

2010

GUIDE MÉTHODOLOGIQUE À L'USAGE DES ÉTUDIANTS

La pratique du Journalisme européen de proximité

Avec le soutien
de la Direction Générale de l'Éducation
et de la Culture de la Commission européenne
dans le cadre du programme
«*L'Europe pour les citoyens*»



EDITEUR RESPONSABLE
Jean LEMAÎTRE
Institut des Hautes Etudes
des Communications Sociales (IHECS)
58-60, Rue de l'Étève
1000 Bruxelles

www.micro-europa.eu

TABLES DES MATIÈRES

Résumé

Introduction

VOLET 1 – Analyse de deux reportages

Partir d'un fait local : «L'identité nationale»

Partir d'une question européenne : «La vie privée»

Un exemple

VOLET 2 – 4 pays, 4 reportages, 4 angles : 1 sujet

Une comparaison

Une émission

Une démarche journalistique

VOLET 3 – Trois micro-européens témoignent

VOLET 4 – Nous avons traité, ils ont traité...

RÉSUMÉ

CE GUIDE S'ADRESSE À tout (apprenti) journaliste qui cherche à traiter l'information européenne en la rendant proche du citoyen. Il se base sur une expérience de deux ans du réseau européen de radios d'étudiants de cinq pays (Roumanie, Belgique, France, Royaume-Uni et Allemagne) : www.micro-europa.eu. Le guide 2010 se nourrit de la pratique de ce réseau. Il complète et enrichit ainsi la première version de la théorie du « journalisme européen de proximité », qui a fait l'objet du guide pratique 2009.

Plusieurs idées-phares émergent de ce guide 2010 :

- Trop souvent, l'information européenne est traitée de façon exclusivement institutionnelle. L'objectif du journalisme que nous prônons est de montrer que l'actualité politique de l'Union européenne est corrélée aux territoires, qu'elle les influence. Le journaliste qui veut relocaliser l'information européenne peut le faire de deux façons : en montrant les implications locales que peut avoir une décision prise au niveau européen ou à partir d'un fait local, remonter la source pour y découvrir la part d'Europe qui s'y cache.
- L'information européenne de proximité doit répondre à trois défis journalistiques : le concret, la pédagogie et la mise en débat.
 - > Le reportage doit être concret, il doit raconter une histoire dont le citoyen se sent proche. Il y a deux façons d'accrocher le lecteur/auditeur/télespectateur. Soit en travaillant dans une zone géographique proche du citoyen (médias locaux et proximité géographique),

soit en évoquant des thèmes plus particuliers qui intéressent l'audience (médias spécialisés et proximité thématique).

> Le reportage et l'émission doivent être pédagogiques. L'information européenne, peu de citoyens la connaissent. Les institutions et le fonctionnement européen sont méconnus, paraissent compliqués. Le journaliste doit apporter un éclairage institutionnel et politique permanent, à l'aide d'interviews, d'invités, de rappels, etc. Il doit sortir de la langue de bois, faire comprendre à l'aide de mots simples, sans être simpliste, sans déformer la réalité.

> Le reportage, l'émission et l'article doivent susciter le débat. Car c'est le débat contradictoire qui peut éveiller un intérêt et une conscience citoyenne européenne chez l'auditeur. Les contextes nationaux sont différents, les réalités locales changent d'un territoire à l'autre. Trop souvent, les Européens ignorent les situations de leurs voisins proches ou plus éloignés. Pour créer un sentiment d'appartenance européenne, pour éveiller une conscience citoyenne large qui dépasse les communautarismes, il faut dépasser les frontières, échanger des informations et des reportages entre les pays. Au-delà des différences de genre et d'approches. C'est ce que fait Micro-Europa, qui bénéficie du soutien de la Commission européenne à travers son programme «l'Europe pour les citoyens».

Ce guide décrypte les pièges et les bonnes pratiques des réalisations de Micro-Europa qui gardent en ligne de mire ce journalisme européen hors-normes. Il recueille aussi les témoignages et les « expériences-amies ». C'est surtout un guide qui a appris en marchant. Il résume ici les difficultés et succès qu'il a rencontrés. Amis futurs journalistes, bonne lecture !

Charlotte Maisin

Chargée de mission au Département International et Formation Continue de l'Institut des Hautes Etudes des Communications sociales (IHECS)

AUTEUR

Charlotte Maisin

MISE EN PAGE

Natacha Brixy

INTRODUCTION

A CONSTATS PRÉOCCUPANTS...

La dégringolade

Entre 2005 et 2010, le nombre de correspondants à Bruxelles couvrant les affaires européennes est tombé de 1300 à 847. Deux bonnes raisons à cette brusque dégringolade : l'activité politique communautaire ramollie et la crise économique du secteur des médias.

Le fossé, quel fossé ?

En juin 2009, la participation aux élections européennes a chuté au niveau plancher de 43 % en moyenne. Le chiffre est encore pire pour la participation des jeunes de 19 à 24 ans : en 2009, moins de 30% ont voté aux élections européennes. Nous voici face à un formidable paradoxe : alors que les compétences des institutions européennes ne cessent d'augmenter, influençant une part essentielle des législations nationales et, par là-même, de la vie quotidienne des cinq cent millions d'européens, ces derniers marquent, lors des scrutins, toujours plus de distance avec leurs représentants communautaires.

L'information européenne : Chère

Le poste de correspondant européen à Bruxelles coûte cher. Aux frais de bureaux et de déplacements s'ajoute le fait que faute d'octroi d'un statut spécial pour les journalistes, les rédactions étrangères payent 30 à 50% plus cher les salaires des correspondants à Bruxelles que dans leur pays.

Ce guide méthodologique est né de la pratique du réseau Micro-Europa lancé en 2008. Deux ans plus tard, le réseau des radios étudiantes européennes s'est trouvé un nom : Micro-Europa, une carte à suivre : la mise en pratique du journalisme européen de proximité et des moteurs : huit écoles et universités européennes disséminées dans cinq pays. Deux ans, cela permet également d'améliorer la communication entre les partenaires, d'échanger des outils de travail communs, de trouver des codes et des modes de travail partagés par tous. Aujourd'hui, la machine est en marche. Si elle tousse encore régulièrement et nécessite un entretien, il semble que les mécaniciens veuillent mettre tout en oeuvre pour qu'elle continue à avancer. Ce guide 2010, alliant la pratique et la théorie du journalisme européen de proximité, apporte sa pierre à l'édifice.

MICRO-EUROPA : QU'EST-CE QUE C'EST ?

A travers Micro-Europa, les différentes écoles de journalisme associées – les étudiants avec l'appui des enseignants – réalisent une émission européenne commune. Chaque mois, les écoles se mettent d'accord sur une thématique à traiter ensemble. Chacune d'entre elles réalise une production (sujet de 3 minutes), déclinant cette thématique. Via un script des productions traduit en anglais, chaque école réadapte les produits dans sa langue. Et, au final, une émission européenne de 30 à 60 minutes, est réalisée et diffusée sur chaque radio web.

UN GUIDE PRATIQUE APRÈS UN GUIDE THÉORIQUE

Ce guide méthodologique n'est pas le premier de la série. Le précédent, rédigé en 2009 sur la théorie du journalisme européen de proximité fut à la base d'un partenariat entre les écoles de journalisme en Belgique, néerlandophones et francophones. Les étudiants et leurs professeurs, dans un esprit didactique réciproque, tentent d'appliquer cette théorie dans les reportages et les émissions qu'ils créent chaque mois. Logiquement, ce guide intervient une année après la publication du guide précédent. Il est une façon de « tester » sur le terrain des concepts théoriques afin d'en tirer tous les enseignements possibles.

LE GUIDE ET LE SITE : DES RÉALISATIONS COLLECTIVES

Au cours de l'année académique 2009-2010, le réseau Micro-Europa s'est réuni trois fois (à Cluj, à Malines et à Nantes). Le site Internet (www.micro-europa.eu) a été pensé et structuré au fil de ces réunions. Aujourd'hui, les émissions et les productions du réseau sont accessibles via ce site, de même que les outils pédagogiques et méthodologiques. Ces trois réunions ont également servi de fil rouge à l'élaboration du guide 2010. Le débat entre étudiants, avec les professeurs, l'analyse des scripts, des reportages et des émissions des différents partenaires, l'éclairage apporté par le guide 2009 ont nourri la rédaction du guide que vous tenez entre les mains. Des étudiants et responsables du réseau interviennent dans ce guide méthodologique 2010 afin d'apporter un éclairage, plus qualitatif, sur la façon dont ils appliquent les idées du réseau Micro-Europa dans leurs propres contextes nationaux.

... IDÉES INNOVANTES !

Un champ de compétence large

Eveiller la curiosité des citoyens se fait en raccrochant l'information à des réalités qui leur parlent et en humanisant l'information. Ce n'est pas nouveau. Est-ce, pour autant, impossible d'appliquer ces concepts à l'information européenne ? Est-elle, en substance, trop technique et trop éloignée du citoyen ? Pas sûr. Car, avec un champ de compétences élargi, les décisions prises par l'Union européenne touchent autant l'agriculture que le marché intérieur et le commerce, l'environnement, l'énergie, la recherche, les affaires sociales, la coopération, etc.

Double proximité : thématique et géographique

Le correspondant bruxellois vit de l'intérieur l'ambiance des institutions européennes, le journaliste local est intégré dans un territoire et le journaliste spécialisé a une connaissance et des contacts dans un domaine spécifique. Et c'est à partir de son point d'ancrage que le journaliste peut traiter l'information. Cela empêche-t-il les médias locaux et spécialisés de parler d'Europe ? Non, au contraire :

- Preuve en est : l'information européenne concernant l'emploi et les affaires sociales est plus souvent délivrée par la presse non-traditionnelle, comme celle des syndicats.
- L'autre proximité possible est géographique : l'Union européenne agit de façon très concrète dans les régions, notamment via les fonds structurels européens qui incarnent la solidarité à l'intérieur de l'Union européenne.

INTRODUCTION

Vous avez dit « ennuyeuse, l'information européenne » ?

