

Quel avenir pour le journalisme européen ?

Une perspective délicate en action

Michel Mathien

<https://doi.org/10.4000/communication.1775>

[Résumé](#) | [Index](#) | [Plan](#) | [Texte](#) | [Bibliographie](#) | [Notes](#) | [Citation](#)
| [Auteur](#)

Résumés

[Français](#)[English](#)[Español](#)

Le « journalisme européen » comme ambition dans la construction de l'Union européenne est un noble projet. Il ne saurait être dissocié des débats sur l'avenir et les mutations actuelles des professionnels de l'information. L'activité des journalistes s'inscrit dans des choix d'entreprises, eux-mêmes parties prenantes de logiques économiques plus ou moins dépendantes des marchés nationaux, ainsi que sur les politiques propres à chaque État-membre de l'Union européenne ou du Conseil de l'Europe. De même, pour les usages ou exploitations des cultures et des identités tels que portés dans leurs espaces de diffusion plus ou moins dominés par la symbolique de l'État-nation. Dans un environnement complexe, les journalistes sont loin d'agir dans une situation pure et parfaite pour assumer la médiation entre « leurs » publics de « citoyens » et les acteurs politiques et économiques. Le « journalisme européen » suppose de sortir des clichés et stéréotypes mutuels, donc d'avoir aussi une « multiperspectivité » des regards.

[Haut de page](#)

Entrées d'index

Mots-clés :

[audience](#), [entreprise médiatique](#), [Europe](#), [Conseil de l'Europe](#), [Union européenne](#), [journalisme européen](#), [journalisme national](#), [professionnalisation](#), [produit médiatique](#), [réalité économique](#)

Keywords :

[audience](#), [economical reality](#), [Europe](#), [European Union](#), [Council of Europe](#), [European journalism](#), [national journalism](#), [media](#)

entreprise, media management, media product, professionalization

Palabras claves :

audiencia, empresa mediática, Europa, Consejo de Europa, Unión Europea, periodismo europeo, periodismo nacional, profesionalización, producto mediático, realidad económica

Haut de page

Plan

L'Europe ? Une interrogation constante

La réalité d'une complexité « inter-nationale »

Une professionnalisation d'ouverture à l'international

La réalité : l'actualité nationale toujours en primeur

Des spécialistes ou des généralistes dans l'entreprise médiatique ?

Des pratiques « nationales » à prendre en compte

Le journalisme européen à inventer

La réalité économique

L'Europe comme « vigile » du pluralisme et de la différence !

Les journalistes face à la gestion des médias

Des « publics » ou des « consommateurs » des produits médiatiques ?

Un retour sur l'EUROPE : une perspective en œuvre

Haut de page

Texte intégral

PDF

Signaler ce document

1Une telle question posée *ex abrupto* ne saurait être examinée en soi. Elle est trop associée à l'avenir du journalisme professionnel en général et à l'évolution des pratiques liées aussi bien à l'économie des médias qu'à celle des technologies de l'information et de la communication (TIC) ou de la « société de l'information » !

2 Faire cette remarque préliminaire conduit à s'appuyer sur des constats réalistes, et ce, afin de rester le plus lucide et, surtout, le moins prophétique, au sens restreint et particulier du mot, autrement dit le moins prédictif quant au futur. Si, sur le rôle des médias et des journalistes, les textes officiels, allant des constitutions nationales aux conventions internationales, désignent des cadres législatifs en même temps que des projets collectifs ou des intentions symboliques, ceux-ci sont toujours à examiner sur le plan de leurs réalisations effectives.

3 Les discours relatifs au journalisme — sous tous les aspects de ce mot — méritent la même attitude pour ne pas nous engager dans des leurres. *A fortiori* quand l'activité désignée vise la production d'information dans un espace public discursif, lui-même lié à une représentation du réel — ou du présent — susceptible de toucher chacun anonymement, sur un champ plus ou moins précis avec toutes les données représentatives et symboliques inscrites dans une continuité temporelle.

4 En nous avançant de la sorte, nous pointons inévitablement la complexité du sujet. Notamment sur le registre de la socialisation par les interactions symboliques telle que développée dans le passé par George Herbert Mead (1934/2006) ou Edgar Morin et Jean-Louis Le Moigne à propos de l'intelligence critique (1999), mais aussi de la dynamique socioculturelle animée par l'activité des moyens de communication de masse qui n'a cessé de s'amplifier (Moles, 1967). Mais ce n'est pas parce qu'un sujet est complexe qu'il faut d'emblée en être distancié. Si, par exemple, nous pouvons suivre Olivier Baisnée (2003) dans sa démonstration d'un « impossible journalisme européen », nous ne saurions accepter une perception fataliste ou négative d'un projet global.

L'Europe ? Une interrogation constante

La réalité d'une complexité « inter-nationale »

5 La réalité désignée par la dimension « continentale » réduite, selon les références institutionnelles récentes de l'Histoire, au Conseil de l'Europe à Strasbourg ou à l'Union européenne à Bruxelles relève de la construction, au fil du temps, des États-nations et des rapports internationaux depuis la fin de la Seconde

Guerre mondiale. De nos jours, elle est devenue une réalité difficilement contournable vu l'ampleur qu'elle a prise, notamment depuis la fin du bloc de l'Est, avec cette année symbolique de 1989, et surtout depuis l'essor qui s'est poursuivi dans la logique du Marché commun des Six, lui-même devenu Union européenne avec des adhésions nouvelles. L'Union européenne compte 27 États membres et le Conseil de l'Europe — institution qu'il ne convient jamais d'oublier même si le débat sur son avenir est engagé —, 47.

