

## **Les institutions européennes à l'ère des réseaux sociaux : défi culturel ou choc de cultures entre l'Italie et la France ?**

*Conférence du 25 janvier 2016 par M<sup>me</sup> Antonella AGOSTINO, enseignante-chercheuse à l'université, spécialiste en communication politique européenne*

---

Comment les nouveaux outils de communication, Internet, Twitter, Facebook, blogs, chats et forums, modifient-ils l'information européenne et sa transmission par les journalistes italiens et français accrédités ? Existe-t-il un véritable journalisme européen dans une Union élargie à 28 pays ?

Désormais les hommes politiques, qui souhaitent influencer sur les débats, doivent créer des réseaux appropriés, comme en témoigne l'importance de Facebook lors des deux dernières campagnes présidentielles aux U.S.A.

Or, l'Union Européenne affronte depuis plusieurs années une crise institutionnelle, et une perte de crédibilité auprès des citoyens, ce que montre le taux d'abstention de 57,46 % aux élections européennes de 2014. En outre, l'information européenne suscite peu d'intérêt auprès des médias traditionnels et cette actualité ne touche qu'un public averti. De plus, le public s'informant sur l'Europe par le truchement d'Internet et des réseaux sociaux, ceux-ci deviennent des outils indispensables pour la stratégie de communication de l'Union Européenne.

Afin de rapprocher les institutions des citoyens, après consultation du Comité économique et social européen, la Commission Européenne a lancé en 2005 le plan D « Démocratie, Dialogue et Débat » puis un forum en ligne « Debate Europe », permettant aux citoyens de faire connaître leurs préoccupations aux responsables politiques, tout comme « Your Voice ». Six autres projets participatifs ont été mis en place par la Commission Européenne.

Le Parlement Européen, pour sa part, a mis en place en 2010 « Tweet ton député », un site web créé par le site « Toute l'Europe » ainsi que « Les ateliers du MEP 2.0 », cycle de formation aux médias sociaux destiné aux élus européens. Dès 2010, 69 % des 760 eurodéputés utilisaient les réseaux sociaux.

L'ère numérique a modifié le lien entre le journaliste et son audience. De nombreux sites journalistiques destinés au citoyen européen ont vu le jour : « 27 etc. », « toutel'urope.fr », portail d'information cofinancé par la Commission Européenne et le gouvernement français, les sites de la fondation Robert Schuman, « Notre Europe », « Myeurope », « Cafébabel » pour la France.

La prolifération des euro-blogueurs traitant des sujets européens ouvre la voie à une nouvelle information européenne en ligne.

Quant aux correspondants de presse italiens et français, dont les derniers viennent de grandes écoles de journalisme, ils ont des pratiques différentes mais 65 % d'entre eux considèrent les médias sociaux comme une bonne source d'information. Seuls 40 % d'entre eux les réservent à un usage privé.

Les investissements de l'Union Européenne dans les nouveaux outils de communication en ligne sont inopérants : ils ne bouleversent ni les pratiques traditionnelles de communication ni les relations entre le citoyen et les institutions. L'information est partagée avec des experts, des militants et des journalistes.

Les correspondants auprès de l'U.E. voient donc leur statut précarisé. Certains d'entre eux s'en vont, même s'ils restent les seuls vrais relais des messages et de la communication de l'U.E. Parfois ils se téléphonent pour gagner du temps et obtenir des réponses fiables.

Alors que le correspondant à l'étranger joue le rôle d'interprète culturel du pays où il vit, le correspondant à Bruxelles devrait occuper une place spéciale car il vient pour raconter l'Europe et l'interpréter, en dépit des contraintes professionnelles et technologiques et malgré la diversité des nationalités.

*Résumé réalisé par Marie-Noëlle Benjamin*