

## La question européenne dans les organisations

The European question in organizations

Marie-Hélène Hermand

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/8621>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.8621

ISSN : 1775-3546

### Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

### Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2020

Pagination : 11-20

ISSN : 1168-5549

### Référence électronique

Marie-Hélène Hermand, « La question européenne dans les organisations », *Communication et organisation* [En ligne], 57 | 2020, mis en ligne le 01 juin 2020, consulté le 24 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/8621> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.8621>

---

© Presses universitaires de Bordeaux

# La question européenne dans les organisations

## The European question in organizations

*Marie-Hélène Hermand*

Vingt ans après le numéro 17 de la revue *Communication & Organisation* (Denoit, Galinon-Ménélec 2000) qui analysait le rôle de la communication dans les avancées et les difficultés de la construction européenne, nous avons voulu – dans ce numéro 57 – proposer aux chercheurs de repérer différentes manières dont « l'Europe » se donne à voir aujourd'hui. En couplant les dimensions stratégique et organisationnelle aux dimensions discursive et symbolique, il s'agissait d'observer non seulement le canal des institutions communautaires mais aussi le canal d'organisations de natures diverses (institutions, entreprises, associations, syndicats, médias) qui exploitent ou déclinent le thème européen en fonction de leurs intérêts propres.

Comme l'a montré la polémique autour de la création du poste de commissaire européen en charge de la « protection du mode de vie européen » par la Commission européenne (CE) en septembre 2019, le « mode de vie européen » constitue une préoccupation pour les dirigeants des institutions européennes. Rebaptisé « promotion du mode de vie européen » deux mois plus tard, cet intitulé cristallise l'importance du choix des mots et ravive la question de la définition de l'« identité européenne » (Duchesne 2010 ; Kreis 2010) – si l'on postule qu'il y en a une – et des valeurs constitutives de cette identité susceptibles d'être véhiculées dans l'espace public. Parmi les opérateurs capables de jouer un rôle fondamental dans la création d'une identité collective européenne, la peur a été identifiée comme un élément dysphorique récurrent et a fait l'objet de recherches récentes qui vont de la

linguistique à la science politique (Belluati *et al.* 2018). Autre ciment potentiel de l'identité européenne, la participation citoyenne à la construction de l'espace public européen (Dufasne 2017) fait pour sa part écho à l'actualité institutionnelle du programme « L'Europe pour les citoyens » (2014-2020), lequel vise à « encourager une participation civique responsable et démocratique et le sentiment d'appartenance à l'Union européenne »<sup>1</sup>. Nous posons dès lors la question des possibilités consenties au citoyen de s'exprimer au sein de dispositifs plus ou moins ouverts à sa participation. Ce fil conducteur impliquait de repérer les occasions, saisies ou délaissées, de la parole citoyenne à l'égard du thème européen.

Étant entendu que la communication ne peut tenir lieu de projet politique européen mais qu'elle contribue à faire éclater au grand jour l'absence de projet commun et de capacité d'appréhension commune des problèmes graves (crise grecque, crise des migrants, Brexit, crise du Coronavirus...), observer des pratiques récentes de la communication publique européenne permet non seulement de revenir sur ce qui continue d'entraver le modèle de la délibération – e.g. la domination de discours lissés (Oger, Ollivier-Yaniv 2006), experts (Cussó, Gobin 2008) et technolibéraux (Guilbert, Lebaron 2017), la mobilisation d'un eurolecte (Raus 2014 ; Bozhinova 2011 ; Goffin 1994), le recours à la stratégie inadaptée du marketing politique (Dacheux 2016) – mais aussi de déceler des traces de réorientations de la communication publique européenne (e.g. reformulations de l'eurojargon, diversification des démarches et supports de médiatisation, contenus multilingues, argument de qualité *versus* quantité informationnelle, mises en débats de questions d'intérêt général). Les recherches récentes inscrites dans cette approche critique de la communication institutionnelle européenne portent une attention particulière à la (re)formulation de mythes européens (Trimithiotis 2016), aux représentations collectives européennes (Koukoutsaki-Monnier 2011) ainsi qu'à l'analyse de contre-discours européens (Raus 2018 ; Auboussier 2015 ; Auboussier, Ramoneda 2015) et de polémiques européennes encouragées ou détournées (Gobin, Deroubaix 2018). Elles portent aussi sur la prise en compte plus ou moins explicite des différences culturelles européennes (Ladmiral, Lipianski 2015) ou sur la mobilisation d'Internet pour construire de nouveaux ordres du discours européen (Brachotte, Frame 2018 ; Roginsky, Jeanne-Perrier 2015 ; Badouard, Malherbe 2015 ; Utard 2014).