6 Mais, sous ces deux faces institutionnelles, l'Europe reste aussi marquée par la réalité affichée de ces mêmes États, et ce, malgré la dynamique engagée et allant de soi, de l'ouverture des frontières et des échanges multilatéraux, sur le plan de la libre circulation des biens et des personnes. Cette Europe s'inscrit dans la fin des « temps longs » — pour reprendre l'expression de Fernand Braudel (1979) dans son analyse de la construction de « l'économie monde » venant changer les horizons à partir d'un territoire initial défini. La construction européenne en cours est aussi liée au « libéralisme économique ». Celui-ci est envisagé comme *quasi-idéologie* et cherche à banaliser la notion d'État, à en réduire les fonctions à des tâches mineures (par exemple, Friedman, 1992) ou *ad minimum*, comme le droit et la sécurité individuelle et collective, quitte à déréguler, dans une certaine mesure, les systèmes sociaux dans leur complexité sauf quand une crise économique arrive comme en 2008-2009 !

7 Or, dans leur évolution, les réalités humaines se sont établies sur des bases liées à *l'histoire collective* de chaque type de population, à savoir les *territoires*, leurs *cultures* et les *identités* affirmées qui en résultent, même après de profondes mutations ou des phénomènes migratoires. De nos jours, nous pouvons donc nous interroger :

- Qu'en est-il de la nouvelle territorialité en construction, avec des populations aussi diverses, définies comme différentes et pratiquant plusieurs dizaines de langues (23 dans la seule Union européenne) ?
- Et que penser de l'engagement objectif et dynamique de chaque État dans ce projet commun ?

8 Ces deux questions sont d'autant plus pertinentes, voire impertinentes selon les regards portés de l'intérieur des États, quand on observe le phénomène des migrations internes et externes. Celui-ci touche l'ensemble de cette nouvelle territorialité, donc ses composantes « régionales ». Il vient modifier les rapports entre le « réel offert » par les médias et « l'imaginaire collectif » constitué au fil de l'Histoire et, surtout, « des » histoires de chaque État. Une telle réalité est loin d'être absente des débats et des choix politiques des gouvernants, ceux du présent comme ceux du passé récent.

1 On trouvera dans ces deux ouvrages déjà une approche de l'économisation de l'environnement profess [\(...\)](#)

9 Dans ce contexte, si les réponses sont en attente, les interrogations ne manquent pas ! Le « système médiatique », fondé sur les médias classiques nationaux et leur environnement socioculturel particulier, est en soi déjà complexe à comprendre et à expliquer et ne saurait fonctionner de façon uniforme, voire donner lieu à généralisations hâtives (Mathien, 1989 et 1992)¹.

- Qu'en est-il du journalisme spécialisé dans la construction de cette entité nouvelle fondée au départ sur des motifs économiques pour l'Union européenne et sur le respect des droits de l'homme pour le Conseil de l'Europe ?
- Qu'en est-il des représentations de l'Europe et de ses entités nationales respectives ? La question des regards réciproques sur un objet commun est une réalité ancienne des rapports humains, *a fortiori* à l'international : elle porte sur les représentations des uns et des autres selon notre formation et notre éducation premières au sein des contextes nationaux d'origine.
- Que penser de nos modalités d'information sur les autres pays, les autres cultures, *a fortiori* dans les médias nationaux ?
- Quelle vision juste ou suffisamment partagée peut-il résulter pour chacun de nous si nous nous mettions chacun à faire des tests ou des analyses personnelles sur nos regards sur les autres ? Et si nous les confrontions entre nous ? Ne serait-ce qu'avec nos voisins quels qu'ils soient ?

10 À l'ère de la domination des images et de l'essor sur la Toile (ou Web) de blogues en tout genre, ce type de questions vaut la peine d'être posé à propos de notre objet de réflexion. Sur le

plan de chacun comme aux divers degrés de nos fonctionnements sociaux. À l'échelle de chaque gouvernement comme à celle de chacune des institutions européennes, mais aussi des organes coopérant avec elles, qu'ils relèvent du domaine public (dont l'Observatoire européen de l'audiovisuel) ou de la société civile (comme la Fédération européenne des journalistes, pour ne citer qu'un exemple).

Une professionnalisation d'ouverture à l'international

11 Dans la perspective de notre propos, toutes ces questions invitent au *dialogue* et à la *reconnaissance réciproque* ou, pour le moins, à relever les limites ou les blocages dans la construction européenne sous tous ses aspects, sur le plan des symboles comme des réalités concrètes perçues au quotidien. Elles touchent évidemment la formation en soi d'un *journalisme européen* qui, plus qu'un autre, doit pouvoir connaître au plus près les réalités européennes, à commencer par les histoires différenciées et complexes qu'ont connues les États membres. Autrement dit aussi, avoir une grande ouverture à l'international et aux phénomènes globaux du monde.

