

Sandrine Roginsky

Université catholique de Louvain

Communiquer l'Europe : entre numérisation et standardisation ? Retour sur une décennie de recherches sur la communication européenne

Il est courant de lire dans la littérature scientifique que l'Union européenne souffrirait d'un « déficit de communication ». Or, pour qui explore cet espace institutionnel dans une approche empirique, ce terme n'est peut-être pas le plus approprié tant cet espace donne à voir une activité de communication débordante et continue. Comme dans d'autres espaces professionnels, celui-ci est également caractérisé depuis une bonne décennie par une technologisation de la communication qui voit l'inscription de plateformes numériques (Gillespie, 2010) dans l'arsenal communicationnel. Si à leur arrivée les attentes étaient élevées, comme peut l'illustrer la teneur des discours d'accompagnement (Breton, 2002) de l'époque qui postulaient (dans une approche souvent très techno-déterministe) que la démocratie européenne serait sauvée grâce aux réseaux sociaux numériques (Roginsky, 2014 ; Roginsky et Jeanne-Perrier, 2014), un peu plus de dix ans plus tard elles ne semblent pas s'être

réalisées. Bien au contraire, les plateformes numériques sont désormais suspectées de favoriser la prolifération de « fake news » et la polarisation des débats, tandis que la rengaine du « déficit de communication » continue quant à elle d'essaimer.

Apologie du numérique et standardisation des pratiques

Les chercheurs et chercheuses ne sont pas en reste à cet égard. Philippe Aldrin (2010) a montré les médiations entre le monde institutionnel européen et les universitaires dans la construction d'un outil comme l'Eurobaromètre. On pourrait certainement observer de telles médiations, même si ici moins saillantes, dans « l'évangilisation » des professionnels des institutions européennes au numérique

et aux « bons usages » des dispositifs de réseaux sociaux, sans négliger bien sûr le rôle des représentants de ces plateformes. Ceux-ci sont d'ailleurs venus, au début des années 2010, porter la bonne parole au sein de l'institution parlementaire européenne en organisant des ateliers pour les parlementaires européens et leurs équipes afin de leur montrer comment « bien utiliser » leur plateforme. De formateur à lobbyiste il n'y a qu'un pas, puisque quasiment au même moment Facebook et Google, pour ne citer que deux des entreprises dominantes du numérique, renforçaient leur force de lobbying à Bruxelles pour peser sur les négociations en cours, en particulier le Règlement général pour la protection des données (RGPD). Sur cette même période, les agences de communication et d'affaires publiques ont quant à elle développé leur expertise « dans le digital » qui est ainsi devenu un argument de vente incontournable, comme peuvent par exemple l'illustrer les classements des influenceurs et autres index des députés européens les plus influents proposés chaque année par diverses agences. La publication de ces classements leur donne l'opportunité d'organiser des événements auxquels sont conviés lesdits influenceurs, événements eux-mêmes mis en scènes sur les dispositifs de réseaux sociaux et qui participent des injonctions à utiliser les dispositifs de réseaux numériques (avec l'aide et le conseil, si possible, des agences de communication en question) pour gagner en influence. Autrement dit, les plateformes de réseaux sociaux jouent un rôle indéniable dans les processus de médiation.

Le travail de communication dans l'espace institutionnel européen à Bruxelles est ainsi en réalité un travail collectif, mobilisant des acteurs hétérogènes, issus de différents univers professionnels, appelés à coopérer « selon un certain nombre de procédures conventionnelles » (Menger, dans Becker, 1982, p. 5). Les conventions sont envisagées comme « un ensemble de règles qui permettant la coordination spontanée d'un ensemble d'acteurs dont les actions combinées participent à la fabrication »

(François, 2002), ici de la communication. Elles sont le produit de l'interdépendance entre acteurs et peuvent être incarnées dans des équipements matériels (Thevenot, 1986). Autrement dit, la coordination de l'action des acteurs hétérogènes est réalisée par les éléments matériels, auxquels on pourrait ajouter des contextes spatio-temporels spécifiques de l'activité sociale. À cet égard, ces éléments ne sont fort probablement pas **spécifiques** à l'espace institutionnel européen mais au contraire se retrouvent dans d'autres espaces d'élaboration de politiques publiques.