Parce que l'Union européenne produit moins d'information « croustillante », elle est, a priori ... ennuyeuse. Pourtant, certains événements comme la démission de la Commission Santer en 1999, le référendum français sur le Traité Constitutionnel européen en 2005 et, plus récemment, la désignation du Président du Conseil européen, mobilisent les citoyens. Ces pics de mobilisation évoluent au rythme d'une information européenne sporadique, trop tardive, intervenant le plus souvent lorsque que la décision est déjà prise. Si rien n'est fait pour informer et impliquer les citoyens en amont, pour leur permettre de faire entendre leur voix, l'Union européenne sera définitivement confisquée par des experts et des technocrates... et elle ira droit dans le mur. Résultat : entre le correspondant européen à Bruxelles et un autre, c'est le premier qui tombera.

Un niveau de pouvoir incontournable

Face à ces constats, on observe que la couverture médiatique des affaires européennes est faible. Pourtant, d'après l'Eurobaromètre 67 (printemps 2007), près de 45% des citoyens estiment qu'ils ne sont pas suffisamment informés sur les affaires européennes. Légitime ? Oui, car un pourcentage croissant de la législation nationale des pays-membres est influencée par l'Union européenne, ce qui fait d'elle un niveau de pouvoir incontournable. En résumé, de plus en plus de citoyens veulent être davantage informés sur l'Union européenne et de moins en moins de médias informent sur l'Union européenne.

SOUTIEN EN AMONT POUR PERSPECTIVES EN AVAL

Les huit universités et écoles – EuradioNantes, la City University of London, l'Université de Tübingen, l'Ihecs (Bruxelles), la Babes-Bolyai University de Cluj (Roumanie), la Katholieke Hogeschool Mechelen (Belgique), la Hogeschool West Vlaanderen Kortrijk (Belgique) et Business and Information Technology School de l'Université d'Iserlöhn (Allemagne) – ont participé activement à la réalisation de ce guide, par leur présence aux réunions internationales du réseau et leur implication dans les débats. Néanmoins, les partenaires de Micro-Europa ne veulent pas rester entre eux. Le réseau Micro-Europa a vocation à s'élargir, à essaimer, à partager théorie et pratique. Cette action collective n'existerait pas sans le soutien du programme « L'Europe pour les citoyens » de la Direction Générale de l'éducation et de la culture de la Commission européenne. Nous en profitons pour la remercier vivement car elle permet à notre action collective d'ancrer son action dans le temps et d'imaginer des perspectives futures.

LE GUIDE : POINT PAR POINT

En bref, ce guide méthodologique se base sur la pratique de deux années de Micro-Europa, au cours desquelles près d'une quinzaine de sujets ont été traités en commun par les huit radios étudiantes du réseau.

Le premier volet du guide analyse deux reportages réalisés par des étudiants de Micro-Europa. Le premier reportage part d'un fait local, le second part d'une question européenne plus globale. L'éclairage théorique permet de structurer ces analyses : c'est une analyse de type vertical.

Le deuxième volet compare les reportages de différentes écoles et universités sur un même sujet afin de parvenir à la réalisation d'une émission regroupant ces quatre reportages, c'est une analyse des reportages de type horizontal.

Le troisième volet fait intervenir trois étudiants et un enseignant du réseau Micro-Europa afin d'illustrer la nécessité de traiter autrement l'Europe, dans trois contextes nationaux respectifs (Allemagne, Roumanie et Belgique).

Finalement, le quatrième et dernier volet recense quelques sites d'information multilingues qui rencontrent les objectifs de Micro-Europa ou peuvent aider les étudiants en journalisme à puiser des informations.

Définir le journalisme européen de proximité

Le journalisme européen cherche à combler le fossé qui éloigne les citoyens de l'Union européenne en reliant l'information à des sujets et à un territoire proches des citoyens. Objectif ? Rendre l'information européenne intéressante et « reliée » et, ainsi, stimuler le débat sur les enjeux en présence. Ce journalisme exige une connaissance aigüe d'un sujet, d'un territoire et des mécanismes européens. C'est l'option que promeut Micro-Europa en intégrant théorie et pratique depuis plus de deux ans.

Partir d'un fait local : «L'identité nationale et l'Europe»

ANGLE

Aubel, un village belge, est situé au centre de l'« Euregio MeuseRhin ». Cette région regroupe des territoires de trois pays : la Belgique, les Pays-Bas et l'Allemagne. Dans les années 90, suite à l'abolition des frontières, les régions composantes de l'« Euregio Meuse/Rhin » se sont progressivement tournées les unes vers les autres. Plusieurs langues sont parlées dans la région, mais à Aubel, quel est le sentiment d'identité nationale des habitants ? Reportage à partir du marché dominical d'Aubel, à la rencontre des citoyens. Rencontre également avec le bourgmestre [« maire » en France] du village pour le faire rebondir sur cet « Eurégio Meuse/Rhin », son fonctionnement et sa valeur ajoutée.

REPORTAGE

Présentateur : Pour tenter de solidifier les contacts entre différentes nationalités, certains projets apparaissent, comme dans le village d'Aubel, qui se trouve au croisement de trois pays, à savoir l'Allemagne, les Pays-Bas et la Belgique. Ce village fait partie de l'Eurégio Meuse/Rhin, qui est l'un des plus anciens partenariats de coopération transfrontalière. Aurélie Pirkenne, Jean-François Vanwelde et Bertrand Habay se sont rendus au marché d'Aubel, dimanche dernier.

- Madame, bonjour !
- Euh, un fromage de Herve
- Bien madame

Voix OFF : Malgré le froid et la neige, les Aubelois et les autres sont au rendez-vous. Un peu perdu au milieu de nulle part, le village d'Aubel ne pourrait pourtant pas être plus multiculturel. Comme chaque dimanche, ce ne sont pas moins de quatre nationalités différentes qui se retrouvent sur la place du marché. Une particularité chère aux marchands.

- Ici à Aubel, par exemple, il y a assez bien de Hollandais et d'Allemands aussi.

Reporter : Vous faites d'autres marchés aussi ?

- Oui, j'en fais 6 la semaine.

Reporter : Et dans les autres marchés, vous voyez moins de...

- Moins d'étrangers parce que c'est dans la région liégeoise. Donc ici, c'est parce que c'est un petit village limitrophe ici hein, nous sommes aux confins des trois frontières.
- 6,05. Le compte rond
- Ah ben merci monsieur c'est bien gentil monsieur. C'est parfait. Au revoir et bon dimanche messieurs dames.

Reportage réalisé par les étudiants de l'Institut des Hautes
Etudes des Communications sociales (IHECS), février 2010,
sur l'angle de « L'identité en région transfrontalière »

Voix OFF : Loin de toutes les querelles communautaires, chacun fait un effort pour l'autre. Ici, les francophones osent et entament la discussion en Néerlandais.

- Dat is met blauwe kaas. Dat is deze hé?

- Nee, deze. Dat is pikant. Wilt u proef ook?

Voix OFF: Pour dépasser les frontières de la langue, six régions décident de se rassembler et de mettre leurs efforts en commun. L'Euregio Meuse-Rhin naît en 1976. Jean-Claude Meurens, actuel bourgmestre d'Aubel, a fait partie de son Parlement pendant trois ans.

Jean-Claude Meurens : L'Euregio c'est donc le rassemblement, c'est un Parlement eurégio, eurégional, qui regroupe la région d'Aix la Chapelle, Maastricht, le Limbourg hollandais, le Limbourg belge, la Province de Liège et la Communauté germanophone. Mais c'est compliqué évidemment. Il y a plusieurs langues, il faut des traducteurs, il y a beaucoup de projets qui doivent être acceptés de parts et d'autres, les projets doivent souvent être soutenus par trois des parties en présence. Dans le cas du projet Eurégio, ce sont les régions qui, de façon autonome, doivent s'impliquer dans les projets, les présenter, et les faire aboutir en essayant de convaincre les partenaires pour arriver au but.

Voix OFF : Une réalité pas toujours évidente donc, mais le jeu en vaut la chandelle. De nombreux projets voient le jour. Il existe par exemple un réseau de transports en commun pour les trois pays. Des coopérations sont mises en place entre les différents hôpitaux de la région, et fin février, près de 14 millions d'euros ont été dégagés. Ils serviront à financer neuf projets. Aubel, au coeur de l'Euregio Meuse-Rhin se veut un modèle de cette collaboration. Ici, tout le monde peut être chez soi. Cette petite bourgade au fin fond de la province de Liège laisse transparaître une identité bien européenne.

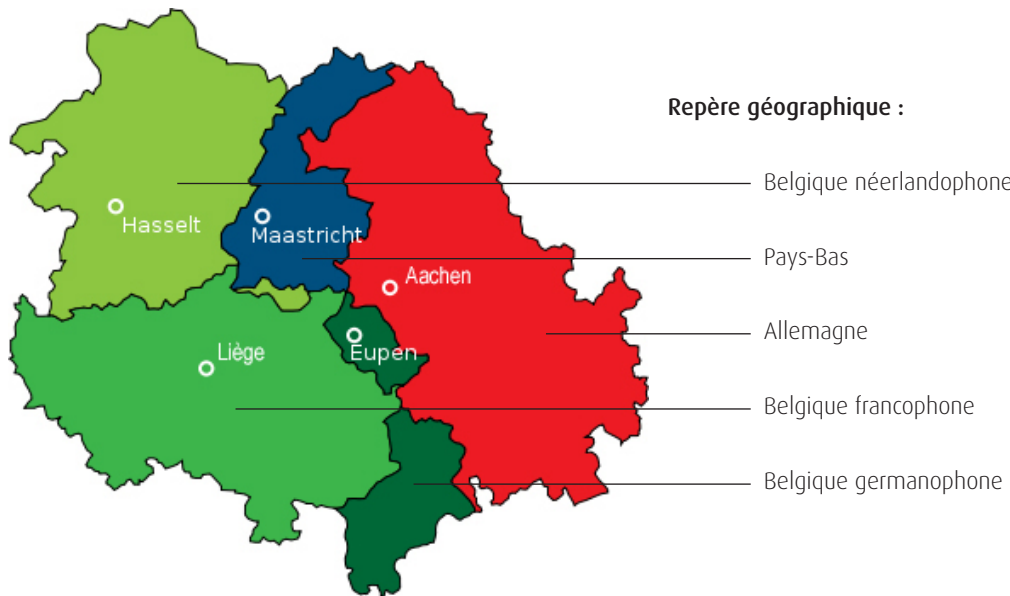
REBOND RADIO

Présentateur : Monsieur Lorenzen, vous êtes conseiller au Parlement européen, que pensez-vous des partenariats régionaux et nationaux comme celui de l'Eurégio Meuse/Rhin ?