12 À supposer que nous soyons d'accord sur l'expression désignant une forme de « journalisme spécialisé » ou, mieux encore, sur la qualité inhérente à tout journaliste travaillant en Europe, cette formation n'évacue en rien les questions de l'évolution professionnelle dans le contexte actuel, voire prédictif, à partir des observations connues et partagées sur les mutations des médias. En effet, nous ne pouvons guère dissocier les métiers de leurs contextes en mutation. Mais, quitte à nous répéter, elle invite inévitablement à faire des progrès dans la connaissance réciproque des diverses collectivités nationales et à évaluer leurs sentiments partagés d'appartenance à une entité supra ou extranationale appelée Europe.

La réalité : l'actualité nationale toujours en primeur

Des spécialistes ou des généralistes dans l'entreprise médiatique ?

13 Malgré les perspectives de réflexions indiquées, réalisme oblige ! Dans la pratique des entreprises médiatiques,

le *journalisme international* ne se positionne guère en tant que tel à « l'international » et par rapport à la réalité du « monde » ou de l'« Europe » dans sa propre spécialisation, à moins qu'il soit seul, un *free lance*, et suffisamment reconnu pour pouvoir agir en tant que tel, ou qu'il travaille pour l'un ou l'autre des médias spécialisés dans l'international, avec le prestige attaché à cette spécialisation.

14 Sur les aspects professionnels réalistes, concrets ou vécus, nous renvoyons volontiers à l'ouvrage sur le *journalisme international* de Jean-Paul Marthoz (2008 : 215-220) et à celui de Gilles Rouet (2009) traduisant les actes du colloque international de Bratislava de 2008 sur « l'Europe des journalistes » dont, parmi d'autres, notre propre contribution (2009a) et celle de Thomas Frinault (2009). La réalité des quelques très rares médias européens (le cas d'Euronews mis à part car trop particulier) et, surtout, les échecs de bien des initiatives mettent aussi de plus en plus en avant la question des moyens économiques et de la volonté des investisseurs (Mathien, 2009a).

15 Mais, là aussi, abstraction faite des professionnels des agences internationales d'information (AP, Reuters, AFP, Bloomberg, etc., qui sont actuellement dans des positions économiques plus ou moins délicates), la prudence s'impose en regard des effectifs de journalistes spécialisés travaillant au sein de chaque rédaction des médias généralistes. Ce n'est pas parce que les effectifs de journalistes accrédités, à Bruxelles, auprès de l'Union européenne augmenteront — ils sont environ 1 300 en 2009 (soit l'une des plus fortes concentrations dans une institution internationale après les Nations Unies, à New York, et la Maison-Blanche, à Washington) — que l'on traitera davantage de l'Europe dans ces mêmes médias. Ces journalistes plus ou moins surinformés, voire élitistes par rapport à leurs collègues de leurs sièges respectifs, ou par rapport à beaucoup d'autres professionnels censés être avertis, ne constituent pas en soi une condition nécessaire et suffisante pour que le sujet nous préoccupant soit davantage développé dans l'offre d'information.

16 En effet, la problématique communicationnelle de l'information reste en priorité nationale par rapport aux réalités contextuelles de l'activité journalistique et médiatique (Baisnée,

2003). Par lucidité et réalisme, sauf exception, l'activité journalistique découle du lieu de son implication, à savoir les médias au sens général du mot, et *a fortiori* dans leur logique entrepreneuriale *in situ*. C'est-à-dire dans un environnement politique, économique, social et culturel plus ou moins bien défini, notamment sur le plan commercial pour les médias de statut privé, y compris dans le contexte des mutations traversant plus ou moins tous les États du monde.

2 Par rapport à cet aspect, voir les analyses de Anderson (1973/2007) sur le rôle de l'imprimé et du (...)

17L'observation des pratiques éditoriales ou des choix de contenus prioritaires confirme d'ailleurs la tendance ancienne des professionnels à privilégier, dans sa globalité comme dans ses particularités, le « public » du « territoire de diffusion » du produit médiatique réalisé, que ce soit un quotidien ou un magazine, un bulletin radiophonique ou un journal télévisé, et ce, à l'échelle nationale, régionale ou locale. Cela vaut aussi dans la logique de la concentration des médias et de l'expansion de groupes à l'international, comme cela s'est fait lors de l'ouverture à l'Ouest dans beaucoup de pays de l'ex-bloc de l'Est. Bien des groupes de presse ou audiovisuels se sont développés à l'Est depuis 1989 à l'instar d'Axel Springer, de RTL, de FUN Radio, de NRJ, etc. Cette réalité a aussi des incidences sur les « politiques éditoriales » définissant la nature des contenus offerts, et qui mériteraient d'être analysées et comparées par rapport aux pays d'origine et à l'évolution économique allant du « capitalisme de l'imprimé » au « capitalisme de l'électronique » de notre époque².

