



**HAL**  
open science

# Médiatisation de l'Europe et espace public européen : Étude de la réception médiatique du média paneuropéen Euronews

Meriem Hachimi

## ► To cite this version:

Meriem Hachimi. Médiatisation de l'Europe et espace public européen : Étude de la réception médiatique du média paneuropéen Euronews. *Communication & Organisation*, 2020, pp.105 - 119. 10.4000/communicationorganisation.8882 . hal-03542472

**HAL Id: hal-03542472**

**<https://hal.science/hal-03542472v1>**

Submitted on 25 Jan 2022

**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.

## MÉDIATISATION DE L'EUROPE ET ESPACE PUBLIC EUROPÉEN : ÉTUDE DE LA RÉCEPTION MÉDIATIQUE DU MÉDIA PANEUROPEËN EURONEWS

[Meriem Hachimi](#)

Presses universitaires de Bordeaux | « [Communication & Organisation](#) »

2020/1 n° 57 | pages 105 à 119

ISSN 1168-5549

DOI 10.4000/communicationorganisation.8882

Article disponible en ligne à l'adresse :

-----  
<https://www.cairn.info/revue-communication-et-organisation-2020-1-page-105.htm>  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour Presses universitaires de Bordeaux.

© Presses universitaires de Bordeaux. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

## Médiatisation de l'Europe et espace public européen : Étude de la réception médiatique du média paneuropéen Euronews

*Media coverage of Europe and european public sphere: a media reception study of the Pan-European news channel Euronews*

**Meriem Hachimi**

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/8882>

DOI : [10.4000/communicationorganisation.8882](https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.8882)

ISSN : 1775-3546

### Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

### Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2020

Pagination : 105-119

ISSN : 1168-5549

Distribution électronique Cairn



CHERCHER, REPÉRER, AVANCER.

### Référence électronique

Meriem Hachimi, « Médiatisation de l'Europe et espace public européen : Étude de la réception médiatique du média paneuropéen Euronews », *Communication et organisation* [En ligne], 57 | 2020, mis en ligne le 02 janvier 2024, consulté le 24 juillet 2020. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/8882> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.8882>

---

# Médiatisation de l'Europe et espace public européen : Étude de la réception médiatique du média paneuropéen Euronews

Media coverage of Europe and european public sphere: a media reception study of the Pan-European news channel Euronews

*Meriem Hachimi*

**Résumé :** La recherche sur le rôle des médias dans la construction d'un espace public européen s'est très souvent cantonnée aux frontières nationales des États membres, négligeant la dimension de communication transnationale, à savoir celle véhiculée par les médias transnationaux. Nous choisissons pour cela d'étudier les aspects liés à la réception télévisuelle d'Euronews, chaîne d'information transnationale à perspective européenne, à partir de l'expression du citoyen/télespectateur dans l'espace public.

**Mots-clés :** espace public, Europe, sociologie des publics, chaîne d'information en continu, Euronews.

**Abstract:** Research upon the role of media in building a European public sphere is very often confined to national borders of the Member States, neglecting the dimension of transnational communication, namely that conveyed by transnational media. In this context, and in order to validate or invalidate this statement, we chose to study the reception of Euronews, a transnational information channel with a European perspective which is based on citizen's / viewer's expression in the public sphere.

**Keywords:** public sphere, Europe, sociology of publics, news channel, Euronews.

L'émergence d'un espace public européen a été et demeure aujourd'hui à l'avant plan des débats sur le processus d'intégration européenne en sciences humaines et sociales. Les acteurs politiques européens se sont tournés de façon récurrente vers la télévision pour y puiser le ciment de la construction de l'identité européenne, manifestation d'un espace d'échanges et de débats. L'information de masse, et plus particulièrement l'information télévisée, jouant un rôle fondamental dans la construction des perceptions publiques (Gerstlé 2001), les autorités politiques et radio-télévisuelles européennes, conscientes de cet enjeu, n'ont cessé de redoubler d'efforts et de lancer divers projets expérimentaux de chaînes européennes, sans rencontrer de franc succès (Bourdon 2001). C'est ainsi qu'en 1993, dans un contexte de forte rivalité internationale, est lancée la chaîne d'information paneuropéenne Euronews avec comme volonté première de contrer les flux d'informations des chaînes anglo-saxonnes rivales. Euronews a aussi pour autre objectif de présenter l'information internationale d'un point de vue européen tout en mettant en avant l'actualité de l'UE<sup>1</sup>. Depuis le 21 février 2005, Euronews bénéficie d'une subvention annuelle d'un montant de 5 millions d'euros<sup>2</sup> octroyée par la Commission européenne et renouvelable pendant 5 ans lui permettant de remplir une « mission d'information européenne ». Celle-ci rentre dans le cadre de ce que la Commission désigne de *Mission d'information* qui « propose qu'une mission de service public européen puisse être confiée à un ou plusieurs opérateurs audiovisuels de pays membres de l'Union européenne (...) par les institutions de l'Union afin de promouvoir la production de fiction, de documentaires et de divertissements sur des thématiques européennes ».