S'intéresser aux conventions sur les usages, autrement dit les standards, les mesures, qui nous disent ce qui est bien, ce qui n'est pas bien – dans un contexte de technicisation des activités – peut certainement nous renseigner sur ce que Dominique Wolton appelle l'incommunication (2017), puisqu'elles participent aux modalités de négociations « pour arriver à construire un peu d'intercompréhension ». Les dispositifs siconomériques ont ceci de particulier qu'ils permettent aux « moniteurs de communication » (Neveu, 1994) d'asseoir leur argumentation sur les effets de la communication sur toute une série de chiffres qui, dans le langage indigène, prennent le nom d'« *analytics* », comme le « taux d'engagement », le « *reach* », etc. Ces chiffres ont l'avantage de traverser les barrières – professionnelles, linguistiques ou nationales. Dès lors ils n'ont *a priori* pas besoin d'être traduits. Ces pratiques de mesure de l'activité sont par ailleurs en capacité d'accompagner l'injonction à rendre des comptes en termes de performance et de retour sur investissement imposée à la fonction communication (Lépine, 2013). Elles ne sont pas sans conséquence sur la représentation des publics (Roginsky, 2020) et la manière d'envisager la réception. Mais là encore elles dépassent le seul espace institutionnel européen et s'inscrivent dans un processus plus long de modélisation du social et d'idéal de gouvernance par les nombres (Supiot, 2015 ; Desrosières, 2008).

Intermédiation numérique et technicité de l'action publique

L'inscription des dispositifs numériques dans la pratique politique des institutions amène également à (re) visiter à nouveaux frais la question du lien entre action publique, entendue comme « l'ensemble des relations, des pratiques et des représentations qui concourent à la production légitimée des modes de régulation des rapports sociaux » (Dubois, 2009), et territoire. Si l'espace, dans lequel la pratique s'inscrit, participe des arrangements et des mises en œuvre de celle-ci, les plateformes numériques permettent-elles une extension et un accès facilité aux arènes de discussion des politiques européennes ? La question se pose d'autant plus que les professionnels des institutions européennes ont travaillé à distance de leur bureau à Bruxelles pendant les mois de confinement pour réduire la circulation du Covid-19. Une enquête auprès de salariés d'associations et d'ONG actives dans l'espace institutionnel européen bruxellois menée entre février et mai 2021 semble indiquer que si l'accès aux institutions européennes s'est trouvé généralement facilité, la qualité des échanges a souvent souffert de ces modalités de communication, en faisant notamment disparaître la dimension informelle et personnelle, essentielle pour construire des relations de confiance. Kortelainen et Koeppen (2018) ont montré comment la spatialité joue un rôle constitutif dans l'élaboration de l'action publique, notamment par l'opportunité que la proximité donne de se rencontrer et d'échanger facilement et sans intermédiaire technique. Si la dimension technologique rend plus complexe la relation entre les personnes et l'espace (Menezes *et al.*, 2019), c'est aussi la technicité de la fabrique de l'action publique qui pour les personnes interviewées complexifie sa transmission au-delà du cercle des individus initiés et intéressés. Cette observation ne se limite certainement pas à l'échelon européen, et participe probablement du phénomène

« d'incommunication » au cœur de ce numéro d'*Hermès*. Si, pour reprendre les propos d'une chargée de communication de la Commission européenne interrogée dans le cadre d'une de nos recherches, « pour communiquer l'Europe il faut en faire l'expérience¹ », il en va certainement de même pour la communication des politiques publiques. Et si celle-ci se donne à voir dans les espaces numériques comme les sites web des institutions ou encore une plateforme comme Twitter approchée comme espace de circulation de l'information au sein de l'espace institutionnel européen, encore faut-il avoir non seulement les codes et les clés de compréhension mais également un intérêt certain pour la chose. Autrement dit, il ne suffit pas d'être visible sur Internet, Twitter, Instagram ou Facebook pour être vu.

Au final, à certains égards, l'espace institutionnel européen bruxellois n'est peut-être pas si différent des espaces institutionnels nationaux, du fait notamment de la circulation des conventions de communication qui traversent les univers professionnels et institutionnels et dont l'analyse peut certainement permettre de dégager des clés de compréhension des phénomènes étudiés. Plutôt que de donner des bons ou des mauvais points aux communications produites ou de tenter d'établir une causalité entre une action de communication et une situation qu'elle aurait modelée – causalité assumée mais jamais démontrée –, il nous semble plus heuristique de tenter de comprendre les modalités de fabrique et les pratiques des acteurs impliqués. Une telle démarche permet de ne pas « prendre les effets pour les causes, en réduisant l'activité politique à ce qu'elle donne voir » (Aldrin et Hubé, 2013, p. 164), ou pour le dire autrement ne pas prendre pour explication ce qui doit être expliqué. Ainsi, notre travail de recherche depuis plus d'une décennie dans la « bulle européenne » de Bruxelles nous a amenée à observer que l'activité communicationnelle y est dispersée, plurielle, diluée et multiforme, et qu'elle est une dimension non négligeable