Hannes Lorenzen : C'est là où l'Europe commence. C'est lorsque les gens travaillent ensemble, au-delà des frontières, sur quelque chose qui les concerne tous, que l'Europe se crée. Je crois aussi que les Etats-nationaux se définissent par leurs frontières tandis que les régions se définissent grâce à leur identité. Même si leurs identités sont différentes, il est possible, pour les régions, de travailler sur des thèmes communs, comme la coopération économique, la coopération liée à l'éducation, les projets liés à la protection de l'environnement, etc. Dans cet Eurégio ou au sein de projets européens tels que LEADER, on travaille ensemble sur des thèmes communs qui ne doivent surtout pas être réduits à des problèmes nationaux.

Présentateur : Vous venez d'évoquer LEADER. Justement, y a-t-il des projets européens du même genre ? On pense notamment aux initiatives communautaires dont le programme LEADER fait partie. Je rappelle que ce sont des programmes qui soutiennent les projets entre les régions de différents pays, particulièrement autour des frontières. Ces initiatives ont été supprimées. Vous avez écrit qu'elles étaient pourtant le meilleur lien entre l'Europe et le citoyen. En quoi consistaient-elles et selon vous, faudrait-il les réinventer ?

Hannes Lorenzen : Oui, ces initiatives étaient assez extraordinaires. Cela contrait l'approche «Top-Down», qui n'est pas très bien vue. Les institutions européennes souhaitent investir les niveaux locaux et régionaux. Dans le cas des initiatives européennes, c'était même étonnant que ces programmes proviennent directement de la part de la Commission européenne. Ces initiatives communautaires affirmaient qu'il fallait soutenir les citoyens dans leurs besoins et dans leurs idées pour s'organiser entre les différents secteurs. Par exemple, les initiatives privées, les ONG, etc. qui souhaitent travailler ensemble sur un projet d'environnement ou de développement local pouvaient créer leur propre programme, sans attendre le soutien de la région ou de la localité. Ils étaient indépendants dans leur gestion et organisation. Ces projets étaient directement sélectionnés et soutenus par les institutions européennes. Ça, c'était formidable. Car c'était une approche ascendante initiée par le niveau européen. Les gens ont constaté que, même avec peu d'argent, il était possible de travailler ensemble au niveau local, de se mettre en réseau avec d'autres expériences locales européennes. Et que l'Europe les y aidait concrètement. Ce qui a causé la fin des initiatives communautaires, c'est la vexation des autorités régionales et locales, qui n'avaient pas de contrôle sur ces initiatives, puisqu'elles étaient directement financées par le niveau européen. Certains Etats-membres ont donc demandé l'arrêt de ces initiatives en disant qu'elles sapient l'autorité des pouvoirs locaux et régionaux. Pourtant, ces initiatives ont été très bien reçues par la population et les acteurs locaux ; je pense que c'est ce succès qui a fait peur aux autorités. Aujourd'hui, on est revenus dans une optique de « mainstreaming », qui laisse les Etats sélectionner et contrôler les projets. C'est clairement une perte pour la qualité du lien entre le citoyen et l'Europe.



PARTIR D'UN FAIT LOCAL

- > **Avantages** : loi de proximité, idée d'une Europe qui commence dans les communes, les régions. Evite de faire face de façon trop frontale à l'abstraction européenne qui peut apparaître décourageante pour le public.
- > **Inconvénients** : place minimale réservée à la dimension européenne. Ne tient pas compte de l'agenda européen.
- > **Indications** : approprié pour les sujets pour lesquels un lien entre les agendas local et européen existe ou pour des sujets qui permettent des comparaisons.

QUATRE PARAMÈTRES DU « JOURNALISME EUROPÉEN DE PROXIMITÉ » À EXAMINER :

- > Les PUBLICS destinataires de l'information
- > Les FLUX d'information
- > L'OBJET de l'information
- > La TEMPORALITE de l'information

Trois défis journalistiques

- > Le Concret
- > Le Débat
- > La Pédagogie

LES PARAMÈTRES DU JEP

Les PUBLICS destinataires de l'information

	Territoire centraux	Territoires périphériques
Classes privilégiées	La plus forte offre	Offre intermédiaire
Classes moyennes	Offre intermédiaire	Offre intermédiaire
Classes pauvres	Offre intermédiaire	La plus faible offre

Quels sont les publics destinataires de l'information du reportage ?

CIBLE GEOGRAPHIQUE : Les régions. Le reportage prend l'exemple d'Aubel, un petit village situé dans la Province de Liège en Belgique, et montre l'intérêt européen de sa situation géographique. Toutes les régions européennes – transfrontalières en particulier – peuvent être intéressées par l'information.

> Territoires périphériques

CIBLE SOCIALE : Toutes. Le reportage est réalisé lors d'un marché du dimanche sur la place du village. Il évoque les possibilités et la richesse des collaborations entre les citoyens de différentes régions et de différents pays.

> **Toutes classes sociales**

> **Les FLUX d'information**

- 1) L'information descendante (top down), émise par les institutions européennes et/ou institutions nationales vers les citoyens
- 2) L'information ascendante (bottom up) : on recueille l'opinion des citoyens/ou les faits locaux pour en tenir compte au plan des superstructures européennes
- 3) L'information horizontale : on échange opinions et faits, de territoire en territoire européen

Dans ce reportage, quels sont les flux d'information?

INFORMATION HORIZONTALE : On apprend que plusieurs régions européennes, situées entre l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas, coopèrent ensemble depuis 1976. Elles ont créé un Parlement. Grâce à celui-ci, elles présentent, défendent et réalisent des projets ensemble.

INFORMATION ASCENDANTE : Cette organisation est un fait local dont peuvent se saisir les superstructures européennes. Les difficultés émises par le bourgmestre d'Aubel peuvent sensibiliser les institutions et les inciter à trouver des solutions.

INFORMATION DESCENDANTE : Elle ne fait pas partie du reportage. Dans ce cas-ci, l'information de type « descendante » est donnée par l'invité présent dans le studio. Il réagit au reportage grâce aux questions des journalistes. Par cet interview, les auditeurs ont une information plus complète et précise des programmes européens qui favorisent ce type de collaboration entre régions.

> **L'OBJET de l'information**

Expliquer les décisions, législations, politiques : Très présent

Communiquer les opportunités financières : Assez présent

Susciter le débat et la citoyenneté européenne active : Assez rare

Mieux connaître les réalités et cultures propres à chaque pays européen : Très rare

Dans ce reportage, quels sont les objets de l'information?

EXPLIQUER LES DECISIONS, LEGISLATIONS, POLITIQUES : Cet objet ne fait pas partie du reportage. C'est l'invité présent sur le plateau qui apporte cet aspect.

COMMUNIQUER LES OPPORTUNITES FINANCIERES

Cet objet ne fait pas partie du reportage. Il est légèrement évoqué par l'invité dans l'interview qui suit le reportage.

MIEUX CONNAITRE LES REALITES ET LES CULTURES PROPRES A CHAQUE PAYS EUROPEEN

Si les réalités et la culture ne sont pas explicitées, les sons d'ambiance du marché d'Aubel accrochent l'auditeur. Les langues se mêlangent et témoignent de la réalité culturelle du village.

SUSCITER LE DEBAT ET LA CITOYENNETE EUROPEENNE ACTIVE

Ce reportage tend à montrer que l'identité n'est pas exclusive. Au contraire, Aubel est un village qui a sa propre identité, ses produits locaux, ses traditions,... Mais, au-delà de ces aspects, le village a acquis une identité plus européenne due aux échanges et collaborations entre les régions limitrophes. Le marché dominical et l'Eurégio Meuse/Rhin participent activement à ces échanges.

La TEMPORALITE de l'information

Trois niveaux :

- après la prise de décision européenne
- pendant la prise de décision européenne
- avant la prise de décision européenne

Quelle est la temporalité de l'information dans le reportage ?

L'information du reportage ne tient pas compte de l'agenda européen. C'est une de ses limites. On apprend, lors de l'interview qui suit le reportage, que le programme européen en question (les initiatives communautaires) est terminé. Il aurait fallu évoquer le sujet avant ou pendant la prise de décision plutôt qu'après.

TROIS DÉFIS JOURNALISTIQUES

Le Concret : Révéler les liens et implications concrètes que les décisions européennes entretiennent avec la vie quotidienne locale (régions, villes territoires).

Le reportage essaye de concrétiser les décisions européennes et montrer leurs implications dans la vie quotidienne des citoyens. Pour améliorer le côté « concret » du reportage, il aurait été intéressant de développer un projet de collaboration spécifique. En ce sens, le marché et l'Eurégio Meuse/Rhin, s'ils évoquent tous deux le sujet du reportage, n'ont pas de lien direct entre eux.

Le Débat : Montrer les enjeux des projets politiques et législatifs. Faire ressortir les contradictions, les arguments « pour » et « contre ». Faire circuler les opinions.

Le débat est lancé grâce aux commentaires des marchands du village d'Aubel et lors de l'interview du bourgmestre du village. Cela dit, les avis ne sont pas confrontés. Avec un reportage plus long, d'autres intervenants auraient pu donner leur avis sur l'organisation de l'Eurégio Meuse/Rhin et sur l'importance des collaborations entre régions.

La Pédagogie : Favoriser la compréhension du système politique institutionnel de l'Union européenne et des politiques européennes.