## Problématique

Dans le cadre d'une thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication (Hachimi 2017), nous nous sommes interrogée à la fois sur le rôle individuel du citoyen dans la construction d'un espace public européen et aussi sur la position d'un média transnational dans l'enrichissement ou l'affaiblissement de l'espace public européen. Pour cela, nous avons choisi d'étudier les aspects liés à la réception télévisuelle d'Euronews, chaîne d'information transnationale à perspective européenne, à partir de l'expression du citoyen/télespectateur dans l'espace public. Nous nous sommes placée du point de vue du public et de la parole exprimée dans la sphère publique en réaction à l'actualité européenne et en interaction avec un média transnational. Nous nous sommes positionnée en aval de la consommation des produits médiatiques par les « individus-spectateurs » lorsqu'ils font « acte de

---

1- Aujourd'hui, la chaîne ne se présente plus « officiellement » comme « chaîne européenne d'information continue » mais plutôt comme « chaîne internationale d'information » couvrant l'actualité « mondiale avec objectivité et intégrité » et « détachée de tout opinion politique ».

2- Le financement octroyé par l'UE à la chaîne s'est élevé à 122 millions d'euros pour la période entre 2014 et 2018.

publicité » (Ségur 2004). Nous souhaitons ainsi explorer la construction sociale qui se forme dans un des multiples espaces publics européens partiels à dimension discursive réunissant les acteurs alimentant le débat sur les questions européennes qui les intéressent et qui participent ainsi au processus de construction européenne.

Notre recherche ne se donne pas pour objectif de trancher si oui ou non un espace public européen unique, « central, large et populaire » existe – nous en doutons fort – mais plutôt de s'interroger sur la construction sociale qui se forme au niveau des espaces publics européens partiels à dimension discursive. Ces sphères réunissent les acteurs qui alimentent le débat sur les questions européennes qui les intéressent et participent ainsi au processus de construction européenne.

## Cadre théorique

Le concept d'espace public émerge dans le cadre de l'État-Nation et devient indissociable de l'étude de l'idéal démocratique. Dès les années 1950, un débat autour des prémisses d'un espace public dans le cadre de la construction européenne est initié petit à petit. Il prendra de l'ampleur dans les années 1980-1990, particulièrement dans les rangs des chercheurs des sciences de l'information et de la communication qui s'intéressent à la production d'une information européenne et à sa présence dans les médias nationaux.

Jürgen Habermas considère les médias comme la principale représentation publique de l'espace public européen, du moins, de l'ensemble des quelques éléments symboliques qui le représentent (Habermas 1992). Tant au niveau national qu'au niveau supra-national, le flux de communication entre l'Europe institutionnelle et politique et le public, à savoir ses citoyens, dépend pour beaucoup des médias de masse.

À l'échelle de l'Union Européenne, l'usage du concept d'espace public présente quelques ambiguïtés compte tenu de la nature de la construction européenne, elle-même problématique. Le concept « d'espace public européen » pose encore le problème de sa valorisation par des instances institutionnelles et politiques pour servir leurs propres intérêts. Comme l'explique Éric Dacheux, « même si l'espace public européen n'est pas une réalité empirique, c'est un concept qui produit des effets de réalité puissants dans la mesure où des chercheurs tentent de cerner ses conditions d'effectivité, tandis que des acteurs politiques cherchent à le faire advenir » (Dacheux 2004).

Qu'en est-il alors de la notion l'identité européenne ? Plusieurs auteurs posent le constat de l'inexistence d'une identité européenne collective (Maigret, Monnoyer-Smith, Dacheux). Arnaud Mercier (2003) propose de commencer par poser une

définition de l'identité collective avant de développer une réflexion sur celle-ci dans un cadre européen :

On parle d'identité collective pour désigner un sentiment d'appartenance communément partagé et persistant et une identification à un groupe et à ses valeurs dominantes. [...] Au contraire des identités sociales, l'identité collective est définie par une dimension d'orientation vers l'action, l'action commune créant un sentiment de communauté. [...] Et c'est sur la base d'identités collectives émergentes que de nouveaux intérêts sont formulés, que des griefs sont politisés et des soutiens de masse mobilisés.

À travers cette définition, Mercier pose les contours de ce que représente une identité collective en la définissant par l'action, l'homogénéité et le sentiment d'appartenance qu'elle suscite. Mais le problème de l'identité européenne est d'ores et déjà posé dans ces lignes en l'absence d'un sentiment d'appartenance communément partagé par les « peuples » d'Europe. Les pères fondateurs de l'Union européenne ont longtemps pensé que de l'Europe économique et politique allait découler des éléments communs permettant aux citoyens des États-membre de s'identifier. Mais cela était sans compter sur l'élargissement de l'Europe qui rend petit à petit désuètes toute tentative de mettre en avant un héritage culturel et religieux commun.

Mercier suggère cependant de considérer l'idéal-type d'une « identité collective universaliste » qui défend l'argument des valeurs universelles sur lesquelles s'est construite l'Europe depuis des décennies, notamment de paix et de démocratie, et qui correspond à la réalité historique de l'Union et au système de valeurs communes mis en avant par les Directions européennes à travers leurs politiques de promotion culturelle et de création de médias européens.

