

RÉSUMÉ

L'image de l'Europe dans les télévisions régionales

L'éducation à l'UE, comparaison entre le *Mitteldeutscher Rundfunk* et *France 3 Nord-Pas-de-Calais et Picardie*

La présente recherche interroge l'espace public européen présent dans les télévisions régionales en France et en Allemagne, sa finalité étant d'identifier et d'analyser les éléments européens basés sur les questions régionales. L'Union européenne est une construction politique complexe, qui fait dans sa communication extérieure elle-même l'amalgame entre « Union européenne » et Europe, alors que cette dernière peut être comprise comme synonyme de ce projet politique de paix unique au monde mais aussi comme un concept historique ou géographique. En outre, on reproche souvent à la communication de l'Union européenne de créer un déficit démocratique suivant un modèle de communication persuasive qui ne favorise pas la légitimation de l'UE pour ses habitants. Pourtant, certains projets comme *ARTE*, *Euronews*, ou sur Internet comme *Cafebabel.com* et *EurActiv.com* visent à créer voire à renforcer l'espace public européen existant, même si bien souvent ceux-ci ne sont pas indépendants – du moins financièrement – de la Commission européenne.

Le travail qui suit a été réalisé en coopération en coopération entre deux Universités en France et en Allemagne, faisant dialoguer trois disciplines qui ne recouvrent pas toutes les mêmes réalités : ainsi la *Kommunikations- und Medienwissenschaft* (KMW) en Allemagne interroge-t-elle le média comme un objet social alors que les *Sciences de la Communication* à la française investissent plus le processus et les contenus et travaillent en faisant appel plutôt à une analyse herméneutique. Les *Sciences de la Communication*, qui constituent notre discipline à l'Université Paris-Descartes, interrogent entre autres choses sur le pouvoir éducatif des médias et c'est à ce titre qu'elles interviennent dans notre travail. Prenant en compte ces spécificités culturelles et interdisciplinaires, nous avons choisi de combiner trois méthodes, prenant ainsi en compte le *tertium comparationis* à l'œuvre dans toute recherche comparative, *tertium comparationis* qui s'inscrit à la fois dans les questions linguistiques et disciplinaires¹. En premier lieu, nous avons utilisé la méthode d'après Hickethier employée en Allemagne dans les KMW, qui, s'inspirant de l'analyse du discours et de la sociologie, propose une analyse structurelle des programmes de télévision. Cette méthode est particulièrement adaptée dans notre contexte bilingue et binational parce qu'elle rend possible le traitement des données et leur comparaison de la même manière quelles qu'en soient la langue et l'origine en codant les données en variables, les traitant de manière statistique ; elle permet aussi d'effectuer un premier tri des émissions les plus intéressantes pour en effectuer dans un deuxième temps une analyse thématique. A la suite de cela, nous avons réalisé une analyse herméneutique d'après la tradition française en mettant en lumière les points communs dans le traitement de l'information européenne en France et en

la République française éprouve de grandes difficultés à traiter voire à reconnaître ses Régions, ce qui se reflète aussi dans la volonté de regrouper plusieurs Régions à la fin de 2015 (comme la Picardie et le Nord-Pas-de-Calais, nos terrains de recherche), au mépris des identités régionales. Ceci s'oppose au système allemand où les *Länder* sont responsables de la préservation de l'identité régionale, de même que des médias. Ainsi le *Mitteldeutscher Rundfunk (MDR)* est-

négative et offre beaucoup plus de thématiques tournées vers l'économie, la politique et l'agriculture.

L'importance des cartes et des représentations géographiques, présentes non seulement dans le cadre de la météo mais aussi des magazines où la région, à la fois zone géographique et division étatique, mérite d'être soulevée : sur ces cartes, les régions considérées sont bien souvent isolées, les voisins européens absents, renforçant (ou créant ?) l'ignorance de ceux-