Le reportage n'explique pas concrètement ce qu'est un programme transfrontalier et en quoi il peut rapprocher l'Europe de ses citoyens. L'aspect pédagogique est apporté par l'interview qui suit le reportage.

LES LIMITES DE CE REPORTAGE

Pas de concordance
avec l'agenda européen

Peu de mise en débat
dans le reportage

L'aspect concret du reportage
n'est pas mis en lien direct
avec l'information européenne

LES BONS POINTS DE CE REPORTAGE

L'Europe est vécue dans le quotidien concret des citoyens qui interviennent dans le reportage

L'interview vient combler les manquements du reportage

Les cibles de l'information et l'objet de l'information diffèrent de ce que l'on a l'habitude d'entendre sur l'Union européenne

PARTIR D'UNE QUESTION EUROPÉENNE : «La vie privée»

ANGLE

La protection des données personnelles est une priorité politique de l'Union européenne. Pourtant, chaque Etat-membre a ses propres règles en matière de protection des données personnelles. Qui a accès à ces informations, comment sommes-nous protégé contre la fraude et quel cadre juridique nous encadre-t-il ? Ce sont certaines questions auxquelles nous essayons de répondre dans ce reportage.

REPORTAGE

Voix OFF : Au niveau international, le problème du non-contrôle de nos données privées a augmenté au moment où nos données personnelles ont été exposées dans la sphère cybernétique. Pourquoi collecte-t-on nos données personnelles, comment certaines entreprises s'en emparent sans autorisation préalable et à quel point ce trafic nous affecte-t-il ? En ce qui concerne la loi roumaine 677/2001 sur la protection des personnes et de leurs données, notre collègue, Andrada LDutaru a des précisions.

INTERVIEW 1

Andrada LDutaru : La loi actuelle a pour objectif de garantir et de protéger les droits et les libertés des personnes, particulièrement le droit à l'intimité, à protection de la famille et à la vie personnelle et au traitement des données personnelles. L'exercice des droits prévu par la loi actuelle ne peut être restreint, sauf dans certains cas expressément prévu par la loi. Le traitement des données personnelles peut être affecté uniquement si la personne ciblée donne son approbation pour ce traitement spécifique.

Voix OFF : Cela dit, avec l'objectif de contrer le terrorisme et la criminalité, il semble que ce fichage systématique de nos données personnelles fait partie d'évolution normale du 21ème siècle. Dans un pays comme la Roumanie, au vu de la récente histoire des dictatures et du communisme, l'accès et le contrôle des autorités à nos

informations concernant notre religion, notre orientation sexuelle ou notre engagement politique peuvent sembler excessifs. La députée européenne roumaine, Renate Weber, évoque les désavantages de cet accès non désiré à ces informations.

INTERVIEW 2

Renate Weber : Je crois vraiment que le fait de collecter autant de données personnelles est injustifié. J'ai l'impression qu'on est tous fichés. Ma plus grande crainte est de savoir que ces données naviguent quelque part dans le cyber espace et qu'elles peuvent être utilisées par quelqu'un de négligeant ou même malveillant.

Voix OFF : Au sein de l'Union Européenne, de nombreuses discussions sur le thème de la protection des données personnelles apparaissent alors même que les Etats Membres n'ont rien prévu de concret dans ce domaine. A nouveau, le parlementaire européen Renate Weber.

Renate Weber : Je souhaiterais rappeler que le Parlement Européen est la seule institution qui insiste sur l'importance de la garantie que l'accès aux données personnelles ne peut se faire que dans des situations restrictivement définies, et que seule une partie de ces données sont alors transmises. C'est, par exemple, l'un des problèmes qui nous intéressent le plus.

Reportage réalisé par les étudiants de Babes-Bolyai University à Cluj (Roumanie), avril 2010, sous l'angle de «la protection de la vie privée sur Internet»

Voix OFF: Un autre problème est soulevé par la divulgation volontaire de données personnelles, sous l'égide de la politique de confidentialité qu'Internet implique. Ceci dit, Internet demeure le secteur le plus productif pour lesdits voleurs d'identités. Dans ce contexte, la technologie couvre tant notre vie publique que notre vie privée et nous nous trouvons face à une crise internationale. Quelles sont les solutions dans cette situation ? Écoutons Chereches Zoltan, spécialiste des technologies informatiques.

INTERVIEW 3

Chereches Zoltan: Premièrement, la personne qui transmet ses données personnelles doit savoir s'il peut faire confiance au site Internet en question. C'est seulement s'il a la garantie que le site est de confiance, que la responsabilité de la société gestionnaire du site peut être engagée pour défaut de protection des données personnelles. Il doit y avoir un accord clair entre les deux parties.

PARTIR D'UNE QUESTION EUROPÉENNE :

- > **Avantages** : En collant à l'agenda européen, on garantit la possibilité d'une participation démocratique plus évidente des citoyens européens en les informant en amont des décisions européennes en préparation.
- > **Inconvénients** : Risque de se heurter au désintérêt du public face à une Europe abstraite, jargonneuse. Nécessite davantage de pédagogie.
- > **Indications** : Approprié pour l'information européenne au sens large. Il s'agit ici de faire résonner des centres d'intérêt locaux derrière les décisions européennes.

QUATRE PARAMÈTRES DU « JOURNALISME EUROPÉEN DE PROXIMITÉ » À EXAMINER :

- > Les PUBLICS destinataires de l'information
- > Les FLUX d'information
- > L'OBJET de l'information
- > La TEMPORALITE de l'information

Trois défis journalistiques

- > Le Concret
- > Le Débat
- > La Pédagogie

LES PARAMÈTRES DU JEP

Les PUBLICS destinataires de l'information

	Territoires centraux	Territoires périphériques
Classes privilégiées	La plus forte offre	Offre intermédiaire
Classes moyennes	Offre intermédiaire	Offre intermédiaire
Classes pauvres	Offre intermédiaire	La plus faible offre

Quels sont les publics destinataires de l'information du reportage ?

CIBLE GEOGRAPHIQUE: Le reportage évoque la loi roumaine de protection de la vie privée ainsi que l'histoire de ce pays en termes de protection des données personnelles. Dès lors, elle cible les auditeurs roumains. Mais tout usager d'internet peut se sentir concerné par le reportage.

- > Territoire national

CIBLE SOCIALE : Toutes les personnes qui naviguent sur internet peuvent se sentir concernées. Selon les données d'Eurostat en 2009¹, dans l'Europe des 27, 49% utilisaient internet tous les jours ou presque tous les jours. Cela concerne majoritairement les publics privilégiés et moyennement aisés.

> **Classes privilégiées et moyennes, moins de classes pauvres.**

Les FLUX d'information

- 4) L'information descendante (top down), émise par les institutions européennes et/ou institutions nationales vers les citoyens
- 5) L'information ascendante (bottom up) : on recueille l'opinion des citoyens/ou les faits locaux pour en tenir compte au plan des superstructures européennes
- 6) L'information horizontale : on échange opinions et faits, de territoire en territoire européen

Dans ce reportage, quels sont les flux d'information?

INFORMATION DESCENDANTE : Dans ce reportage, on apprend que depuis 2001, la Roumanie a une loi qui protège les données personnelles. De plus, on se rend compte que le Parlement européen est particulièrement attaché à ces questions et qu'il encourage, par ses législations, à renforcer les textes nationaux sur cette matière. C'est de l'information descendante.

INFORMATION HORIZONTALE : Le reportage nous informe sur la législation roumaine en matière de protection des données personnelles et sur la tradition historique, en matière de contrôle de ces données privées, d'un pays qui a vécu plusieurs années de dictature communiste.

INFORMATION ASCENDANTE : Il n'y a pas de ce type d'information dans le reportage.

L'OBJET de l'information

Expliquer les décisions, législations, politiques : Très présent

Communiquer les opportunités financières : Assez présent

Susciter le débat et la citoyenneté européenne active : Assez rare

Mieux connaître les réalités et cultures propres à chaque pays européen : Très rare

Dans ce reportage, quels sont les objets de l'information?

EXPLIQUER LES DECISIONS, LEGISLATIONS, POLITIQUES : Bien que le reportage ne cite pas la législation européenne en matière de protection des données personnelles, il souligne l'importance du rôle du Parlement européen sur ces questions. La loi roumaine, quant à elle, est nommée et brièvement expliquée.

MIEUX CONNAITRE LES REALITES ET LES CULTURES PROPRES A CHAQUE PAYS EUROPEEN : Le passage sur l'histoire roumaine peut sensibiliser l'auditeur et l'informer sur d'autres réalités culturelles.

¹ Statistique (2009) des «Particuliers utilisant fréquemment l'internet» : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=fr&pcode=tin00092&plugin=1>

SUSCITER LE DEBAT ET LA CITOYENNETE EUROPEENNE ACTIVE

La dernière interview implique le citoyen en lui expliquant concrètement quelle est sa responsabilité. Le propos n'est pas confronté par d'autres intervenants mais il peut susciter un débat, en aval du reportage, par exemple au sein d'une émission.

COMMUNIQUER LES OPPORTUNITES FINANCIERES

Ce n'est pas l'objet du reportage.

La TEMPORALITE de l'information

Trois niveaux :

- après la prise de décision européenne
- pendant la prise de décision européenne
- avant la prise de décision européenne

Quelle est la temporalité de l'information dans le reportage ?

L'intérêt d'une information de type ascendante est qu'elle peut facilement «coller» à l'agenda politique européen et intervenir avant ou pendant la prise de décision. Dans le cas de ce reportage, on ne fait pas mention de débats parlementaires européens à l'ordre du jour, ni de modifications de la loi. Ce reportage est davantage de nature explicative. Il lui manque un «à-propos politique».

TROIS DÉFIS JOURNALISTIQUES

Le Concret : Révéler les liens et implications concrètes que les décisions européennes entretiennent avec la vie quotidienne locale (régions, villes territoires).

Dans ce cas-ci, le Parlement européen se rapproche des préoccupations

concrètes et quotidiennes des citoyens : la protection des données personnelles sur internet concerne tout le monde. Le fait d'interviewer une eurodéputée roumaine, issue du pays où est réalisé le reportage, concrétise également la politique européenne et son organisation.

