

Europe

UNE CAMPAGNE FRANÇAISE. ÉTUDE DE LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DES ÉLECTIONS EUROPÉENNES

Théo Bourgoïn-Verdier

23/05/2024

Les Français comptent parmi les Européens les plus mal informés sur l'Union européenne, alors que les médias hexagonaux n'évoquent que très peu les enjeux européens. La campagne pour les européennes de juin 2024 confirme-t-elle cette tendance ? C'est l'analyse que fait Théo Verdier, codirecteur de l'Observatoire Europe de la Fondation, sur la base d'une étude historique de la couverture du scrutin à travers les données de l'INA et d'un travail spécifique sur la couverture médiatique entre le 1^{er} avril et le 3 mai 2024 sur la base des données d'Onclusive. Le fait que la campagne européenne n'existe pas en France empêche ainsi les Français de faire un choix éclairé.

Table des matières

Synthèse – Une campagne franco-centrée et couverte avec moins d'intensité qu'en 2019

Les défis de la couverture de l'actualité de l'Union européenne en France à l'orée des élections européennes de 2024

Donner à voir la campagne : vers une couverture moindre des élections européennes de 2024 qu'en 2019 ?

Quelle place pour le volet européen du scrutin ? Une campagne franco-centrée

Quels sont les thèmes qui animent la campagne ? Le particularisme partisan dans le choix des thèmes

Comment permettre un choix éclairé aux élections européennes ?

Annexe – Corpus Onclusive