## Méthodologie

Notre choix du corpus d'analyse s'est donc porté sur les actes communicationnels des téléspectateurs d'Euronews publiés sur le site internet de cette chaîne. Nous avons étudié les actes communicationnels et les interactions entre les téléspectateurs tenus dans la rubrique forum du site web de la chaîne Euronews et postés entre 2011 et 2015. Dans cette rubrique du site internet intitulée « Vos réactions » pour la version française et « Feedback » pour la version anglaise, la chaîne offre aux téléspectateurs un forum de discussion et un espace d'expression public dans lequel ils peuvent faire part à la chaîne et aux autres téléspectateurs de leurs réactions, suggestions, commentaires ou autres manifestations pour lancer et alimenter le débat public. Euronews le décrit comme le lieu « idéal » pour réagir à « Tout ce qui vous a intéressé, amusé, intrigué, touché, révolté ». La modération du forum est assurée par le chef de section de chaque langue qui se charge, avant publication, de filtrer les messages parvenus en privé à la rédaction, dans le respect de la charte d'utilisation.

Afin de mener à bien notre analyse, nous nous sommes placée dans une perspective de recherche qualitative compréhensive dont l'objectif premier est de comprendre le rapport entre le public actant et un média transnational et par la suite de l'action de publicisation qu'il manifeste dans la sphère publique. Pour cela, nous avons fait le choix de combiner netnographie (Bernard, 2004), analyse de contenu (Wanlin 2007) et observation participante à travers une immersion dans le service News de la chaîne.

Nous proposons de présenter nos résultats et leur interprétation en trois temps : tout d'abord en catégorisant les actes communicationnels des téléspectateurs selon les répertoires des lecteurs tels qu'élaborés par Guillaume Soulez, puis, dans un deuxième temps, en discutant du rapport qui se crée entre un média paneuropéen et son public, et enfin, en menant une analyse de ce que révèle la prise de parole du public, en l'occurrence ici du téléspectateur, et comment cette parole devient une sorte de réappropriation de l'espace public.

## Répertoires de réactivité, réflexivité et construction de soi

L'analyse des actes communicationnels des téléspectateurs de la chaîne Euronews sur son forum en ligne s'apparente aux analyses de courriers des téléspectateurs effectuées par plusieurs auteurs en sciences humaines et sociales et qui ont saisi l'étude du public à partir des pratiques socioculturelles. Nous avons nous-même choisi, par un mouvement d'appropriation par les SIC de l'étude des publics médiatiques, d'adopter une approche performative du public et qui se base sur l'apport de l'analyse de contenu et de l'analyse des modalités grammaticales. Nous avons pour cela adopté la même posture que Guillaume Soulez dans son étude de la réception des courriers de lecteurs de l'hebdomadaire *Télérama* en convoquant le concept d'auditoire, définit par l'auteur comme « collectif ponctuel construit par les téléspectateurs en réponse à un collectif visé par un programme donné » (Soulez 2004 : 116).

Notre choix pour ce concept est motivé par deux aspects avancés par Soulez et qui concordent avec notre corpus :

- le concept permet d'étudier un type de publics « ponctuels » bien défini qui est celui des téléspectateurs qui « manifestent leur réception » ;
- la manifestation en question formulée par le téléspectateur est spontanée et ne requiert aucune provocation de la part du chercheur qui l'analyse ;
- le concept permet de toucher du doigt un niveau du processus de la réception qui est la « réactivité » du public en question et qui correspond à l'exposition du téléspectateur au programme.



Pour l'étude de ces actes communicationnels, Soulez a établi une typologie des répertoires des lecteurs - le militant, l'usager, la victime et le spécialiste - sur laquelle nous nous basons pour construire notre propre interprétation.

Dans une démarche constructiviste, nous avons formulé le choix de nous intéresser aux interactions « provoquées » par la réception comme « domaine complexe, contradictoire, multidimensionnel, de la vie quotidienne » (Ang 1985 : 79).

La réflexivité explicite de notre auditoire se manifeste dans notre corpus<sup>3</sup> à plusieurs reprises. L'utilisation des pronoms « je », « on » ou « nous » traduit une forme de réflexivité à travers la formulation d'une réaction pour créer le collectif grâce au recours à trois figures différentes toutes utilisées pour rendre compte d'une valeur universelle commune :

- une figure impersonnelle avec l'utilisation du « on » : « Pourrait-on savoir pourquoi votre journaliste ne lui a pas posé cette (double) question, pourtant cruciale ? (18/09/2011) » ;
- une figure très personnalisée avec l'utilisation du « je » pour marquer une réaction en s'érigeant soi-même contre le média : « **Je** me permet de commenter sur quelques aspects qui, de part leurs qualités, changent la donne de cette Excellente Chaîne. (28/02/2012) » ou encore « **Je** tiens à apporter une petite rectification linguistique apparue dans votre texte concernant le genre du roi d'Espagne qui est entendu ce jour à Majorque. (25/02/2012) » ;
- une figure personnalisée avec l'utilisation du « nous » au nom du collectif qui englobe le « je » et peut interpeller les autres téléspectateurs et s'exprimer à leur place : « Fidèles téléspectateurs d'Euronews, **nous** sommes de plus en plus déçus de voir les nouvelles provenant du Kurdistan incomplètes et subjectives. (18/03/2012) » ; ou encore ici « La couverture de la guerre en Libye par des journalistes avec des interviews et des comptes rendu en arabe **nous** renvoient aux chaînes d'informations arabes et **nous** fait douter de la vision Européenne du conflit par Euronews. (02/09/2011) ».