Le Débat : Montrer les enjeux des projets politiques et législatifs. Faire ressortir les contradictions, les arguments « pour » et « contre ». Faire circuler les opinions.

Ce reportage démontre la nécessité de réguler la collecte des données personnelles sur Internet. Cela suscite le débat. Néanmoins, les avis ne sont pas confrontés ; les opinions vont toutes dans le même sens.

La Pédagogie : Favoriser la compréhension du système politique institutionnel de l'Union européenne et des politiques européennes.

Ce reportage apprend au citoyen que le Parlement européen travaille sur des thèmes concrets et a une réelle valeur ajoutée. Pourtant, aucune information concrète n'est donnée sur la législation européenne relative (Directive 95/46/CE sur la protection des personnes physiques à l'égard des données à caractère personnel).

LES LIMITES DU REPORTAGE

Il n'y a pas de concordance avec l'agenda européen

L'information descendante n'est pas assez précise : en analysant davantage la législation européenne, le reportage aurait été plus riche

Le reportage suscite le débat mais ne confronte pas des arguments opposés

LES BONS POINTS DU REPORTAGE

C'est une information de type «descendante» qui touche beaucoup de citoyens

Le reportage concrétise son propos en interviewant des personnes différentes et en évoquant la responsabilité du citoyen.

L'aspect pédagogique est intéressant car le lien entre l'Union européenne, l'Etat nation et le citoyen est mis en valeur.

EXEMPLE

«*Le Soir*» est un quotidien belge francophone. Cet article est paru dans les pages régionales de son édition du 2 octobre 2010. C'est un exemple concret de «Journalisme européen de proximité» : l'article part d'une question européenne qu'il décline au niveau local.

UN EXEMPLE CONCRET DANS «LE SOIR»

«L'Europe des gens a 20 ans»

DURIEUX, SANDRA- Samedi 2 octobre 2010

Transfrontalier : Le programme Interreg privilégie la proximité

Derrière son nom barbare, Interreg cache une véritable révolution pour les citoyens européens. Lancé il y a tout juste vingt ans, ce programme de cofinancement européen favorisant la coopération entre les différentes régions de l'Union, a permis de concrétiser des dizaines de milliers de projets dans chacun des 27 Etats-membres.

Tous ont en commun de répondre à des besoins concrets des habitants en termes de mobilité, de soins de santé ou encore de développement économique. Bref, une des rares politiques visibles de l'Europe qui ne grappille pourtant que 2,5 % du budget de l'Union. «Mon souhait est d'accroître la ligne budgétaire dédiée à la coopération territoriale», a assuré le commissaire européen en charge de la politique régionale, Johan Hannes, lors du colloque organisé hier à Tournai sur cette coopération.

Lancée en 2007, la quatrième version du programme Interreg court jusqu'en 2013. Elle distingue trois types de coopération: transfrontalière (Interreg A), transnationale (B) et interrégionale (C). La Wallonie est impliquée dans trois programmes de coopération transfrontalière qui mettent en relation les provinces de Hainaut, Namur, Liège et Luxembourg avec les régions françaises du Nord-Pas-de-Calais, Picardie, Champagne-Ardenne, Moselle, etc., mais aussi des provinces flamandes, la Communauté germanophone, le grand-duché du Luxembourg et quelques länder allemands.

Avec 250 millions de budget dont plus de la moitié financée par l'Europe, le programme Interreg «France-Wallonie-Vlaanderen» est le plus important du territoire wallon. Il finance 142 projets aussi di-

vers que des valorisations touristiques, des préventions des risques d'inondation, de création de service unique de soins de proximité, etc. Avec à la clé, quelque 600 emplois créés ou simplement maintenus.

Via Interreg, la Wallonie a su exploiter la particularité de son territoire frontalier pour mettre en place des coopérations productives et attirer ainsi les récompenses européennes. Quand elle ne s'érige pas en modèle notamment à travers l'eurométropole Lille-Tournai-Courtrai, tout premier groupement européen de coopération territoriale (GECT) qui en a inspiré six autres depuis et 16 en préparation.

Un orchestre international

Le réseau «Vis à Vis» a pour objectif de permettre aux musiciens et acteurs culturels des régions du Nord-Pas-de-Calais, de Flandre-Occidentale et de Wallonie de créer des productions musicales communes sur le thème de la musique populaire et festive. C'est grâce à ce réseau qu'est né l'Orchestre international du Vetex, une fanfare transfrontalière composée de musiciens des trois régions qui ne se connaissaient absolument pas auparavant. Très vite remarqué grâce à sa musique festive et énergique, l'orchestre a déjà enregistré deux albums, assuré 400 concerts et créé un spectacle vivant dans les Balkans.

Thème du réseau : «Strike and protest»

4 PAYS, 4 REPORTAGES, 4 ANGLES : 1 SUJET

Reportage de l'Institut des Hautes Etudes des Communications sociales (IHECS)

En Belgique, on manifeste moins comparé à d'autres pays européens. C'est dû au niveau élevé de travailleurs affiliés aux organisations syndicales et à l'organisation du dialogue social mis en place après la seconde guerre mondiale. Par contre, à l'échelle européenne, il est plus compliqué d'organiser des actions collectives en raison d'intérêts nationaux divergents. Et tandis que l'économie se globalise, les associations patronales rencontrent encore de nombreuses difficultés à s'entendre avec les associations internationales de travailleurs.

Le reportage de l'IHECS fait intervenir :

- Marc Sinnaeve : Professeur d'information sociale à l'IHECS
- Claude Rolin : Secrétaire général de la Confédération des Syndicats chrétiens de Belgique (CSC).
- Des automobilistes coincés dans un embouteillage à cause d'une grève

On y aborde :

- L'organisation sociale belge, sa « culture de la concertation » et le nombre élevés de travailleurs affiliés à un syndicat (60% des travailleurs en Belgique contre 8% en France).
- Le nombre peu élevé de jours de grève dans le pays (en tout, 90.000 jours de travail ont été consacrés à des actions de grève), un chiffre comparable aux pays nordiques.
- L'idée d'organiser des grèves européennes pour protester face aux mesures prises suite à la crise
- La difficulté de s'organiser au niveau international et de fédérer les travailleurs au vu des différences entre les systèmes sociaux, les habitudes et les contextes socio-économiques de chaque pays européen.

Reportage de l'Université de Tübingen

L'Allemand qui se risquera à jeter un coup d'oeil sur ses pays voisins sera surpris. Les citoyens des autres pays européens font volontiers la grève, de façon plus engagée, souvent plus longtemps et ils sont toujours plus nombreux. Que se passe-t-il en Allemagne? Sans doute, les travailleurs sont-ils plus réservés. Ou peut-être protestent-ils de façon plus tactique et adéquate... Conformément au caractère allemand.

Le reportage de l'Université de Tübingen fait intervenir :

- Jörg Neuheiser : Chercheur à l'Université de Tübingen spécialisé sur l'histoire des conflits sociaux
- Reinhard Bahnmüller : Travailleur à l'Institut pour la Technique, le Travail et la Culture de Tübingen
- Jasmina Gherairi : Doctorante travaillant sur la dimension rhétorique des grèves

On y aborde :

- Le peu de grèves et manifestations en Allemagne (3,6 jours par an pour 1000 travailleurs, pour 100 en France et Espagne et 203 au Canada). Les premières manifestations de masse ont eu lieu vers la moitié du 18ème siècle lors de la course à l'industrialisation. Mais à part une résurgence au début des années 1970, il n'y a pas eu beaucoup d'autres grèves d'ampleur.
- Le fait que l'Allemagne dispose d'une loi constitutionnelle qui protège le droit à la grève. Elle prévoit que seules les organisations de défense des travailleurs peuvent « appeler » à la grève qui peut avoir lieu seulement si 75% des employés y participent. Si les organisations des travailleurs soutiennent la grève, elles prennent en charge les salaires des travailleurs. Ça renforce la solidarité.
- Le langage symbolique des grèves pour atteindre leur but : brûler une voiture en Allemagne n'a pas les mêmes répercussions qu'en France.

Reportage d'Euradio Nantes

En France, il se peut que vous arriviez à la gare pour prendre un train... pour constater que tous les voyages sont annulés. Alors, vous allumez la radio, mais on y passe que de la musique. Votre enfant vous appelle de l'école pour prévenir que son professeur ne donnera pas la classe. Le pays est-il rentré en période d'hibernation ? Non, c'est probablement une nouvelle grève ! Les Français en ont peut-être l'habitude mais, pour les étrangers, cela peut sembler extrême. Aurélien Frances et Joanna Impey d'EuradioNantes ont cherché à comprendre pourquoi les Français sont aussi prompts à rejoindre les rues.

Le reportage d'Euradio Nantes fait intervenir :

Bruno Lefèvre : Anthropologue sociologue spécialiste du monde du travail à l'Université de Nantes

On y aborde :

- La grande propension des Français à faire la grève lorsque des projets politiques remettent en cause les acquis sociaux de ces dernières décennies. Dans ce sens, les Français se révoltent particulièrement contre les directives européennes qui privatisent les services, limitent les budgets de l'éducation, de la santé ou remettent en cause l'âge de la retraite.
- La difficulté, pour les grévistes, d'attirer les médias et le changement de comportements des grévistes : aujourd'hui, il y a plus de grèves qu'il y a 15-20 ans, mais elles sont plus courtes.
- Le fait que les grèves et manifestations font partie de la culture nationale mais qu'elles sont un peu trompeuses car, dans les faits, il est très difficile d'évaluer le niveau de solidarité en France.

Reportage de la City University London

Le reportage est consacré à une manifestation qui a eu lieu dans le centre de Londres pour protester contre l'engagement du Royaume-Uni dans la guerre en Irak. Ce jour-là, Tony Blair était auditionné par la Commission "Chilcot" qui étudiait les conditions d'engagement du Royaume-Uni dans la guerre en Irak. Tony Blair tentait d'y justifier ses décisions. 80 places étaient réservées à des témoins tirés au sort tandis que des manifestants s'agglutinaient devant le bâtiment où avait lieu l'audition. Les reporters se posent une question centrale : de nos jours, les manifestants rencontrent-ils parfois leurs buts et quel est le rôle de la manifestation dans la société anglaise?