En élargissant la focale aux formes expérimentales de communication européenne mises en place par d'autres organisations que les institutions européennes, nous invitons aussi les contributeurs à se pencher sur des discours et pratiques qui contribuent à la construction d'espaces publics européens (Argul *et al.* 2005 ; Dacheux 2008, 2003 ; Soulez 2003 ; Mercier 2003), que ces pratiques soient autonomes ou soutenues par l'UE, éphémères ou pérennes, institutionnelles ou non. De telles initiatives peuvent être développées par différents types d'acteurs (collectivités, associations, fondations,

---

1. [http://ec.europa.eu/citizenship/pdf/de\\_home\\_efcp\\_exec\\_summary\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/citizenship/pdf/de_home_efcp_exec_summary_fr.pdf)

réseaux dotés d'une expertise thématique ou d'une situation géographique particulière) qui développent leurs propres points de vue européens. Ces derniers sont souvent complexes à analyser en raison de leurs contours flous et mouvants, comme en témoignent l'expression eurosyndicale (Gobin 1999, 1993), la communication transfrontalière émergente (Hermand sous presse) ou les visions contrastées de « la culture européenne » (Calligaro 2017). Se focaliser sur des dispositifs spécifiques ou émergents implique aussi de déceler les transformations engagées dans des contextes professionnels marqués par des ambitions de communication européenne.

L'appel comprenait aussi une invitation à se pencher sur l'image de l'Europe construite dans la presse. Il s'agissait par exemple de voir si la presse contribue à faire émerger de nouveaux référents pour parler autrement d'Europe (Hermand 2019 ; Calabrese, Hermand à paraître) et d'analyser la manière dont les citoyens peuvent participer à la construction médiatique de l'image européenne (Radut-Gaghi 2017 ; Foret, Soulez 2004 ; Marchetti 2018 [2004] ; Garcia, Le Torrec 2003). Dans cette direction, les chercheurs se sont récemment penchés sur des corpus composés d'articles de presse pour comprendre comment les journalistes choisissent les mots et les images pour parler d'Europe (Petithomme 2011 ; Ringoot, Utard 2003) ou élaborent des enquêtes visant à définir le positionnement professionnel des journalistes (Tixier 2019 ; Baisnée 2003 ; Baisnée, Marchetti 2000).

Enfin, nous proposons de revenir sur la notion d'« entrepreneurs d'Europe » (Robert, Vauchez 2010) en examinant des dispositifs développés dans des contextes d'éducation formelle ou informelle (Mazé 2014 ; Ringoot 2012 ; Nouvel 2011). Si la science politique s'interroge sur le rôle des « études européennes » (Vauchez 2015 ; Belot, Brachet 2004) et sur « 'l'Europe' qu'il convient d'enseigner » (Georgakakis, Smith 2004), il s'agissait ici de s'interroger sur la médiation de savoirs relatifs aux questions européennes qui concernent directement les citoyens. L'objectif consistait à prendre connaissance de dispositifs éducatifs (formels ou informels) au prisme de démarches de conception (ingénierie pédagogique, scénarisation pédagogique), d'élaboration de supports (ouvrages, manuels, modules, tutoriels, plateformes), de choix technologiques (motifs, fonctionnalités) ou de retours d'expériences (Seurra 2018).

## Architecture du dossier

Composé de sept articles, le dossier commence par trois contributions qui retracent la construction de l'ordre social à travers la communication institutionnelle européenne.

En partant du constat d'absence de définition claire de l'« identité européenne » dans les traités européens, dans la jurisprudence européenne et dans la communication

publique européenne, **Annie Niessen** interroge la dimension stratifiée de cette expression selon des critères géographiques, culturels, historiques et politiques. Dans la lignée des analyses de discours des institutions européennes qui mobilisent des apports croisés de la science politique et des SIC, l'auteure situe son travail dans le cadre des demandes d'adhésion à l'UE et des élargissements de l'UE. Son observation de dispositifs de communication interne et publique de la CE aboutit à une reconstruction normative de l'expression « identité européenne » qui met en évidence les enjeux de la communication publique de la CE sur cette question.