Des pratiques « nationales » à prendre en compte

18Certes, il y a toujours des nuances à avancer sur le plan comparatif eu égard à la diversité et à la particularité des « cultures médiatiques » relevant de l'histoire propre à chaque pays, voire aux différentes « régions » de l'Europe, du Nord au Sud comme de l'Est à l'Ouest, de l'aire « anglo-saxonne » à l'aire latine en passant par celle des populations germaniques et slaves.

19 Et l'histoire, comme « bain culturel » plus ou moins profond selon les États, est encore trop souvent oubliée dans ses référents explicites, quand elle n'est pas non plus interprétée par nombre d'acteurs agissant auprès des médias dominants ou les plus influents. Chaque histoire est traduite dans la quotidienneté de la culture, ou des pratiques et références culturelles en œuvre au sein de chaque rédaction, qu'elles soient implicites ou explicites. Entre l'« offre d'information » faite dans les pays scandinaves ou germaniques, en Europe de l'Ouest ou en Europe latine, *a fortiori* en Italie sous les gouvernements successifs de Silvio Berlusconi, que de différences ! Et au sein de tout pays, la culture d'entreprise — liée à sa marque ou à sa notoriété — est aussi une réalité dans chaque média ou type de médias. Aussi toute généralisation peut-elle conduire facilement à des simplismes face aux discours sur les pratiques médiatico-journalistiques. C'est le cas pour l'information relative à l'Union européenne ou à la grande Europe.

Le journalisme européen à inventer

20 Si la construction européenne ne peut esquiver les réalités culturelles plus ou moins affirmées, il n'en demeure pas moins que le *journalisme européen* comme spécialisation d'abord, ou comme généralisation éventuelle ensuite, reste toujours à *inventer* pour bien des raisons, dont celles qui ont déjà été évoquées. Une fois que nous avons dit que « nous sommes tous des journalistes européens », comme on a affirmé que « nous sommes tous journalistes » grâce aux perspectives récemment offertes par Internet et le multimédia (Mathien, 2010), qu'avons-nous dit de sérieux ? Nous-même, nous pourrions dire : « nous sommes un professeur européen » qui aurait pu dire dans le passé qu'il était déjà « un journaliste européen ». Soyons donc réalistes tout en étant aussi réactifs par rapport aux fonctions sociales relevant de l'activité d'information portée par les journalistes !

21 Hormis les rares médias ayant réussi la mise en œuvre d'un projet éditorial européen, la plupart demeurent toujours dans des configurations nationales qui, en soi, participent d'une « diversité culturelle » à l'échelle de l'Europe (ainsi l'Europe centrale et orientale). Si nous nous référons, par exemple, à

cette heureuse initiative prise par le Conseil de l'Europe à propos de l'enseignement de l'histoire, nous observons qu'il a constitué un progrès dans la compréhension mutuelle recherchée. Une partie importante de ses travaux a pu être réalisée grâce à l'engagement de professeurs de différents États membres pour discuter de l'histoire partagée. De cette démarche est sortie l'expression de *multiperspectivité* indiquant des façons de traiter ensemble le passé. Et celle-ci fonde actuellement celle du Conseil de l'Europe sur le sujet (Stradling, 2003). Un guide pour les enseignants existe dans la plupart des langues de l'Europe du Sud-Est. Pourquoi ne pas mettre en œuvre une approche du même genre pour les « historiens du présent », comme on a toujours encore tendance à qualifier les journalistes professionnels ? A *fortiori* ceux qui sont responsables de l'actualité de l'Europe ?

La réalité économique

L'Europe comme « vigile » du pluralisme et de la différence !

22 Dans un tel cadre général, les principes de l'économie marchande ne sauraient être oubliés. Car ils se sont largement répandus au point de poser le problème des limites à l'évolution « naturelle » de l'économie « libérale » au regard de la Convention européenne des droits de l'homme de 1950. Autrement dit, en s'inscrivant de plus en plus dans l'économisation des divers secteurs médiatiques dont dépendent les activités des journalistes (Duval, 2004), la concentration peut mettre en cause la préservation du « pluralisme » de l'information et de l'offre culturelle sous tous ses aspects. Et ce, indépendamment de la question de la préservation de la diversité culturelle, y compris entre États européens.

3 Le Conseil de l'Europe a travaillé sur ce type de préoccupations pour la reconnaissance et la prot (...)

23 C'est bien le sens de la recommandation 834 de 1978 de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe sur les *dangers de la concentration de la presse pour la diversité des médias et la préservation du pluralisme*. Et il en va de même pour le traité de Lisbonne qui a intégré la Charte des droits fondamentaux de

décembre 2000 garantissant la « diversité culturelle » et le « pluralisme » des médias dans tout système social démocratique. Il faut reconnaître que les minorités ne sont pas forcément reconnues à l'identique au sein de chaque État. Cela en raison de l'histoire, certes, mais aussi de choix politiques ne leur ayant pas forcément permis de disposer de moyens de communication et d'industries permettant de prendre en considération les différences linguistiques, sociales, religieuses et culturelles³. Vaste sujet qui ne touche pas que l'Union européenne, qui reconnaît pourtant 23 langues tout en n'en privilégiant, dans les faits, qu'une seule dans ses actes officiels, l'anglais.