Le reportage de l'Université de Londres fait intervenir :

- Des militants présents à la manifestation qui avait lieu devant le bâtiment où se déroulait l'audition de Tony Blair.
- Un témoin présent à l'audition de Tony Blair
- James Anslow : Journaliste depuis 30 ans, qui a été pendant longtemps pro-Blair.
- Steve Richards : Rédacteur en chef politique du journal «The Independent»

On y aborde :

- Les propos des activistes qui veulent juger Tony Blair au tribunal de La Hague
- Le fait que Londres a été, depuis le 13ème siècle, le théâtre des manifestations engagées (Peasants' Revolt en 1381, les émeutes pro-démocratiques au début des années 1800 et les récentes protestations contre le G20).
- L'avis de journaliste qui relativise les propos des militants anti-Blair
- Les impressions d'un témoin présent à l'audition de Tony Blair
- L'analyse de Steve Richards sur l'impact de plus en plus faible des manifestations et des grèves sur les décisions gouvernementales au Royaume-Uni.



La création d'une émission radiophonique comprenant ces quatre reportages permet :

• **L'UTILISATION DU CONFLIT GRÂCE À LA DÉMARCHÉ COMPARATIVE**

« Comment cela se passe-t-il dans d'autres Etats-membres de l'Union européenne ? Comment un enjeu européen est-il appréhendé dans une autre région européenne? » Cette approche permet de souligner les convergences et/ou divergences de pratiques dans les différents secteurs de la vie sociale et politique, proches des citoyens. Elle favorise aussi le dialogue interculturel horizontal.

• **LA MISE EN PRATIQUE DE L'INFORMATION HORIZONTALE**

On échange opinions et faits, de territoire en territoire européen




PÉDAGOGIE

L'hétérogénéité des publics destinataires nécessite une importante adaptation pédagogique. Le recours aux moyens infographiques et interactifs efficaces peuvent fortement aider à rendre digestes des données très complexes.

> Ces quatre reportages et leurs intervenants sont dynamiques, ils participent à rendre le contenu accessible et à susciter l'intérêt des auditeurs. A partir de ces reportages, il est plus facile d'ajouter de l'information de type « transversale », c'est-à-dire européenne, ou ciblée sur le pays qui émet l'émission. Comment faire ? En faisant participer des invités spéciaux à l'émission et en les faisant réagir aux reportages.

> Si cette émission est disponible sur Internet, il est intéressant de l'accompagner de données et de liens. Par exemple, en regroupant les données chiffrées dans un encart ou en proposant des sites-resources liés au sujet traité (Exemple dans ce cas-ci : la Confédération européenne des Syndicats)

EMISSION



CRÉATION DE SON MÉDIA

L'information européenne est victime dans de trop nombreuses rédactions de l'idée selon laquelle l'Europe ne fait pas vendre. Mais Internet offre un espace intéressant de création de nouveaux médias. Des blogs, web-radios, web-télévisions peuvent être créés à moindre coût. La web-radio semble particulièrement convenir aux modes de consommation moderne des médias. « Podcastables », ses contenus peuvent être écoutés partout, contrairement aux autres médias. La radio a un double avantage : elle est plus facilement accessible que la presse écrite puisqu'elle ne demande pas de moyens techniques sophistiqués. Elle est aussi plus économique que la formule télévisée.

> Pour supporter le système qu'il a mis en place, le réseau Micro-Europa a choisi la radio. Cela laisse une grande liberté d'action à chaque école et université, l'écriture est plus libre et ne demande pas de traducteurs professionnels, la mise en ligne sur Internet, via une web-radio, permet une plus grande flexibilité que la diffusion sur les ondes et le tout est assez économique, si l'on considère que le matériel d'enregistrement et de montage est mis à disposition par l'école ou l'université.



DIVERSIFICATION DES SOURCES

La Commission européenne, si elle occupe une place centrale dans la mécanique européenne (c'est le gouvernement de l'Union européenne), n'est pas la seule institution qui compte. D'autres organisations, comme le Parlement européen, le Conseil des ministres, le Comité économique et social et le Comité des Régions, jouent un rôle important pour fournir un bon éclairage de l'actualité européenne. La société civile européenne (ONG, associations...) constitue également un acteur non négligeable, aidant à donner une vision concrète des enjeux européens.

> On constate qu'aucun des quatre reportages n'évoque ou ne fait intervenir ni la société civile organisée au niveau européen (Ex : la Confédération européenne des syndicats (CES), les ONG sociales, etc.) ni les institutions européennes (Ex : le Comité économique et social européen). Seules les sociétés civiles organisées aux niveaux nationaux (Confédération des Syndicats Chrétiens de Belgique), le monde académique et la sphère médiatique interviennent. C'est un manque que l'on peut combler grâce à l'émission, en complétant par des interviews ou par l'intervention d'invités.



ORGANISATION EN RÉSEAU

Souvent de petites tailles, les structures d'information européenne de proximité gagnent à s'organiser en réseau. Le réseau facilite l'échange et la diffusion de l'information, favorise la rencontre et la connaissance interculturelle. Elle permet aussi d'obtenir davantage d'aides et de subventions.

> La difficulté d'une telle émission est de dénicher des reportages qui évoquent le même sujet, dans différents pays, dans un format semblable et adapté. De plus, la barrière de la langue est un obstacle majeur. Micro-Europa est un réseau qui a cherché à surmonter ces freins. Chaque mois, des étudiants de huit universités et écoles de journalisme créent un reportage sur un même sujet, en respectant des contraintes de format communes. Ensuite, ils retranscrivent et traduisent en anglais leur reportage sur un script partagé par l'ensemble du réseau. Ces scripts, échangés grâce à un serveur, permettent aux étudiants de traduire et doubler les reportages de leurs confrères et ensuite, de les intégrer dans une émission radiophonique qui sera diffusée sur Internet ou sur les ondes.

Parler de l'Europe : le résultat d'une démarche journalistique...

L'utilisation du conflit / le débat

Il s'agit de faire échanger des acteurs de différents niveaux : commissaire européen, citoyen, organisation de la société civile, responsable politique...

Reportage de l'ihcs et de la City University London : Des citoyens, un responsable d'organisation syndicale et des journalistes de différentes tendances s'expriment au sein du même reportage. Les discours sont aussi divergents.

Reportage d'EuradioNantes : Bien qu'il s'agisse d'un anthropologue qui tient un discours neutre et analytique, il est le seul intervenant du reportage. Cela ne favorise pas le débat.

Reportage de l'Université de Tübingen : La parole est donnée à plusieurs intervenants, ce qui est positif. Cependant, ils font (presque) tous partie de la sphère académique, ce qui ne stimule pas le débat.

- + Le débat est présent grâce à la pluralité des intervenants des différents reportages.
- Certains acteurs sont peu ou pas représentés, tels les responsables politiques ou la société civile européenne.

La dimension humaine et l'émotion

Comment « toucher » le public ? Deux pistes sont proposées :

- > L'utilisation du portrait : le visage d'une personnalité politique européenne ou locale, d'un membre de la société civile, permet de personnifier l'Europe, de la rendre plus vivante.
- > Le traitement d'une situation, d'un événement de l'actualité à fort impact émotionnel peut également servir d'accroche

Reportage de la City University London : Le reportage prend comme ancrage un événement qui a déchainé les débats citoyen et politique (l'implication du Royaume-Uni dans la guerre en Irak). C'est une actualité que tous peuvent s'approprier. De plus, le reportage débute par l'intervention d'un manifestant qui se présente et expose les raisons de sa présence.

Reportages d'EuradioNantes et de l'Université de Tübingen : L'introduction est accrocheuse dans le sens où elle met en scène différentes situations de la vie quotidienne des Français et croque la personnalité des Allemands. Ces situations parlent aux auditeurs ; ils tendent l'oreille.

- + La dimension humaine est présente dans plusieurs productions, les reporters se sont rendus sur le terrain de manifestations pour humaniser le sujet.
- L'Europe semble absente de la dimension humaine des reportages. Et pourtant, l'Union européenne est faite de personnes et décide de politiques, il est donc possible d'utiliser le champ émotionnel pour accrocher les auditeurs.

L'économie

Quelles sont les conséquences économiques et sociales, au plan local, d'une mesure européenne ? L'emploi, selon les enquêtes d'Eurobaromètre, apparaît comme le principal sujet de préoccupations des Européens... et des Belges, des Anglais, des Roumains, des Allemands, etc.

- Le socio-économique n'est pas abordé dans les reportages. Pourtant, c'est le sujet à la base de la majorité des manifesta-

tions en Europe, particulièrement en ces temps de crise économique... Et, qu'on le dise une fois pour toutes, l'Union européenne est loin d'être étrangère au socio-économique !

La morale

Qu'on la reconnaisse ou qu'on la rejette, la morale, dans ses diverses dimensions (religieuse, civique...), occupe une place importante dans nos sociétés.

Reportage de l'Université de Tübingen, d'Euradio Nantes et de la City University London : Dans le reportage allemand, le reporter commence par poser la question « Que se passe-t-il en Allemagne ? », il cherche à analyser et comprendre le comportement allemand en matière de protestation, aussi au niveau symbolique (« Peut-on brûler des voitures en Allemagne ? »). C'est une question liée à la morale. Dans le reportage français, on perçoit que le reporter est réceptif au regard des autres pays sur le sien, à forte tradition de manifestation, et qu'il cherche à comprendre cette habitude nationale que d'autres pays peuvent considérer comme « extrême » (dixit le reporter). Finalement, la City University London s'interroge sur l'impact des grèves au Royaume-Uni sur les décisions politiques et met en question le « rôle » de la protestation. On n'est pas loin de la morale...

- + La morale est toujours accrocheuse, ces reporters l'ont bien compris dans leur reportage. Le fait de faire appel à des intervenants provenant du monde académique illustre cette volonté de « donner un éclairage moral ».
- La morale, s'il est intéressant de l'évoquer, ne doit pas prendre la place de l'information qui doit d'abord reposer sur des faits et des données vérifiées.