Partant des craintes associées à la gestion des frontières européennes, **Francesca Bisiani** déconstruit l'origine et les usages discursifs de l'expression « criminalité transfrontalière » en circulation dans les textes supranationaux de l'ONU, du Parlement européen (PE) et de la CE. Au moyen d'une étude de cas menée à l'aide de *Sketch Engine*, l'auteure montre l'absence de travail terminologique institutionnel autour de la notion de « frontière » et l'association de cette notion à la perception d'insécurité face aux menaces internationales. Si les travaux sur les politiques européennes et nationales en matière de criminalité ont connu un certain essor ces dix dernières années en science politique, en sociologie, en géographie et en droit, plus rares sont les recherches qui investissent ces problématiques en SIC.

L'article proposé par **Sandrine Roginsky** mobilise les apports de la sociologie du travail marchand pour mettre au jour le processus de fabrique des publics (notamment par l'intermédiaire du chiffre et de la segmentation) dans la communication publique européenne. La recherche se fonde sur une dizaine d'entretiens avec des professionnels de la « bulle européenne » et sur l'observation des comptes institutionnels de la CE et du PE sur les dispositifs Facebook, Instagram et Twitter. Analysés en termes de relations de pouvoir, les dispositifs numériques apparaissent ici comme des prolongements discursifs qui permettent le déploiement de diverses figures des publics, à la fois idéalisées et conformes aux profils des professionnels de la communication européenne.

En soulignant aussi l'articulation entre les dispositifs institutionnels, juridiques et discursifs d'un point de vue communicationnel, les articles suivants se concentrent sur des dispositifs de communication à visée européenne mais élaborés par d'autres acteurs que les institutions européennes elles-mêmes.

Inscrit dans une socio-économie des industries culturelles, l'article d'**Olivier Thuillas et Louis Wiart** analyse ainsi le déploiement d'une stratégie collective visant à assurer la viabilité économique des plateformes européennes du cinéma indépendant dans un contexte de fortes incertitudes liées aux évolutions technologiques, réglementaires et culturelles. L'étude du cas EuroVoD, adossée à une enquête menée auprès d'une quinzaine de responsables de plateformes de vidéo à la demande et à l'analyse de documents internes, permet de comprendre comment se structure la

stratégie de ce réseau, ses enjeux économiques et institutionnels et la formalisation d'un discours sur la diversité culturelle.

En mobilisant la sémiotique appliquée à l'analyse de sites web, **Cédric Boudjema** s'intéresse à l'engagement d'organisations culturelles dans la promotion européenne. L'auteur dégage les identités et les valeurs véhiculées par trois musées européens : le Musée de Schengen, la Maison de l'Histoire européenne et le Musée de l'Europe à Bruxelles. L'observation des manifestations discursives organisées par ces institutions culturelles à vocation européenne dévoile les scénarios mis en œuvre pour élaborer un univers sémantique européen et l'ancrer dans la mémoire collective. Les résultats montrent comment ces trois musées tentent de modifier leur rapport au public, d'incarner un récit commun et de développer un usage politique de la culture.

Centrée sur la participation des publics médiatiques à la construction de l'espace public européen, la contribution de **Meriem Hachimi** propose une analyse du rapport entretenu entre un média paneuropéen – Euronews – et son public en observant la réactivité, la réflexivité et la construction de ce public. En s'appuyant sur un corpus issu du forum du site web de la chaîne et sur de l'observation participante, l'auteure explore des exemples qui montrent la capacité des récepteurs à s'engager dans la sphère publique et propose de les confronter à une typologie éprouvée de téléspectateurs. En pointant les évolutions récentes du site d'Euronews, elle ouvre en outre des perspectives d'approfondissement des actes communicationnels des téléspectateurs.

Le dossier s'achève avec la contribution de **Mikaël Chambru** qui analyse les temps et les contre-temps de la protestation antinucléaire française en l'articulant à la protestation à l'échelle européenne. En faisant des dimensions temporelles et organisationnelles le cœur de la recherche et en les complétant par une enquête ethnographique, l'article met au jour les éléments discursifs et symboliques des mobilisations collectives. La tension dialectique entre les enjeux européens et l'ancrage local des mobilisations permet de montrer comment la question européenne participe du processus de recomposition de la contestation et de politisation du problème public relatif à l'énergie électronucléaire.

## Éclairages complémentaires

Publiés hors dossier, trois articles complémentaires apportent des éclairages spécialisés sur le thème de ce numéro.