## Le téléspectateur usager

Le répertoire de l'usager est décrit par Soulez comme celui du téléspectateur « amateur » de programme et qui, à travers sa réaction, fait part de son expérience de réception télévisuelle face à un dispositif technologique.

---

3- Les actes communicationnels des téléspectateurs de la chaîne cités tout au long du présent article ont été reproduits tels quels sans aucune correction de notre part.

Ce type de téléspectateur va s'exprimer non sur le contenu des programmes de la chaîne mais pour faire remonter une plainte relative à un désagrément technique qui vient troubler son expérience de réception. Dans le commentaire ci-dessous, un téléspectateur exprime son mécontentement à cause d'un problème de réception de la chaîne :

Bonjour, depuis plusieurs jours, il m'est impossible de comprendre vos commentaires en français car 2 ou 3 langages viennent se superposer empêchant toute compréhension. De plus la réception de l'image est très souvent perturbée (arrêt et ou interruptions momentanées). Il s'agit ici de la réception en Belgique et principalement en Brabant Wallon. Merci de bien vouloir améliorer et surtout de supprimer ces inconvénients majeurs. Pouvez-vous me tenir au courant svp ? Sincères salutations. Michel Gillissen. (27/10/2012)

Le téléspectateur usager considère alors le texte télévisuel comme « un spectacle à distance » qu'un incident technique vient à perturber et lui gâcher alors son plaisir de réception.

## Le téléspectateur militant

Le téléspectateur militant considère la télévision comme l'étendard d'une cause et d'un message qu'elle doit porter. En commentant l'actualité, il s'inscrit dans une forme d'engagement exprimée sur la place publique. Une forme de protestation personnelle qui, une fois publiée, peut trouver écho auprès de l'auditoire universel et faire porter sa voix au-delà du message. Le téléspectateur militant s'adresse aussi à la chaîne en espérant avoir un impact sur les messages qu'elle relaye en tant qu'instance de médiation. Nous limitons ce répertoire au téléspectateur en tant qu'individu isolé n'appartenant pas à une structure associative, par exemple. Les prises de positions citoyennes une fois publicisées se transforment alors en actions pour le bien public.

La pub vous fait vivre (un peu mieux certes) mais me forcer à regarder la pub avant la vidéo c'est d'un abus dont il est question, un ABUS de FAIBLESSE. Les tenants du Pouvoir en France ont toujours su être en avant garde quand il s'agit d'exploiter son prochain. Une pétition en bonne et due forme pourrait vous mener devant l'arbitrage des Juges de la République. Consultez les réactions des internautes, vous verrez que la vague d'indignation monte, de nous les internautes qui paient déjà le forfait assez cher. Jusqu'à présent Euronews était ma page d'accueil et si rien ne change ce ne sera plus le cas. Faut-il boycotter la lecture des vidéos ? En tout cas, c'est ce que je vais faire jusqu'à ce que on nous laisse au moins le choix ; accepter ou pas de voir la pub. C'est fini l'époque du consommateur demeuré. (15/01/2013)

## Le téléspectateur victime

Dans ce répertoire, le téléspectateur se place comme victime face au pouvoir de la télévision et à l'hégémonie des médias à qui il reproche de ne pas peser l'impact d'une image ou d'un message auprès du public. Comme le décrit Soulez (2004), pour

ce répertoire de téléspectateur, « la télévision représente une machine dangereuse et contient une menace sociale ».

Bonsoir, je voulais juste faire un commentaire sur vos « Pubs ». Je suis absolument choqué par la manière avec laquelle vous présentez les images de la Libye, mais également, des maladies ou des famines dans différents pays [...].

Je comprends que vous menez une guerre à l'audimat, je veux bien comprendre que le métier de journalisme n'est plus vraiment ce qu'il était, et que maintenant, parler de quelque chose sans que cela ne soit sensationnel est formellement interdit, ou que trop parler de sujets "sensibles" pour les "amis" de la télévision peut aboutir à une mise à pied. Car, honnêtement, les informations sont impartiales, je suis désormais obligé d'acheter régulièrement des journaux peu/pas encore atteint par les Grandes Boîtes pour avoir une information correcte, vue de chaque partie, et avec de vrais débats sans un imbécile de présentateur à l'anglaise qui se croit dans un Talk-Show.... Mais bon Dieu, cessez de présenter les images de ces pauvres gens comme si c'était un film, « Burning Libya » ou je ne sais quoi. Voir ça, ça me choque. Je ne comprends pas comment une chaîne soit disant sérieuse peut faire de la bien-pensance en plaignant les gens qui vivent dans la misère ou qui sont victimes d'une guerre... Et les montrer avec une musique chouette digne d'un film d'action ou l'on s'attend à voir Daniel Craig apparaître et dégainer de son holster un Desert Eagle. (14/09/2011)

Ce message témoigne, face à la violence et à la crudité des images de guerre, de sa déception et son incompréhension de devoir subir une telle cruauté de la part de la chaîne. Il en interpelle d'ailleurs les journalistes qu'il condamne ouvertement, leur reprochant leur négligence quant à leur devoir de protection du téléspectateur.