La responsabilité

Quelle institution, quel groupe est à l'origine de tel problème ? Qui en a la solution ? Révéler les chaînes de responsabilités qui président à une décision européenne et ses implications locales permet de susciter l'intérêt du public.

Reportage de l'IHECS : Un problème primordial est soulevé : l'organisation des travailleurs à un niveau européen. Bien que le sujet ne soit pas traité en profondeur, la responsabilité semble échoir aux organisations syndicales nationales. Cela donne l'envie d'approfondir la question.

Reportage de la City University London : La notion de responsabilité est présente à un autre niveau. C'est sur le pourquoi de la manifestation qu'elle s'exprime : dans ce cas-ci, la responsabilité revient à Tony Blair, qui est jugé sur la légitimité de la présence anglaise dans la guerre en Irak. Cela suscite l'intérêt.

Reportage d'EuradioNantes : Dans le reportage français (EuradioNantes), les directives européennes sont évoquées comme source de mécontentement de la population, l'Union européenne est donc implicitement visée comme responsable de certaines manifestations.

- C'est un premier pas mais on aurait aimé en savoir plus...

Trois Micro-européens témoignent de leur pratique...

**Oana Moisil, Membre de « Micro-Europa »
et étudiante en Journalisme de l'Université Babes-Bolyai de Cluj (Roumanie)**

Sachant que la Roumanie est l'un des plus jeunes pays européens, on pourrait penser que nous ne sommes pas familiarisés avec l'Europe. Pourtant, de plus en plus d'événements et de faits d'actualité sont liés à l'agenda européen. L'Union européenne l'a bien compris : les journalistes sont une cible particulièrement intéressante pour disséminer l'information et pour contribuer à créer une citoyenneté européenne.

Au sein de la Faculté de Politique, Administration et Sciences de la Communication de l'Université Babes-Bolyai de Cluj (Roumanie), en plus de cours théoriques dispensés sur l'Union européenne, nous sommes formés sur « la législation médiatique européenne ». Dans ce cadre, les étudiants découvrent la législation européenne via des projets de recherche. D'autres actions existent, telle que les Festivals de journalisme européen qui ont lieu entre le 9 et le 12 septembre à Targu Jiu et entre le 18 et le 28 juillet dans le Timisoara. Et de plus en plus souvent, les sites des médias nationaux publient des dépêches provenant du portail de l'Union européenne.

Tous ces événements prouvent qu'en Roumanie, le journalisme européen a le vent en poupe !

A propos de Micro-Europa, contrairement à ce que nous pensions au lancement du projet, il n'est pas compliqué de trouver des perspectives locales au sujet que nous partageons chaque mois. La principale difficulté réside dans le fait de décider de l'angle.

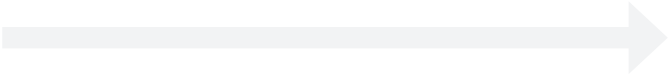
Après un échange de vues et un premier « pataugeage » dans le sujet, nous faisons des recherches via Google et www.europa.eu. En effet, certains sujets nous paraissent, à première vue, assez difficiles à traiter. Après ce premier débroussaillage, nous comparons, en réunion de rédaction, les angles et nous choisissons le plus original, celui qui concilie au mieux les questions européennes et les problématiques locales et celui qui aura le plus grand impact auprès des auditeurs.

Ce travail n'est pas facile. Mais nous nous rendons compte, qu'à force de persuasion, nous parvenons à rentrer en contact avec des personnes stratégiques qui travaillent au sein des institutions européennes et qu'elles sont ouvertes à la discussion. Bien que nous n'ayons pas chaque mois la chance d'interviewer un eurodéputé, lorsque l'occasion se présente, nous la saisissons en approfondissant particulièrement le sujet.

Depuis que nous avons commencé à travailler sur les reportages de Micro-Europa, notre équipe a développé de nouvelles compétences qui nous aident quotidiennement dans notre pratique journalistique.

Nous apprécions Micro-Europa parce que nous estimons que nous pouvons créer du lien entre les problèmes locaux et les questions européennes.

Grâce à l'échange de reportages, non seulement nous découvrons les problèmes des citoyens d'autres pays, mais en plus, nous apprenons à aborder l'Europe par des personnes plutôt que par des politiques. Pour donner un exemple précis : nous avons été surpris par les réactions que nous avons reçues suite à la diffusion de notre émission sur la pauvreté. Beaucoup de Roumains ont découvert que la grande pauvreté existait partout en Europe. Les gens se rendent compte que les autres pays européens partagent les mêmes problèmes que les leurs et de cette manière, ils peuvent s'identifier aux 26 autres pays membres.



1) « Comment ça se passe chez toi ? »

Qui a dit que les nouveaux pays-membres n'étaient pas européens ? Stimulés par la nouveauté, c'est sans doute dans ces pays que les journalistes se préoccupent le plus d'Europe. C'est ce qui ressort du témoignage d'Oana.



2) « Comment mets-tu Micro-Europa en pratique ? »

Selon Oana, faire du Journalisme européen dans le sens où l'entend Micro-Europa nécessite :

- **Des recherches journalistiques** tant au niveau local qu'aux niveaux institutionnels (européen et national). Pour disposer d'un annuaire complet des sources d'information européenne, référez-vous au « Guide pratique 2009 ».
- **Des réunions de rédaction** : l'angle doit réunir plusieurs qualités (l'ancrage local, la pertinence européenne, l'originalité et l'attractivité pour les auditeurs).
- **Des prises de contact** : Pour mettre un sujet en débat, il s'agit de varier les points de vue. Il est possible d'interviewer des personnes qui travaillent au niveau européen, à Bruxelles et Strasbourg et dans les pays-membres. Jetez-vous à l'eau !



3) « Finalement, est-ce que Micro-Europa participe réellement à changer quelque chose ? »

Selon Oana :

- OUI. Pour qui ? Pour les journalistes. Car cet exercice les force à chercher, débattre, investiguer, se documenter : Informer sur l'Union européenne, c'est souvent un plongeon dans l'inconnu...
- OUI. Pour qui ? Pour les auditeurs qui, en plus de s'informer sur l'Europe, découvrent qui sont leurs voisins. Créer un sentiment d'appartenance citoyenne européenne grâce à la découverte des autres, voilà un beau défi de l'information européenne !

Charlotte Maisin, journaliste et responsable du groupe d'étudiants de l'Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales (IHECS) à Bruxelles (Belgique) engagés dans le projet Micro-Europa

En Belgique, on informe. Beaucoup. Les moyens de communication sont de plus en plus développés. Pourtant, être matraqué d'information ne signifie pas que l'on est mieux informé. Il y a tout d'abord la tendance lourde : Internet. La presse écrite, première victime de la crise des médias, s'alarme du succès de l'information rencontrée sur la toile et en tire comme enseignement que pour attirer le lecteur, il faut « faire comme sur internet ». Et comme cela coûte moins cher, les rédactions sautent à deux pieds dans le piège. Un piège, vraiment ? Oui, car le délitement de l'investigation, le petit nombre de reportage et d'articles de fond ne contribuent pas à attirer les lecteurs. Au contraire. Entre une presse en ligne factuelle et gratuite et un journal à 1.20 euro à peine plus fourni, le choix est vite fait.

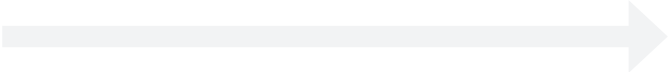
Alors, quid de l'information européenne ? Même topo. Lorsque les rédactions veulent informer sur l'Europe, par manque de moyens humains et financiers, par manque de temps, par choix, l'information se limite trop souvent à relayer des dépêches d'agence de presse ou à mettre en forme des messages provenant directement des services de presse des institutions européennes. Top-down, descendante, plutôt technique que politique, informative plutôt que propice au débat, l'information européenne paraît bien mièvre.

Et pourtant... L'idée reçue que « tout ce qui vient de l'Europe est tristounet, embêtant, peu stimulant » est fautive ! Les étudiants Micro-Européens de l'IHECS en ont fait l'expérience. Changement climatique, élections européennes, sports, tourisme, énergie, identité nationale, vie nocturne,... Tous ces sujets ont été pris à bras-le-corps par les étudiants et ils ont été l'objet d'une émission « L'Europe une fois » qui a rassemblé les reportages réalisés par leur groupe et par les membres partenaires du réseau Micro-Europa.

Etait-ce facile ? Non. Il a fallu se remonter les manches et se creuser la cervelle, chercher, comprendre, concrétiser, rendre accessible et pédagogique le contenu, varier les points de vue, inciter au débat. En bref, il a fallu créer l'information au lieu d'aller la chercher « toute prête toute chaude » sur un plateau.

Comment ont-ils fait ? Réaliser un reportage est une première étape. Mais pour parvenir à lier l'Europe et le local, il faut aller au bout du processus, c'est-à-dire créer une émission entière, avec des reportages de différents pays, des invités sur le plateau, des interviews et des rubriques supplémentaires. Car si le réseau Micro-Europa apporte la diversité, l'information « horizontale », il est parfois difficile de tout dire dans un reportage de 2'30''.

Voilà pourquoi les étudiants de l'IHECS ont pris l'habitude de réaliser une émission radio de 45-50 minutes. Ils font venir deux invités sur le plateau afin de compléter l'information (ex : des hauts fonctionnaires de DG de la Commission européenne, des conseillers du Parlement européen, des chercheurs d'universités, des élus locaux, des membres d'associations et ONG, etc.), ils ont imaginé un « Point actu européen » qui souligne quelques nouvelles européennes « oubliées » des médias traditionnels ainsi qu'une « revue de presse européenne » sur le sujet de l'émission (ex : pour l'émission sur l'identité nationale, les étudiants ont fouillé les journaux français, anglais et espagnols pour y découvrir le thème de l'identité nationale était très présent. Des sites internet comme www.presseurop.eu, traduits en plusieurs langues, sont très utiles pour ce genre d'exercice). Finalement, ces émissions intègrent bien évidemment trois reportages doublés des autres universités membres du réseau plus le reportage « made in ihecs ». Si les étudiants parviennent à gérer le fond (le contenu de l'information) autant que la forme (la technique radio), on obtient un résultat surprenant, tant par son originalité que par le côté professionnel qui s'en dégage. Et l'expérience est passionnante. Alors... Osons innover et cessons de répéter la même rengaine sur l'Europe. C'est ce que Micro-Europa et « L'Europe une fois » tentent de faire chaque mois !