L'article de **Rachele Raus**, dans la rubrique « état de la recherche et des laboratoires », nous présente les travaux du *Centre d'études européennes* dont elle assure la direction à l'Université de Turin. Au cours de son premier triennat (2014-2017), le Centre s'est penché sur l'analyse des discours et des contre-discours européens. Après

avoir pointé l'absence de mise en narration commune de l'Europe, les chercheurs ont travaillé sur le thème de la peur comme facteur de désintégration européenne. Au cours du second triennat (2017-2020), c'est le lien entre intelligence artificielle (IA) et construction européenne qui est privilégié, avec une ouverture aux sciences juridiques, pour comprendre l'influence de l'IA sur le processus d'intégration européenne. L'importance de l'interdisciplinarité et la nécessité de travailler au sein de réseaux scientifiques européens sont soulignées si l'on veut traiter de questions fondamentales liées au multilinguisme, à la liberté de pensée ou d'opinion et à l'éthique.

Dans la rubrique « entretiens », nous rapportons d'abord un entretien mené avec **Karen Simon**, *Communication Officer* au sein de la Direction générale (DG) Communication à la CE et avec **Max De Wilde**, docteur en information et communication spécialisé en linguistique computationnelle et consultant IT au sein de la DG Connect à la CE. Focalisés sur l'expérience et les évolutions du dispositif d'information citoyenne *Europe Direct*, leurs propos nous permettent d'accéder aux réflexions et aux actions engagées au sein de la CE pour apporter de l'information de qualité en réponse aux questions posées par les citoyens européens. Les principaux enjeux – la professionnalisation et l'automatisation – sont abordés tant d'un point de vue critique de la situation actuelle que d'un point de vue prospectif qui cherche à améliorer le service apporté aux citoyens grâce à l'optimisation des données.

Nous avons ensuite demandé à **Valentina Pricopie**, coordinatrice du *Laboratoire de recherche sur l'Europe sociale (Laboratorul de Cercetare Europa Socială)* à Bucarest, de nous donner sa lecture des principaux thèmes abordés dans le dossier en vue de dégager des pistes de recherche en communication européenne. Une première piste, adossée à la nécessaire distinction entre « Union européenne » et « Europe », souligne l'importance de mieux analyser ce que représente l'Europe culturelle, intellectuelle et sociale pour les citoyens. Il s'agit là de comprendre ce qui forge leur attachement, encore vif en dépit des crises, à l'entité symbolique (« Europe ») davantage qu'à l'entité institutionnelle (« Union européenne »). Une deuxième piste de recherche, qui invite les chercheurs à toujours garder le citoyen au centre de leur préoccupations scientifiques, renvoie à la nécessité d'étudier les scénarios discursifs institutionnels européens qui tentent répondre aux demandes sociales croissantes. Enfin, l'étude des formes de participation des protagonistes européens (journalistes, ONG, jeunes, citoyens) à la sphère publique européenne est envisagée à travers l'important levier de l'éducation non formelle, particulièrement capable d'aider à articuler la théorie à l'expérience de la démocratie, et par là à former des citoyens engagés.

## Bibliographie

- ARGUL Sergio, BRAY Zoé, HARGUINDÉGUY Jean-Baptiste, 2005, « Espace public médiatisé et coopération transfrontalière », *Communication & Organisation*, 26, 223-234.
- AUBOUSSIER Julien (dir.), 2015. *Semen 39 : Discours et contre-discours dans l'espace public*, Besançon, Presses universitaires de Franche-Comté, 204 p.
- AUBOUSSIER Julien, RAMONEDA Toni (dir.), 2015, *L'Europe en contre-discours*, Besançon, Presses universitaires de Franche-Comté, 232 p.
- BADOUARD Romain, MALHERBE Michaël, 2015, « La communication des institutions européennes sur Internet : vingt ans d'expérimentation politique », *Communication & langages*, 183 : 1, 31-58.
- BAISNEE Olivier, MARCHETTI Dominique, 2000, « Euronews, un laboratoire de la production de l'information européenne », *Cultures et conflits*, 38-39, 121-152.
- BAISNEE Olivier, 2003, « Un impossible journalisme européen ». *Hermès*, 35 : 1, 145-151.
- BELLUATI Marinella, CAIMOTTO Cristina, RAUS Rachele, 2018, « Peur et identité dans les discours européens », *De Europa*, 1 : 2, 178 p.
- BELOT Céline, BRACHET Claire, 2004, « Note de synthèse. Enseigner l'Europe à travers l'Action Jean Monnet. État des lieux et pistes de réflexions », *Politique européenne*, 3 : 14, 149-163.
- BOZHINOVA Krastanka, 2011, « La terminologie eurolectale en usage dans les relations européennes », *Revue internationale d'études en langues modernes appliquées*, 4, 175-188.
- BRACHOTTE Gilles, FRAME Alexander (dir.), 2018, *L'usage de Twitter par les candidats #Eurodéputés @Europarl\_FR @Europarl\_EN. Perspectives internationales lors des élections au Parlement européen en mai 2014*, Caen, Éditions EMS, 353 p.
- CALABRESE Laura, HERMAND Marie-Hélène (à paraître), « La construction et la circulation d'un référent social : les eurorégions dans le discours médiatique », *Semen*, 48.
- CALLIGARO Oriane, 2017, « Quelle(s) culture(s) pour l'Europe ? Les visions contrastées du Conseil de l'Europe et de l'Union européenne de 1949 à nos jours », *Politique européenne*, 56 : 2, 30-53.
- CUSSÓ Roser, GOBIN Corinne, 2008, « Du discours politique au discours expert », *Mots. Les langages du politique*, 88, 5-11.
- DACHEUX Éric, 2016, *Sans les citoyens, l'Europe n'est rien. Pour une nouvelle communication publique au service de la démocratie*, Paris, L'Harmattan, 306 p.
- DACHEUX Éric, 2008, « Nouvelle approche de l'espace public européen. Dépasser le clivage entre sciences de l'information et de la communication et science politique », *Études de communication*, 14, 221-242.
- DACHEUX Éric, 2003, *L'Europe qui se construit : réflexions sur l'espace public européen*, Saint-Étienne, Presses universitaires de Saint-Étienne, 277 p.