## Le téléspectateur expert

Ce dernier répertoire représente le téléspectateur en tant que spécialiste qui dépasse le savoir-faire professionnel des « systèmes d'experts » dont les médias et les journalistes avaient le monopole. Ce téléspectateur est la preuve qu'il y a une rupture dans la relation de confiance ou de foi absolue envers les systèmes experts que représentaient jusque-là les médias. Il n'hésite pas à traquer les erreurs de toutes sortes, factuelles ou de forme, pour démontrer son propre savoir et décrédibiliser la chaîne. Le téléspectateur expert prend le temps d'argumenter son message qui suit un raisonnement, d'utiliser un vocabulaire riche, parfois soutenu et de l'étayer de références multiples comme un étalage de son savoir face aux journalistes. C'est ce que l'on constate en lisant les deux commentaires ci-dessous :

Je souhaite attirer votre attention sur le fait que dans la plupart de vos articles au sujet de la crise libyenne, vous parlez des attaques de « l'Occident ». L'utilisation de ce terme me dérange dans la mesure où tous les États qui se réclament de l'Occident ne font pas partie ni de la coalition qui bombarde l'Irak, ni de l'OTAN. Il serait plus concret de parler d'attaques de l'OTAN, de la coalition menée par les EUA et la France. Le terme « Occident » ne reflète pas bien la réalité de la position de tous les États et donne à croire que nous assistons à une croisade de tout l'Occident contre les sociétés du Moyen-Orient. J'insiste sur ce point parce

que l'excès de ces généralisations huntingtoniennes pourraient avoir des effets néfastes, aux conséquences inconnues pour le dialogue de nos cultures. (18/04/2011)

Bonjour, je voulais vous signaler une erreur concernant l'Obit que vous avez consacré à HORST FAAS, photographe mythique d'AP, ce vendredi matin. Ce n'est pas lui qui a fait la fameuse photo de la fille napalmée sur la route 1 près de Trang Bang en 72. C'est le photographe NICK UT. C'était le photographe qui avait couvert la guerre le plus longtemps, de 1962 à 1974, comme chef de la photo pour l'agence américaine en Asie du Sud-Est. Il y avait d'ailleurs été grièvement blessé en 1967. Horst Faas avait été distingué par un premier Pulitzer en 1965, pour sa couverture photo de cette guerre. C'est lui qui avait pris la décision de passer sur le fil d'AP en juin 1972 la fameuse photo d'une petite Vietnamiennne grièvement brûlée, courant nue sur une route pour fuir une attaque au napalm. La photo de Huynh Cong Ut (Nick Ut), également récompensée par un Pulitzer, a fait le tour du monde. Certains collègues de Faas avaient estimé qu'elle ne devait pas passer sur les fils de l'agence, car l'enfant était nue. Merci, Ferit Düzyol – Sipa Press, Paris (21/05/2012)

Cependant, nous avons noté que dans notre corpus, ce genre de critique émanant du téléspectateur expert ne présente que rarement une critique virulente. Elle prend même parfois un ton bienveillant, le téléspectateur souhaitant avant tout que la chaîne conserve de son « sérieux » et de son « irréprochabilité ». C'est d'ailleurs ce qu'illustre très bien le message ci-dessous :

Bonjour à toute l'équipe d'Euronews !

Je tenais à exprimer ma surprise quand j'ai entendu sur Euronews, chaîne de tout premier ordre au niveau de l'information internationale, un commentaire qualifiant le Kazakhstan de « petit pays d'Asie centrale » ... lors d'un sujet sur la réélection programmée du président Nazarbaev. J'ai été étonné de cette erreur de niveau « CNN » ... Je resterai néanmoins fidèle à votre flux, et vous félicite pour le travail accompli chaque jour, et vous souhaite à tous beaucoup de courage et vous dit encore un grand merci. (04/04/2011)

En somme, l'analyse des réactions attestées des répertoires des téléspectateurs présente l'auditoire comme collectif à un moment précis de la réception. À travers les arguments avancés et le ton adopté, la forme textuelle de ces réactions publicisées devient révélatrice de sens et de la représentation construite du média. Ces réactions témoignent par ailleurs de l'universalité de la réception télévisuelle dans toute son authenticité sans que l'on ait à la provoquer.

## **Le rapport entre un média pan-européen et son public**

### **Un média fédérateur autour des enjeux européens**

Globalement, les téléspectateurs de la chaîne expriment un désir de parler de l'Europe et de son actualité dans la sphère privée et publique et font part de leur satisfaction quant à la fréquence et l'objectivité du traitement de cette actualité

par Euronews, ce qui leur permet de comprendre les enjeux de l'Union. Et si leurs habitudes de consommation de la chaîne démontrent qu'elle est considérée comme une source d'information complémentaire et non exclusive, elle demeure néanmoins la source vers laquelle ils se tournent pour retrouver un point de vue de l'actualité « différent » de ce qu'offrent les autres chaînes (CNN est souvent citée dans les messages et incriminée en raison de son traitement pro-américain), particulièrement pour s'informer sur l'Europe.