du travail politique. D'autant que la plupart des activités, si ce n'est toutes, sont chargées d'une dimension communicationnelle. Celle qui est certainement la plus visible, à qui s'intéresse à elle et l'explore sur les dispositifs numériques, donne à voir une profusion de messages, visuels et autres vidéos, de plus en plus sophistiqués dans leur graphisme, émanant d'une multiplicité d'émetteurs institutionnels et

politiques situés dans l'espace institutionnel européen². Il reste à voir si l'intensité parvient à offrir des espaces de négociation de compréhensions mutuelles ou si, au contraire, elle participe de la standardisation de la communication, auprès d'un citoyen européen lui-même standard et standardisé par la communication.

NOTES

1. Notre traduction d'un entretien mené en anglais.
2. Un moteur de recherche est proposé sur le site web de l'Union européenne, géré par la Commission européenne, pour « trouver les comptes de l'UE sur les médias sociaux ». À lui seul, il donne à

voir la multiplicité des comptes émetteurs au sein des différentes institutions européennes. En ligne sur <https://european-union.europa.eu/contact-eu/social-media-channels_fr>

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ALDRIN P. et HUBÉ N., « La politique n'est plus ce qu'elle était, la communication non plus. Pour un changement de perspective sur le travail de légitimation politique », in ALDRIN P., HUBÉ N., OLLIVIER-YANIV C. et UTARD J.-M. (dir.), *Les mondes de la communication publique. Légitimation et fabrique symbolique de l'action publique*, Rennes, PUF, 2013, p. 161-178.

ALDRIN P., « L'invention de l'opinion publique européenne. Genèse intellectuelle et politique de l'Eurobaromètre (1950-1973) », *Politix*, vol. 89, n° 1, 2010, p. 79-101.

BRETON P., « Les discours d'accompagnement », *Les dossiers de l'audiovisuel*, n° 103, mai-juin 2002, p. 5-9.

DESROSIÈRES A., *Gouverner par les nombres*, Paris, Presses de l'École des Mines, 2008.

DUBOIS V., « L'action publique » in COHEN A., LACROIX B. et RIUTORT P. (dir.), *Nouveau manuel de science politique*, Paris, La Découverte, 2009, p. 311-325.

FRANÇOIS P., « Production, convention et pouvoir : la construction du son des orchestres de musique ancienne » *Sociologie du travail*, vol. 44, n° 1, 2002, p. 3-19.

GILLESPIE T., « The Politics of "Platforms" », *New Media & Society*, vol. 12, n° 3, 2010, p. 347-364.

KORTELAINEN J. et KOEPPEN B., « The EU-Quarter as a Political Place : Investigating Fluid Assemblages in EU Policy Making », *European Urban and Regional Studies*, vol. 25, n° 1, 2018, p. 40-53.

LÉPINE V., « L'évaluation de la communication : représentants et enjeux pour les professionnels », *Cahiers du Resiproc*, n° 1, 2013, p. 70-89.

MENEZES M., ARVANITIDIS P., KENNA T. et IVANOVA-RADOVANOV P., « People – Space – Technology : an Ethnographic Approach », in SMANIOTTO COSTA C. et al. (dir.), *CyberParks. The Interface Between People, Place and Technology*, Springer, 2019, p. 76-86.

MENGER P.-M., « Présentation » [1988], in BECKER H., *Les mondes de l'art*, traduit de l'anglais par BOUNIORT J., Paris, Flammarion, 2010, p. 5-23.

NEVEU E., « La société de communication et ses interprètes », *Réseaux*, vol. 64, n° 2, 1994, p. 9-27.

ROGINSKY S., « La fabrique des publics de l'Europe ou l'entre-soi de la communication publique européenne ? », *Communication et organisation*, n° 57, 2020 p. 53-68.

ROGINSKY S. et JEANNE-PERRIER V., « La fabrique de la communication des parlementaires européens. *Tweet ton député* et les *Ateliers du député 2.0* », *Politiques de communication*, vol. 3, n° 2, 2014, p. 85-124.

ROGINSKY S., « Social Network Sites : An Innovative Form of Political Communication ? A Socio-Technical Approach to Media Innovation », *The Journal of Media Innovations*, vol. 1, n° 2, 2014, p. 97-124.

SUPIOT A., *La gouvernance par les nombres*, Paris, Fayard, 2015.

THEVENOT L., « Les investissements de forme », in THEVENOT L. (dir.), *Conventions économiques*, Paris, PUF, 1986, p. 21-71.

WOLTON D., « Avant-propos », *Hermès*, n° 77, 2017, p. 13-18.