1) « Comment ça se passe chez toi ? »

« Trop d'information tue l'information ». Encore faudrait-il redéfinir ce qu'est l'information. Dans nos sociétés postmodernes, les nouveaux modes de communication, qui font de la vitesse la valeur hégémonique, ne jouent pas toujours en faveur d'une information qui développe l'esprit critique et participent, ainsi, au renouvellement de la démocratie. L'information européenne, qui demande une réelle implication journalistique, cristallise ce fonctionnement et en fait les frais.



2) « Comment mets-tu Micro-Europa en pratique ? »

Réaliser une émission dans le cadre de « Micro-Europa » est central. C'est ce qui permet de diffuser une information plus complète en liant les informations locales, provenant de différents pays, et la politique. C'est aussi dans le cadre d'une émission entière, en faisant intervenir des invités, que peut être lancé le débat.



3) « Finalement, est-ce que Micro-Europa participe réellement à changer quelque chose ? »

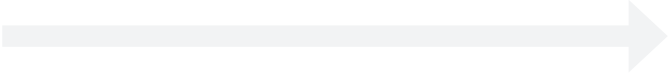
Micro-Europa veut montrer que l'information ne doit pas se contenter d'acquies. Qu'il est possible et nécessaire de contrer la mouvance actuelle qui tend à uniformiser les contenus par souci de rapidité. Micro-Europa veut démontrer que l'efficacité ne se situe pas dans la vitesse et qu'il est primordial d'informer autrement sur une Europe qui ne peut rester à l'abri de discours médiatiques critiques et argumentés. En cela, Micro-Europa veut participer à un changement.

Fabian Henning Gundlach, Membre de « Micro-Europa » et ancien étudiant en Journalisme de l'Université de Tübingen

Le journalisme européen a sa place en Allemagne : chaque média d'ampleur a un correspondant à Bruxelles qui s'efforce de traiter et de faire publier les nouvelles provenant des institutions politiques européennes. La popularité de l'Union européenne en Allemagne a grandi ces dix dernières années. Cela est dû, à la fois, à la plus grande présence des affaires européennes dans les médias et à la chancelière Merkel qui a acquis le respect des autres grands pays européens grâce à sa capacité à trouver des compromis et à coopérer. De plus, l'Allemagne n'est pas le pays qui contribue le plus à la manne européenne, ce qui a aidé à véhiculer une image favorable de l'Union européenne auprès de la population allemande. Pourtant, dans le paysage médiatique allemand, les sujets européens paraissent assez isolés et, parfois, on peut se demander quel est leur objet. Le plus souvent, les journaux ont une rubrique européenne, les télévisions produisent des magazines européens mais peu d'entre eux font le lien avec la vie quotidienne des Allemands... Les médias ne montrent que très rarement aux citoyens allemands, dans les pages principales et éditoriaux, ce que l'Union européenne implique concrètement et comment elle influence leur vie de tous les jours. Quant aux journaux locaux et aux sections locales de plus grands journaux, ils mettent de côté les sujets européens parce que « L'Union européenne semble trop éloignée » et qu'il est plus simple d'imaginer qu'on peut se débrouiller sans elle. C'est le discours qu'on a l'habitude d'entendre. Conséquence : les citoyens qui vivent dans les grands pôles urbains et qui ont l'habitude de consulter les médias avec une plus grande ouverture sur le monde sont plus informés que les autres. Mais ce n'est pas tout. La masse d'information et la façon dont elle est traitée laisse souvent beaucoup à désirer. Cependant, pour le petit cercle de personnes intéressées et sensibilisées à l'Union européenne, il est tout à fait possible de trouver une information claire sur les politiques européennes. Résultat : Le flux d'information lié à l'Union européenne pourrait se résumer de cette façon : « Cherchez et vous trouverez ». Ni plus, ni moins.

Face à ce constat, il n'est pas étonnant qu'il soit difficile de trouver un angle local pour concrétiser des politiques européennes. Et pourtant, il est primordial de ne pas passer à côté... A cause de la complexité (et de la méconnaissance) du système politique européen, il n'est pas évident de maintenir l'intérêt des gens. C'est le premier obstacle que nous rencontrons. Pour faire face à cette difficulté et rester pédagogique vis-à-vis des auditeurs, il faut éviter de considérer l'Union européenne comme un conglomérat d'institutions. Au contraire, il vaut mieux partir de l'optique locale : montrer les ressemblances entre pays et comparer les situations.

C'est la seule façon de développer un sentiment d'appartenance communautaire. Car la curiosité crée la connaissance et c'est cette connaissance sur les réalités d'autres régions européennes qui peut créer un sentiment communautaire. Le réseau des campus radio européen l'incarne. Et cela fait la valeur de Micro-Europa.



1) « Comment ça se passe chez toi ? »

Fabian soulève quelques points essentiels du paysage médiatique allemand :

- La relative bonne réputation de l'Union européenne en Allemagne
- Le regroupement des sujets européens dans des sections « Europe » des grands médias
- La quasi-absence de sujets européens dans les sections ou médias locaux
- Le plus grand intérêt des classes plus privilégiées pour le sujet européen
- L'absence de lien entre l'Europe et la vie quotidienne des Allemands
- Le fait que l'information sur l'Europe « on doit la chercher pour la trouver ».

La plupart de ces points peuvent être généralisés à d'autres pays.



2) « Comment mets-tu Micro-Europa en pratique ? »

En évoquant la nécessité d'éveiller la curiosité des auditeurs sur l'Europe. Pour cela, il faut éviter de penser l'Union européenne uniquement à partir de ses institutions – que les auditeurs ne connaissent pas –, il faut être pédagogique et il vaut mieux partir de l'approche locale afin de comparer les situations entre pays.



3) « Finalement, est-ce que Micro-Europa participe réellement à changer quelque chose ? »

Fabian pense que Micro-Europa permet de comparer les situations d'un pays à l'autre, pour y trouver des ressemblances et créer, grâce à cela, un esprit communautaire. C'est, selon lui, un véritable plus.

Nous (Micro-Europa) avons traité, ils (ces médias) ont traité

MICRO-EUROPA, LES SUJETS DE DEUX ANS DE PRATIQUE

Mois	Sujet
Janvier 2009	Le gaspillage alimentaire
Avril 2009	Les minorités en Europe
Mai 2009	Les élections européennes
Juin 2009	Les start-ups
Juillet 2009	Pourquoi les étudiants ne sont-ils plus révolutionnaires ?
Octobre 2009	Les coûts des études supérieures
Novembre 2009	Voyager à moindre coût
Décembre 2009	Le changement climatique
Janvier 2010	Grèves et manifestations
Février 2010	Identité nationale et Europe
Mars 2010	Sport national
Avril 2010	Vie privée
Mai 2010	Pauvreté
Juin 2010	Tourisme
Juillet 2010	Vie nocturne
Octobre 2010	Energie
Novembre 2010	Agriculture
Décembre 2010	Fonds FEDER

Retrouvez toutes les émissions et les reportages de Micro-Europa sur

www.micro-europa.eu

MICRO-EUROPA, UN EXEMPLE JOURNALISTIQUE PARMIS D'AUTRES...

www.presseurop.eu

C'est « Le Courrier International » qui coordonne le projet. Le but ? Faire connaître les réalités locales de chaque pays européen en traduisant des articles de quotidiens et de périodiques régionaux en 10 langues (Anglais, Français, Roumain, Italien, Espagnol, Allemand, Polonais, Portugais, Tchèque et Néerlandais). Les angles sont nationaux mais sont triés par le volet par des journalistes chevronnés pour qu'ils puissent intéresser tout un chacun.

www.cafebabel.com

Média participatif en ligne et traduit en six langues (français, italien, anglais, espagnol, polonais et allemand), Cafébabel fait appel aux contributions de journalistes en herbe des quatre coins de l'Europe pour écrire sur des sujets que les rédacteurs traitent localement. Ils se présentent comme « le premier magazine européen. Dépassant les frontières linguistiques et nationales, cafebabel.com est un média européen d'un genre nouveau. Espace d'expression de la société civile et de l'eurogénération, la première génération d'Européens mobiles et connectés à Internet, cafebabel.com innove dans le domaine du journalisme participatif, en offrant à tous la possibilité de s'exprimer dans sa langue maternelle ». C'est un média multimédia, jeune et dynamique. Crise économique, grandeur et petites choses de la multiculturalité, pauvreté, tout y passe, très librement.

www.euroduvillage.eu

Les « euros du village » est un site d'information et de réflexion sur les questions européennes, traduit en cinq langues (français, anglais, italien, allemand et espagnol). Il est, entre autres, financé par Arte.tv. C'est un site respecté pour son indépendance et qui a une vraie optique journalistique.

www.europa451.fr ou www.europa451.it ou www.europa451.es

« Un collectif de journalistes européens, travaillant entre Bruxelles et les confins de l'Europe. Leur objectif est de réfléchir à l'enjeu de l'information européenne, non pas en créant de nouveaux médias, mais en «européanisant» ceux existant déjà ». Le site est traduit en français, espagnol et italien.

www.youthpress.org

The European Youth Press (EYP) est un réseau d'associations de jeunes journalistes européens (media makers). Il regroupe plus de 48.000 journalistes de moins de 30 ans. 18 associations nationales et deux médias internationaux, Indigo Magazine et Journal Europa, sont membres de ce réseau. L'EYP pourvoit de l'information sur son site, promeut le rôle des jeunes journalistes et la liberté d'expression en Europe.

... Liste non-exhaustive, affaire à suivre

Plus d'informations ?
Le site web de Micro-Europa
www.micro-europa.eu