Comme vous le suggérez, les prochaines élections européennes n'ont jamais été aussi importantes – puisqu'enfin, le Parlement va élire le président de la Commission –, mais l'Europe n'a jamais été aussi fragmentée – puisque les partis euro-sceptiques, voire anti-européens font faire des scores importants. Au vu de ce que je vois en France, cela n'est guère étonnant : l'actualité nationale monopolise les préoccupations des médias et l'Europe est décrite de façon purement négative – ses échecs sont soulignés (voir l'Ukraine) et ses réalisations passées sous silence ou présentées sous un jour défavorable (voir la présentation très nationaliste faite sur le prochain traité Nafta). Les téléspectateurs qui suivent euronews ne peuvent avoir cette vision, car ils ont accès à une chaîne qui les informe sur tout et sans le prisme national. On voit là toute la responsabilité des médias, notamment audiovisuels. Ne pouvez-vous prendre des initiatives auprès de médias nationaux pour obtenir, par exemple, des partenariats ou des spéciales qui vous permettraient de vous adresser à tous les Européens et non à ceux qui vous regardent ? L'Europe en serait, j'en suis convaincu, renforcé. (27/04/2014)

Certains téléspectateurs déplorent que l'actualité européenne n'occupe les bulletins d'information nationaux que quand il s'agit de scandales ou autres crises alors qu'ils souhaiteraient que l'on traite de l'Europe dans d'autres contextes et en dehors des obligations de l'*agenda-setting* (Charron 1995), exprimant ainsi leur déception quant à la faible fréquence de traitement de l'information européenne par les chaînes nationales, traitement qui par ailleurs leur renvoie une image négative de l'Europe (Hachimi 2017).

## Une appréciation positive de la chaîne malgré un contexte hostile aux médias

Une méfiance envers les médias traditionnels et leur traitement de l'actualité (européenne ou généraliste) est exprimée à maintes reprises. Il faut d'ailleurs voir dans cette prise de parole critique un phénomène de prise de conscience de la part des téléspectateurs à propos de leur rapport conflictuel avec les médias. Euronews semble cependant être moins touchée par cette vague d'hostilité envers les médias traditionnels. Une hostilité que certains auteurs expliquent par la peur ancrée à l'égard des médias soupçonnés de manipulation et de connivence à la solde des pouvoirs politiques (Revelli 2008).

*Dear euronews personnel, First i would like to say that i like very much the idea of an european multilingual high quality news channel. I think this can give a great contribution to build our future united Europe in peace. I would like to emphasize also, that i admire very much the PURISTIC STYLE of euronews. (13/08/2011)*

En témoignent les multiples messages de remerciement adressés à la chaîne paneuropéenne et dans lesquels les téléspectateurs expriment ouvertement leur méfiance envers les autres chaînes tandis qu'Euronews trouve « grâce » à leurs yeux compte tenu de son « ouverture européenne et mondiale » et au « sérieux » de son travail journalistique.

## **La prise de parole du public : entre parole critique et parole citoyenne**

### **Réagir à l'actualité européenne**

Le déficit de légitimité de l'Union européenne, qui revient à chaque débat sur l'existence d'un espace public européen et de la construction d'une identité européenne collective, est à modérer au vu des débats et des échanges discursifs que l'actualité européenne suscite chez les téléspectateurs que nous avons étudiés, comme nous l'avons constaté tout au long de notre analyse.

La compréhension de ce que représente le sentiment d'appartenance européen passe indéniablement par la considération du facteur identitaire (Belot 2010) qui est déterminant dans la formation des attitudes à l'égard de l'UE et éventuellement au soutien des citoyens au processus d'intégration européenne. C'est ainsi que l'observation de la prise de parole du public autour de l'actualité diffusée par Euronews nous paraît révélatrice d'une forme de réflexion critique individuelle qui se publicise grâce à une instance médiatique.

Les réactions communicationnelles que nous avons étudiées représentent à notre sens une matérialisation du débat civique par l'acte d'écriture et de sa publicisation. Les téléspectateurs, en construisant leur propre sens au moment de la réception, démontrent à travers la construction analytique de l'actualité leur capacité à s'engager dans la sphère publique et renouveler le débat public.

Cette prise de parole se décline sous diverses formes selon les modalités employées par les énonciateurs du message et révèle un besoin de relayer leurs prises de position ou leurs opinions dans l'arène publique.

## Le téléspectateur entre parole critique et parole citoyenne

La prise de parole des téléspectateurs dans notre recherche est partagée entre une parole critique et une parole citoyenne (Farge 1992), voire souvent une combinaison des deux. Une parole critique qui peut aussi exprimer une revendication et se transformer en parole citoyenne qui traduit un engagement. Nous avons à ce propos noté le recours à des valeurs souvent universalistes au nom desquelles l'énonciateur prend position et en fait part dans la sphère publique, à savoir les valeurs de paix et de démocratie qui représentent un rapport de co-occurrence entre les univers « Europe » et « Paix » que nous avons relevé dans notre analyse qualitative.