Les journalistes face à la gestion des médias

24 Comme nous l'avons évoqué, l'activité journalistique n'est guère dissociable des réalités de l'activité économique et de l'adaptation de ses règles et de ses logiques aux entreprises médiatiques. Même celles qui relèvent d'une « mission de service public » y font face, qu'on le veuille ou non et malgré la politique de certains États en ce sens. Si elles arrivent à préserver leur caractère propre, leur environnement global est bien celui de l'économie libérale où se développent les industries culturelles, de programmes et d'échanges en tout genre, y compris pour l'information.

25 Les journalistes ne sont donc nullement les seuls acteurs dans le dispositif médiatique en place au sein de chaque État (Mathien, 1989) : leurs employeurs décident aussi des lignes éditoriales et des choix de contenus en découlant, et ils ont de plus en plus dans notre contexte économique à justifier leurs résultats auprès de ceux qui les financent. Autrement dit, l'activité de production d'information confiée à des professionnels — nos journalistes — s'inscrit dans la gestion propre aux dirigeants de chaque entreprise. Aussi ne faut-il pas s'étonner que, sur le plan économique, voire sur celui de l'action communicationnelle qu'ils mettent en œuvre en lien avec les méthodes du marketing, les médias de la plupart des pays d'Europe ne sont plus dans la distinction entre biens privés — relevant du strict marché concurrentiel — et biens publics répondant au principe de non-rivalité et de libre accès (Samuelson, 1954). Rappelons que cela

a pourtant été le cas des radios et télévisions nationales de l'Europe de l'Ouest avant la fin des monopoles d'État : elles étaient accessibles à tous, moyennant une redevance, même si plusieurs d'entre elles dépendaient plus ou moins directement du pouvoir politique, à l'exception de la BBC.

26 L'ouverture à la concurrence, généralisée dans l'audiovisuel à partir du milieu des années 1970 en Europe, a développé la notion de bien public avec exclusion, c'est-à-dire fondé sur un paiement à l'acte ou un abonnement (par exemple, en France, Canal + créé en 1984, correspondant au ticket d'entrée en salle de cinéma). Depuis ce changement majeur, les médias ne sont plus des *biens publics purs* et participent d'une économie générale fondée sur les *échanges des biens* qui lui sont propres, mais aussi liée à une source importante de financement qui est le « marché des annonceurs publicitaires ». Les interactions entre ces marchés ont mis en évidence des relations d'interdépendance ou des relations croisées dont les « rapports de force » varient selon la situation propre à chaque acteur et la conjoncture générale de l'offre.

27 Les journalistes, professionnels *a priori* responsables de l'information publique, sont d'autant plus confrontés à diverses menaces qui pèsent sur leur avenir que leurs effectifs sont encore en croissance régulière. C'est le cas de la France où leur précarité s'accroît aussi. Or, il n'y a pas lieu de se « voiler la face », bien que l'on sache que cette pratique comportementale, symboliquement formulée, est fort courante.

28 Les pratiques éditoriales paraissent de plus en plus soumises :

- aux contraintes économiques et financières avec leurs incidences sur l'offre des supports en tant que *biens publics*, mais cela n'est pas une nouveauté en soi, même si celles-ci se font de plus en plus pressantes, voire oppressantes ;
- aux exigences des publicitaires (audiences, impacts, résultats) ;
- aux pressions du politique, qu'elles soient directes ou indirectes et quoi qu'on en dise ;
- aux nouveaux usages informationnels et communicationnels liés aux nouvelles technologies qui viennent bouleverser les mœurs.

29 L'actualité de ces dernières années a suffisamment révélé de cas concrets suscitant débats ou interrogations sur les pratiques médiatiques pour ne pas insister davantage. Ainsi, l'orientation dite *people* et l'accentuation des *faits divers* avec le choix porté sur les victimes ne sont pas venues du jour au lendemain et par la volonté d'un seul (Erner, 2006). Mais elles interrogent les orientations rédactionnelles dominantes, notamment dans les médias audiovisuels. Et la crise économique mondiale, révélée en 2008, n'a fait qu'accroître les contraintes économiques et les craintes des entreprises médiatiques pour leur avenir. En France, par exemple, la conjoncture interroge de plus en plus les médias historiques, comme les « nouveaux médias » électroniques qui se sont engagés sur la voie de la pérennité entrepreneuriale, avec toutes les assurances et garanties économiques convenues.

30 D'où encore une question : dans l'évolution actuelle, la logique purement économique est-elle toujours compatible avec la mission de *service public* des médias ou le concept de *bien public* disponible à tous, *a fortiori* à tous les citoyens d'un État ? voire à tous ceux qui relèvent d'un groupe d'États à l'instar de l'Union européenne ?

Des « publics » ou des « consommateurs » des produits médiatiques ?

