrumentalisation, son enjolivement ou son détournement.

Rechercher l'Europe dans les sites web des médias d'information place le chercheur dans une démarche heuristique mitigée, car ni tout à fait ancrée dans les pratiques journalistiques classiques, ni complètement imprégnée par la technologie des réseaux sociaux. Trouver le moyen idéal d'analyse est difficile. Trouver le commun accord d'une équipe pluridisciplinaire et multinationale sur les méthodes et les analyses l'est encore plus. Nous avons présenté ici notre expérience dans ce domaine, qui a entraîné une réflexion épistémologique potentiellement source de futures investigations des appropriations journalistiques, voire des appropriations discursives en général.