L'acte communicationnel du téléspectateur devient une forme d'engagement au service du collectif et laisse place à l'émergence du téléspectateur/citoyen. Comme le développe Aubert, « Donner son opinion sur l'agora publique que sont aujourd'hui les médias c'est donc non seulement aider à faire connaître des événements, mais c'est aussi faire acte de civisme » (Aubert 2006 : 409). Un civisme dont le téléspectateur fait acte comme citoyen ayant conscience d'avoir des devoirs envers le collectif auquel il appartient et traduit par là une forme d'engagement politique de l'énonciateur critique. Un engagement que Dayan nomme « d'engagement collectif à domicile » (Dayan 2000).

## En conclusion

Le désir de parler de l'Europe et de son actualité dans la sphère privée et publique ressort au fil de notre analyse et nous dévoile le rapport entre la chaîne et son auditoire. Il s'accompagne aussi de l'expression d'un sentiment de satisfaction de la part des téléspectateurs qui trouvent une source d'information qui restaure leur confiance dans les instances médiatiques grâce à l'objectivité du traitement de l'actualité par Euronews. Une satisfaction plus accentuée chez ceux qui suivent la chaîne parce qu'elle traite justement de l'actualité à partir d'une perspective européenne, ce qui leur permet de comprendre les enjeux de l'Union. L'expression publique des répertoires des téléspectateurs (usager, victime, militant ou expert) dévoile comment l'auditoire devient un collectif à un moment précis du processus de réception. À travers les arguments avancés et le ton adopté, la forme textuelle de ces réactions publicisées devient révélatrice de sens et de la représentation construite du média. Ces réactions témoignent par ailleurs de l'universalité de la réception télévisuelle dans toute son authenticité sans que l'on ait à la provoquer. Le récepteur/téléspectateur textualise la télévision à travers sa subjectivité<sup>4</sup>. Il produit son propre sens dans un mode de lecteur

---

4- Nous faisons référence ici à la « démocratie sémiotique » élaborée par Fiske.

négocié et participe à sa circulation et à son partage à travers un processus discursif. Ainsi, l'acte d'écrire devient une prise de parole publique qui nous révèle que le téléspectateur/citoyen se pose lui-même comme relais de l'opinion et se réapproprie par là l'espace public. En réagissant à l'actualité européenne à travers des échanges discursifs et la publicisation de sa parole critique ou citoyenne, le public devient le garant de l'enrichissement de la sphère publique européenne.

En somme, nous pouvons affirmer qu'Euronews, en tant que média d'information, joue le rôle de stimulateur de la parole critique doublé d'un rôle de médiateurs des questions d'actualité qui interpellent la société civile. L'acte d'écrire à un média en particulier soit en interpellant ce média ou sous une autre forme, en exprimant son opinion sur une actualité précise, est une forme de participation à la sphère publique. Le média devient un espace de communication dans lequel s'exercent différentes formes de participation et de délibération dans une perspective démocratique (Le Torrec et Garcia 2004). Car si la délibération politique représente l'expression du débat politique avec une finalité précise, elle n'est en rien spontanée comme la prise de parole étudiée dans le présent article. Il nous paraît alors indéniable que la catégorie de téléspectateurs d'Euronews sur laquelle nous nous sommes penchée s'inscrit dans la vie politique et sociale de l'Union, certains se revendiquant « Européen » tandis que d'autres associent appartenance nationale et appartenance à l'Europe en s'auto-désignant, par exemple, de « Français-Européen ». Mais tous s'érigent en collectif appartenant à une communauté de public et, au vu du thème central de leur expression publique, à une communauté de destin. La parole devient alors, comme la conçoit Arendt, le lien entre les individus entre eux dans un espace qui peut être situé n'importe où et à n'importe quelle époque (Ehrwein Nihan 2011). L'espace public selon la définition d'Arendt est la condition inhérente de l'existence de l'humanité à travers l'échange de parole (Arendt 1983).

C'est dans ce sillage que s'est située notre étude de la parole du public de la chaîne Euronews : un ensemble d'individus rassemblés dans un espace (le site web de la chaîne) afin de débattre du monde, de leur vision de l'actualité, prendre la parole et échanger avec l'autre « librement ». Librement car la liberté réside justement dans l'usage public et universel de notre esprit critique en tant qu'êtres dotés de raison selon le principe de Publicité. Grâce au débat et à la conversation, l'homme sort de l'état de « minorité » et accède à la « majorité » en étant affranchi de la domination d'autrui. En faisant un usage public de leur raison par la parole et le dialogue, les citoyens/téléspectateurs participent à la formation de l'opinion publique et alimentent le débat collectif à travers la circulation des idées. Il faut par ailleurs souligner le rôle des TIC et le potentiel participatif d'Internet dans la dynamisation du processus démocratique en réinventant le débat démocratique « classique » grâce à l'ouverture de nouveaux espaces communicatifs et à la multiplication des espaces de débats qu'il permet, comme c'était le cas dans l'espace forum de la chaîne.



## Perspectives

Compte tenu des changements organisationnels qui se sont opérés ces dernières années au sein de la chaîne paneuropéenne (un actionnariat majoritaire étranger qui dilue la part des actionnaires publics historiques), il est légitime de s'interroger sur l'avenir de la chaîne et la pérennité de son modèle de chaîne d'information en continu à perspective européenne, malgré les propos d'apaisement de la direction d'Euronews qui ne cesse d'affirmer que les changements d'actionnaires n'affectent en rien l'identité européenne de la chaîne.