31 Ces deux rappels majeurs sont aussi à placer sous un autre regard relevant de l'observation interactive.

32 Les pratiques journalistiques suscitent de plus en plus de réactions sur le registre de la *confiance* du public. Celui-ci fait de moins en moins la distinction entre les professionnels et leurs employeurs. Que l'on soit professionnel de l'information ou observateur de la construction de l'actualité et des représentations sociales qui en résultent, bien des pratiques interrogent la *fonction sociale* d'une profession, *a fortiori* quand celle-ci bénéficie d'un statut légal particulier comme il a été justifié en France. C'est dire qu'il y a lieu pour les professionnels, sur le plan national comme sur le plan international et *a fortiori* européen, de *réfléchir de plus en plus sur ce qu'ils sont* et *sur ce qu'ils veulent être*. À partir de la culture héritée de l'histoire, du projet politique et social justifiant leur existence en tant que membres d'une *profession* au sein de leur pays

d'origine, ils ont à préciser leurs perspectives face aux menaces pesant sur leurs divers métiers.

4 Sur la situation en France, voir Leteinturier et Mathien (2010).

33Or, comme on le constate dans de nombreux pays, les relations entre médias et journalistes se dégradent par rapport à leurs publics, tant au regard du traitement de l'information que du « mélange des genres » entre *information, divertissement, communication, publicité* notamment, cela à propos de la presse comme de l'audiovisuel. Nous nous sommes plusieurs fois exprimé sur ce point ces dernières années (2002 et 2003) et nos collègues de l'Université Laval à Québec ont récemment fait un constat du même ordre sur une réalité professionnelle devenue de plus en plus fragile (Bernier *et al.*, 2008)⁴.

34Ainsi, de notre point de vue, en regard du contexte des pratiques et de son évolution, il appartient aux syndicats ou aux associations de professionnels de s'engager sur la voie de la *prospective*, de défendre au mieux les *valeurs de l'information publique* et de voir comment des femmes et des hommes responsables d'une tâche de *médiation*, entre acteurs-sources et publics, se justifient précisément comme des *professionnels*, avec des compétences reconnues et des règles éthiques à défendre.

35L'avenir du journalisme participe pleinement, voire de plus en plus, des débats sociétaux s'inscrivant dans l'espace public global, réel ou virtuel, quand celui-ci ne se confond évidemment pas avec le seul espace médiatique. Et ce débat d'avenir ne saurait rester confiné dans le seul champ clos des « partenaires sociaux ». D'où le lien souvent fait entre l'offre des médias généralistes sur l'Europe et leurs divers publics : « c'est un sujet qui n'attire guère ou qui ne fait pas vendre ». Cela est, évidemment, à nuancer au sein de chaque État.

Un retour sur l'EUROPE : une perspective en œuvre

36Finalement, ne serions-nous pas dans un cercle vicieux ? Selon les dirigeants des principaux médias, le sujet « Europe » n'intéresse guère leurs publics, donc en majorité les électeurs,

pendant la durée du mandat du Parlement. Le problème est donc plus global et touche chacun des États membres de l'Union européenne ainsi que ses institutions dans leurs manières de travailler et de communiquer

37 Les élections au Parlement européen ? Abstentions généralisées dans tous les pays sauf ceux où le vote est obligatoire (Belgique, Luxembourg). Baisse constante depuis 1979 dans l'Union européenne à 9 avec 62 % de participation contre 43 % en 2009 et dans l'Union européenne à 27 (record à 19 % pour la Slovaquie, à 25 % pour la République tchèque, à 26 % pour la Roumanie et la Pologne), soit 57 % d'abstention au total. Ces élections n'ont pas attiré la masse des électeurs et les résultats au sein des « derniers entrants » ont été remarqués pour leur faible participation. À l'international, ces résultats ont donné lieu à bien des commentaires peu en leur honneur sur ces pays et leurs gouvernements respectifs. Mais ils auraient pu être un prétexte pour mieux faire comprendre le cadre de la politique intérieure ou de la culture politique de chacun d'eux depuis leur passage à la démocratie.

5 Sur cette logique moderne des médias liant les acteurs par la création d'événements plus ou moins (...)

38 Évidemment, beaucoup de questions se posent qui ne visent pas que les choix éditoriaux des médias au sein de chacun des États, même si, les uns comme les autres, ont aussi des responsabilités propres en la matière. Ne serait-ce que dans les manières de présenter et de faire couvrir les activités de l'Union européenne sur le plan de la construction des événements⁵.

39 Si nous pouvons formuler des espoirs dans les débats nationaux, dans l'évolution de la communication des institutions européennes et l'engagement des professionnels eux-mêmes, nous restons réaliste par rapport à un environnement fort complexe en évolution. L'avenir du journalisme européen ne saurait passer par les seuls blogues spécialisés qui, ajoutés les uns aux autres, ne peuvent constituer cet « espace public » au sens développé par Jürgen Habermas (2006). Rappelons aussi que les « contenus » des blogues ne relevant pas des médias eux-mêmes sont produits *après* la connaissance d'une information et rarement *avant*, même s'ils font parler d'eux

ensuite sur le plan des témoignages, des réactions, voire de la polémique plus ou moins construite. Et leur notoriété passe encore aussi par la médiatisation des « médias classiques ».