- DENOIT Nicole, GALINON-MÉLÉNEC Béatrice (dir.), 2010, *Communication & Organisation* n° 17 : *Europe et communication*, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux.
- DUCHESNE Sophie (dir.), 2010, « L'identité européenne, entre science politique et science-fiction », *Politique européenne*, 30, Paris, L'Harmattan, 256 p.
- DUFRASNE Marie, 2017, « L'initiative citoyenne européenne révèle l'impasse communicationnelle entre les citoyens et les institutions », *Hermès*, 77 : 1, 63-70.
- FORET François, SOULEZ Guillaume (éd.), 2004, « Europe, la quête d'un espace médiatique ? », *Médiamorphoses*, 12. <http://hdl.handle.net/2042/23328>
- GARCIA Guillaume, LE TORREC Virginie (dir.), 2003, *L'Union Européenne et les médias. Regards croisés sur l'information européenne*, Paris, L'Harmattan, 154 p.
- GEORGAKAKIS Didier, SMITH Andy, 2004, « Enseigner l'Europe ». *Politique européenne*, 14 : 3, 5-19.
- GOBIN Corinne, DEROUBAIX Jean-Claude (dir.), 2018, *Le discours et la langue - Tome 10.1. Polémique et construction européenne*, Louvain-la-Neuve, EME Éditions, 101, 234 p.
- GOBIN Corinne, 1999, *L'Europe syndicale entre désir et réalité : essai sur le syndicalisme et la construction européenne à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle*, Bruxelles, Éditions Labor, 186 p.
- GOBIN Corinne, 1993, « La Confédération européenne des syndicats : un vocabulaire syndical européen ? », *Mots. Les langages du politique*, 36, 33-47.
- GOFFIN Roger, 1994, « L'eurolecte : oui, jargon communautaire : non », *Méta : journal des traducteurs*, 39 : 4, 636-642.
- GUILBERT Thierry, LEBARON Frédéric, 2017, « L'économie des mots et les mots de l'économie, analyse sociodiscursive des discours des dirigeants de la Banque centrale européenne », *Langage & Société*, 160-161, 217-235.
- HERMAND Marie-Hélène, 2019, « La reconnaissance sociale des eurorégions dans la presse : procédés sémi-discursifs d'attribution et de rejet », *Belgeo*, 2. <http://journals.openedition.org/belgeo/30574>.
- HERMAND Marie-Hélène (sous presse), *Eurorégions : l'éclosion de la communication transfrontalière*, Bruxelles, Éditions de l'université de Bruxelles, 221 p.
- KOUKOUTSAKI-MONNIER Angeliki (dir.), 2011, *Représentations du transfrontalier*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy - Éditions universitaires de Lorraine, 250 p.
- KREIS Georg, 2010, « L'émergence de la notion d'"identité" dans la politique de la Communauté européenne », *Relations internationales*, 140, 53-72.
- LADMIRAL Jean-René, LIPIANSKI Edmond Marc, 2015, [1989]. *La communication interculturelle*, 4<sup>e</sup> édition, Paris, Les Belles Lettres, 330 p.
- MAZÉ Camille, 2014, *La fabrique de l'identité européenne. Dans les coulisses des musées de l'Europe*, Paris, Belin, 384 p.
- MARCHETTI Dominique (dir.), 2018 [2004], *En quête d'Europe : médias européen et médiatisation de l'Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 301 p.