Un changement qui induit sans conteste un bouleversement dans le mode de production de l'information qui a toujours été en vigueur en son sein et a par là un impact direct sur l'exercice du travail journalistique et du traitement de l'information. Nous pensons notamment à la sélection des sujets d'actualité, aux nouvelles logiques économiques qui vont la régir ou encore à l'accélération du rythme de production de l'information (et des contraintes journalistiques qui en découlent), un rythme qui est amplifié quand le contenu est destiné aux éditions en ligne.

C'est donc une transition qu'il sera intéressant d'observer au fil de l'évolution éditoriale de la chaîne dans les années à venir pour analyser la réception d'Euronews par son auditoire historique. Rappelons cependant que depuis 2016, la rubrique en ligne « Vos réactions » a été supprimée par Euronews, faisant ainsi disparaître un espace d'expression publique de valeur pour nous en notre qualité de chercheur.

## Bibliographie

- ANG Ien, 1985, *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Londres, Routledge, 148 p.
- ARENDT Hannah, 2002, *Condition de l'homme moderne*, Paris, Calmann-Lévy, 416 p.
- AUBERT Aurélie, 2017, *Quand le téléspectateur réagit à l'actualité internationale : de la prise de parole critique à la revendication citoyenne. Étude et analyse des messages reçus par le médiateur de france 2 en 2001 et 2002*, thèse, Université Paris 3, 480 p.
- BELOT Céline, 2010, « Le tournant identitaire des études consacrées aux attitudes à l'égard de l'Europe. Genèse, apports, limites », *Politique européenne*, 30, 17-44.
- BERNARD Yohan, 2004, « La netnographie : une nouvelle méthode qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation », *Décisions marketing*, 36, 49-62.
- BOURDON Jérôme, 2001, « Une communauté inimaginable : l'Europe et ses politiques de l'image », *Mots*, 67, 150-167.
- CHARRON Jean, 1995, « Les médias et les sources. Les limites de l'agenda-setting », *Hermès*, 17-18, 73-92.

- DACHEUX Eric, 2004, *L'Europe qui se construit. Réflexions sur l'espace public européen*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, 17-18.
- DAYAN Daniel, 2000, « Télévision : le presque-public », *Réseaux*, 100, 427-456.
- EHRWEI NIHAN Céline, 2011, *Hannah Arendt : une pensée de la crise : La politique aux prises avec la morale et la religion*, Genève, Éditions Labor et Fides, 395 p.
- FARGE Arlette, 1992, *Dire et mal dire. L'opinion publique au XVIII<sup>e</sup> siècle*, Paris, Le Seuil, 311 p.
- GERSTLE Jacques, 2001, *Les effets d'information en politique*, Paris, L'Harmattan, 382 p.
- HABERMAS Jürgen, 1992, « "L'espace public", 30 ans après », *Quaderni*, 18, 161-191.
- HACHIMI Meriem, 2017, *Information télévisée en continu et espace public européen. Analyse en réception de la chaîne paneuropéenne Euronews*, thèse, Université Côte d'Azur.
- LE TORREC Virginie, GARCIA Guillaume, 2004 « L'Union européenne saisie par l'information télévisée : Quelques éléments pour discuter de la contribution des médias à la reconnaissance de l'intégration européenne par le public », *Médiamorphoses*, 12, 50-55.
- MERCIER Arnaud, 2003, « Sur quels critères peut reposer une identité collective européenne ? », in *Vers un espace public européen ? Recherches sur l'Europe en construction*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, 117-138.
- ROCHEBLOINE François, 2006, « Rapport d'information sur l'organisation et le financement de l'audiovisuel extérieur », *Site de l'Assemblée Nationale*. Disponible sur <http://www.assemblee-nationale.fr/12/rap-info/i3589.asp>, consulté le 25 octobre 2019.
- REVELLI Carlo, 2008, « Le cas d'Agora Vox, le média citoyen. Une politique éditoriale et un comité rédactionnel inédits », *LEGICOM*, 1, 73-76.
- SEGUR Céline, 2004, « Daniel CEFAL, Dominique PASQUIER (dir.), Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques », *Questions de communication*, 6, 347-349.
- SOULEZ Guillaume, 2004, « "Nous sommes le public". Apports de la rhétorique à l'analyse des publics », *Réseaux*, 126, 113-141.
- WANLIN Philippe, 2007, « L'analyse de contenu comme méthode d'analyse qualitative d'entretiens : une comparaison entre les traitements manuels et l'utilisation de logiciels », *Recherche Qualitatives*, 3, 243-272.

## Biographie de l'auteur

**Meriem Hachimi** est docteure en sciences de l'information et de la communication et chercheuse associée au laboratoire SicLab.Méditerranée de l'Université Côte d'Azur. Elle travaille sur différentes problématiques en lien avec la communication institutionnelle ainsi qu'avec les dispositifs de communication médiatique, la sociologie des médias et la prise de parole citoyenne dans l'espace public.