6 Voir les derniers rapports de l'Association mondiale des journaux (AMJ) qui ne sont pas aussi pess [\(...\)](#)

40 Par rapport à la modernité des TIC constitutives d'un territoire virtuel de type *far west* aux comportements encore trop incontrôlables et discutables, les médias dits « historiques » ou « classiques » sont encore fortement présents et en réactivité⁶. Pour peu que l'évolution de l'intérêt des publics les y encourage un peu ! Malgré les critiques qui peuvent être faites à leur égard, ils demeurent des repères reconnus, plus ou moins fiables évidemment, et agissent dans le « champ commun » des références à des populations données. Même si l'on peut en discuter, ils demeurent, avec leurs professionnels, dans une position de médiation, même si celle-ci est à faire évoluer ou toujours à reconstruire.

41 L'arrivée de nouveaux journalistes de plus en plus formés aux questions européennes est une condition nécessaire mais non pas suffisante. Car, comme nous avons essayé de le montrer, les diverses questions évoquées relèvent du débat global sur l'avenir de l'Europe et du cadre de l'évolution de l'information publique développée par les médias et les professionnels que sont censés demeurer les journalistes. Et si Habermas reste une référence pour la réflexion sur le sujet, avec son dilemme « ou nous parvenons à forger une identité européenne, ou le vieux continent disparaît de la scène politique mondiale » (2006 : 15), force est de reconnaître que le chemin vers un « espace public commun » s'annonce encore fort long. *A fortiori* quand des États demeurent hostiles, à l'instar du Royaume-Uni, à toute forme d'unité politique, indépendamment du débat sur sa perspective fédérale.

42 L'Europe n'est certes plus un mythe global par rapport auquel chacun se situe sur le vieux continent. Elle est une perspective en action avec ses réalités déjà en œuvre à chaque échelon national, même quand elles sont encore, ici et là selon les États, des références en discussion, voire des contestations traduisant des variations ou des distanciations dans la convergence vers un

projet commun toujours à préciser. Mais, dans ce domaine, comme dans d'autres faisant l'actualité dans le monde, le sujet reste « à l'épreuve des médias » et de leurs dynamiques interactionnelles par rapport à l'international. Autrement dit, et toujours un vaste sujet en soi, du « pouvoir de parole » des professionnels de l'information.

[Haut de page](#)

Bibliographie

Des DOI (Digital Object Identifier) sont automatiquement ajoutés aux références par Bilbo, l'outil d'annotation bibliographique d'OpenEdition. Les utilisateurs des institutions abonnées à l'un des programmes freemium d'OpenEdition peuvent télécharger les références bibliographiques pour lesquelles Bilbo a trouvé un DOI.

ANDERSON, Benedict (1973/2007), *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, traduit de l'anglais par Pierre-Emmanuel Dauzat, Paris, Minuit.

APPADURAI, Arjun (1996/2001), *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris, Payot.

ARQUEMBOURG-MOREAU, Jocelyne (2003), *Le temps des événements médiatiques*, Paris/Bruxelles, INA/De Boeck. DOI : [10.3917/dbu.arque.2003.01](https://doi.org/10.3917/dbu.arque.2003.01)

BAISNÉE, Olivier (2003), « Un impossible journalisme européen », *Hermès*, n° 35, p. 145-151. DOI : [10.4267/2042/9328](https://doi.org/10.4267/2042/9328)

BERNIER, Marc-François *et al.* (2008), *L'héritage fragile du journalisme d'information. Des citoyens entre perplexité et désenchantement*, Québec, Presses de l'Université Laval.

BRAUDEL, Fernand (1979), *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*, vol. 3 : *Le temps du monde*, Paris, Armand Colin.

DUVAL, Julien (2004), *Critique de la raison journalistique*, Paris, Seuil.

ERNER, Guillaume (2006), *La société des victimes*, Paris, La Découverte.

FRIEDMAN, David (1992), *Vers une société sans État*, traduit de l'américain par Françoise Liégeois, Paris, Les Belles lettres.

FRINAULT, Thomas (2009), « L'Europe à l'épreuve des médias. Une relation ambiguë » dans Gilles ROUET (dir.), *Les journalistes et l'Europe*, Bruxelles, Bruylant, p.185-208.

HABERMAS, Jürgen (2006), *Sur l'Europe*, Paris, Bayard.

LETEINTURIER, Christine et Michel MATHIEN (2010), « Une profession fragilisée. Les journalistes français face au marché de l'emploi », *Quaderni*, n° 73, p. 94-117.
DOI : [10.4000/quaderni.455](https://doi.org/10.4000/quaderni.455)

MARTHOZ, Jean-Paul (2008), *Journalisme international*, Bruxelles, De Boeck.

MATHIEN, Michel (1989), *Le système médiatique. Le journal dans son environnement*, Paris, Hachette-Supérieur.

MATHIEN, Michel (1992), *Les journalistes et le système médiatique*, Paris, Hachette-Supérieur.

MATHIEN, Michel (2002), « Segmentation des médias et fractalisation du système social. Les journalistes sans la République ? », *Communication et langages*, n° 134, p. 4-21.
DOI : [10.3406/colan.2002.3167](https://doi.org/10.3406/colan.2002.3167)

MATHIEN, Michel (2003), « Les journalistes et le pacte républicain. Les fondements historiques de la professionnalisation », *Hermès*, n° 35, p. 121-129.
DOI : [10.4267/2042/9325](https://doi.org/10.4267/2042/9325)

MATHIEN, Michel (2009a), « Journalisme européen et diversité culturelle. Dynamique et échecs ? Compatibilités et progrès » dans Gilles ROUET (dir.), *Les journalistes et l'Europe*, Bruxelles, Bruylant, p. 143-174.