- MERCIER Arnaud (éd.), 2003, *Vers un espace public européen ? Recherches sur l'Europe en construction*, Paris, L'Harmattan, 238 p.
- NOUVEL Maguelone, 2011, « L'Europe en images : les représentations de l'Union européenne dans les manuels d'histoire d'aujourd'hui », dans Guillaume Bourgeois, Hélène Yèche (dir), *Signes, couleurs et images de l'Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 239-255.
- OGER Claire, OLLIVIER-YANIV Caroline, 2006, « Conjurer le désordre discursif. Les procédés de 'lissage' dans la fabrication du discours institutionnel », *Mots. Les langages du politique*, 81, 63-77.
- PETITHOMME Mathieu, 2011, « L'absence de conflictualisation des débats politiques sur l'Union européenne au sein des presses nationales : une analyse de contenu quantitative comparée des cas français, britannique, irlandais et espagnol (2005-2006) », *Politique européenne*, 33 : 1, 215-253.
- RADUT-GAGHI Luciana, 2017, « Les voies médiatiques des incommunications européennes ». *Hermès*, 77 : 1, 236-242.
- RAUS Rachele, 2018, « Qu'en est-il du dissensus au Parlement européen ? L'exemple du contre-discours de l'opinion minoritaire », *Argumentation & Analyse du discours*, 21. <https://journals.openedition.org/aad/2621>
- RAUS Rachele, 2014, « L'Eurojargon et sa variante française », *ARGOTICA*, 1 : 2, 383-394.
- RINGOOT Roselyne, UTARD Jean-Michel, 2003, « Les élections européennes dans la presse quotidienne régionale », dans Éric Dacheux, *L'Europe qui se construit. Réflexions sur l'espace public européen*, Saint Etienne, Presses universitaires de Saint-Etienne, 106-116.
- RINGOOT Roselyne, 2012, « Faire du 'journalisme européen de proximité'. Le cas d'une radio-école locale », *Sciences de la société*, 84-85, 121-137.
- ROBERT Cécile, VAUCHEZ Antoine, 2010, « L'Académie européenne », *Politix*, 89 : 1, 9-34.
- ROGINSKY Sandrine, JEANNE-PERRIER Valérie, 2015, « L'Europe sur les réseaux sociaux », *Communication & langages*, 183, 25-30.
- SEURRAT Aude, 2018, « Modèle psycho-social et impensé numérique dans l'élaboration d'un dispositif pédagogique. Le cas du programme 'Autobiographie de rencontres interculturelles du Conseil de l'Europe' », *Distances et médiations des savoirs*, 24. <http://journals.openedition.org/dms/3138>
- SOULEZ Guillaume, 2003, « Europe : un espace public en archipel », dans Éric Dacheux (dir), *L'Europe qui se construit : réflexions sur l'espace public européen*, Saint-Étienne, Presses universitaires de Saint-Étienne, 153-181.
- TIXIER Florian, 2019, *Incarner l'Europe par et dans les médias. Les militants d'information européenne et la construction d'un monde transnational du journalisme européen*, thèse, Université libre de Bruxelles, 502 p.

TRIMITHIOTIS Dimitriotis, 2016, *La Configuration des mythes sur l'Europe*, Paris, L'Harmattan, 262 p.

UTARD Jean-Michel, 2014, « La construction d'un ordre du discours européen sur Internet », dans Philippe Aldrin, Nicolas Hubé, Caroline Ollivier-Yaniv, Jean-Michel Utard (dir.), *Les mondes de la communication publique. Légitimation et fabrique symbolique du politique*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 322-338.

VAUCHEZ Antoine, 2015, « 'Les études européennes, quel ennui !' Quelques mots sur une illusion bien fondée... », *Politique européenne*, 50 : 4, 160-169.

## Biographie de l'auteur

**Marie-Hélène Hermand** est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Bordeaux Montaigne, où elle dirige le Master Communication publique et politique depuis 2018. Qualifiée également en sciences du langage et collaboratrice scientifique à l'Université libre de Bruxelles depuis 2017, ses travaux actuels portent sur l'émergence de la communication transfrontalière dans les eurorégions.