MATHIEN, Michel (2010), « Tous journalistes ! Les professionnels de l'information face au mythe des nouvelles technologies » *Quaderni*, n° 72, p. 113-125.

MATHIEN, Michel (dir.) (2009b), *Les représentations des jeunes dans les médias en Europe. De 1968 à nos jours*, Bruxelles, Bruylant.

MEAD, George Herbert (1934/2006), *L'esprit, le soi et la société*, Paris, Presses universitaires de France.

MOLES, Abraham (1967), *Sociodynamique de la culture*, Paris, Mouton et Cie.

MORIN, Edgar et Jean-Louis LE MOIGNE (1999), *L'intelligence de la complexité*, Paris, L'Harmattan.

ROUET, Gilles (dir.) (2009), *Les journalistes et l'Europe*, Bruxelles, Bruylant.

SAMUELSON, Paul A. (1954), « The pure theory of public expenditure », *Review of Economics and Statistics*, 36, p. 350-355.

DOI : [10.2307/1925895](https://doi.org/10.2307/1925895)

STRADLING, Robert (dir.) (2003) *Multiperspectivity in History Teaching: A Guide for Teachers*, Strasbourg, Conseil de l'Europe.

[Haut de page](#)

Notes

1 On trouvera dans ces deux ouvrages déjà une approche de l'économisation de l'environnement professionnel tel que conçu ultérieurement par Julien Duval (2004).

2 Par rapport à cet aspect, voir les analyses de Anderson (1973/2007) sur le rôle de l'imprimé et du livre au journal. Sur l'autre forme du capitalisme relevant de l'électronique, voir Appadurai (1996/2001).

3 Le Conseil de l'Europe a travaillé sur ce type de préoccupations pour la reconnaissance et la protection des minorités nationales, y compris sur l'appui des États d'origine aux minorités nationales. Voir sa Recommandation 1735 (2006) sur le concept de nation, mais aussi sa Convention-cadre pour la protection des

minorités nationales, sa Charte de l'autonomie locale ou celle sur les langues régionales ou minoritaires, voire ses invitations répétées à la coopération dans ce domaine à l'Union européenne.

[4](#) Sur la situation en France, voir Leteinturier et Mathien (2010).

[5](#) Sur cette logique moderne des médias liant les acteurs par la création d'événements plus ou moins artificiels ou détachés du réel, voir notamment Arquembourg-Moreau (2003).

[6](#) Voir les derniers rapports de l'Association mondiale des journaux (AMJ) qui ne sont pas aussi pessimistes sur l'avenir de la presse qu'on voudrait le faire croire selon une idéologie des nouvelles technologies.

[Haut de page](#)

Pour citer cet article

Référence électronique

Michel Mathien, « Quel avenir pour le journalisme européen ? », *Communication* [En ligne], Vol. 28/2 | 2011, mis en ligne le 12 juillet 2011, consulté le 28 juillet 2020. URL : <http://journals.openedition.org/communication/1775> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communication.1775>

[Haut de page](#)

Auteur

[Michel Mathien](#)

Michel Mathien est professeur de sciences de l'information et de la communication à l'Université de Strasbourg où il anime, depuis juin 2007, la Chaire UNESCO Pratiques médiatiques et journalistiques. Entre mondialisation et diversité culturelle. Il enseigne au Centre universitaire d'enseignement du journalisme (CUEJ) et à l'Institut des hautes études européennes (IHEE). Aux Éditions Bruylant (Bruxelles), il a créé la collection « Médias, sociétés et relations internationales ». Courriel : m.mathien@wanadoo.fr

Articles du même auteur

- [Patrick CHARAUDEAU et al. \(2015\), *La laïcité dans l'arène médiatique. Cartographie d'une controverse sociale*](#) [Texte intégral]

Bry-sur-Marne, INA Éditions

Paru dans *Communication*, [vol. 34/1 | 2016](#)

- [Jean LOHISSE \(2001\), *La communication. De la transmission à la relation*](#) [Texte intégral]

Bruxelles, De Boeck-Université

Paru dans *Communication*, [vol. 21/2 | 2002](#)

- [L'information identitaire comme jeu et enjeu dans les conflits entre l'universel et le local](#) [Texte intégral]

Paru dans *Communication*, [Vol. 22/1 | 2003](#)

- [Patrick CHARAUDEAU et al. \(2001\), *La télévision et la guerre. Déformation ou construction de la réalité ? Le conflit en Bosnie \(1990-1994\)*](#) [Texte intégral]

Bruxelles, INA-De Boeck Université. (Coll. « Médias-Recherches »)

Paru dans *Communication*, [Vol. 22/1 | 2003](#)

- [Abraham Moles ou l'information et la communication](#) [Texte intégral]

Au carrefour des sciences, de la vie quotidienne et de l'esthétique

Paru dans *Communication*, [Vol. 22/2 | 2003](#)

[Haut de page](#)

Droits d'auteur



Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la [Licence Creative Commons Attribution -](#)

Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0
International.