

## « C'est Adenauer et de Gaulle qui seraient contents... »

### Les acteurs du journalisme franco-allemand

Le 30 juillet 2002 (quelques mois avant les célébrations du 40<sup>e</sup> anniversaire du traité de l'Élysée), lors du 79<sup>e</sup> Sommet franco-allemand qui se tenait à Schwerin, Gerhard Schröder et Jacques Chirac mettaient en avant l'importance de la constitution d'une opinion publique européenne « comme lien entre les institutions politiques et les citoyens de l'Union <sup>1</sup> », partant du principe que « les débats sur les grandes questions européennes sont encore trop souvent abordés dans une perspective exclusivement nationale ». Trois ans plus tard, le débat franco-français sur le projet de traité constitutionnel ne les a pas détrompés sur ce point... Peut-on « décréter d'en haut » cette opinion publique européenne et prendre des mesures pour la constituer ?

Dans leur déclaration, Gerhard Schröder et Jacques Chirac s'appuyaient sur deux constats : d'une part la vocation particulière du couple franco-allemand, à l'exemple de ce que les deux pays font dans d'autres secteurs-clés de la construction européenne, et d'autre part le rôle particulier des médias dans cette tentative de dépasser les anciens stéréotypes et d'améliorer la connaissance réciproque. L'objectif commun était alors de « développer, dans une perspective européenne, une coopération bilatérale exemplaire associant les pouvoirs publics et les médias <sup>2</sup> ».

Plusieurs axes prioritaires furent définis :

- *aspects techniques* : renforcement des possibilités d'accès aux fréquences et aux canaux des médias du pays voisin ;

---

1. Gerhard SCHRÖDER, Jacques CHIRAC : « Déclaration du Sommet franco-allemand : le rôle des médias dans la constitution d'une opinion publique européenne », dont le texte est consultable en ligne sur : [http://www.elysee.fr/elysee/francais/interventions/discours\\_et\\_declarations/2002/juillet/documents\\_07/02/declaration\\_du\\_sommet\\_franco-allemand\\_%7C\\_le\\_role\\_des\\_medias\\_dans\\_la\\_constitution\\_d\\_une\\_opinion\\_publique\\_europeenne.2064.html](http://www.elysee.fr/elysee/francais/interventions/discours_et_declarations/2002/juillet/documents_07/02/declaration_du_sommet_franco-allemand_%7C_le_role_des_medias_dans_la_constitution_d_une_opinion_publique_europeenne.2064.html)

2. *Ibid.*

- *efforts de contenus* : renforcement quantitatif et qualitatif (développer et approfondir l'information mutuelle sur le pays voisin, ainsi que les politiques de communication des gouvernements sur des thèmes européens), choix des interlocuteurs (participation « de personnalités du pays partenaire aux émissions culturelles, économiques et d'information <sup>3</sup> ») et des orientations thématiques (dans le contexte de la mondialisation, « valoriser davantage les aspects culturels, au-delà des questions économiques <sup>4</sup> ») ;
- *efforts de coopération* entre les médias des deux pays (coproductions journalistiques, échanges et partenariats entre les organismes de radio-diffusion, de télévision et de presse écrite, mais également dans le domaine du cinéma), et *rayonnement international conjoint* (radio-diffusion internationale, meilleure utilisation de la chaîne européenne Euronews, développement de la vocation européenne d'Arte) ;
- intensification de la coopération franco-allemande en matière de *formation des journalistes* ;
- *aspect linguistique*, les médias étant perçus dans ce cas comme vecteur privilégié d'apprentissage.

Que penser de ces déclarations d'intention ? Pour ce qui est du contexte actuel, on peut partir d'un double constat : certes, il existe un « déficit identitaire entre les orientations nationale et européenne [qui] s'est exprimé avec beaucoup de force lors du débat sur le traité constitutionnel européen <sup>5</sup> », mais par ailleurs, et une fois de plus, « le couple franco-allemand peut être un emblème, un symbole, surtout une expérience <sup>6</sup> ».

Ce modèle de coopération bilatéral peut-il porter ses fruits dans le domaine des médias ? Pour répondre à cette question, penchons-nous sur ceux qui font l'espace médiatique où se retrouvent les deux pays, sur les acteurs du journalisme franco-allemand. On entendra par là les journalistes (professionnels ou non) qui, à travers différents supports (presse écrite, radio, télévision, internet), régulièrement ou ponctuellement, ont à cœur de présenter l'Allemagne à un public français et la France à un public allemand (regard à sens unique) ou de proposer des perspectives croisées (regard à double sens).

Cette contribution n'a pas pour ambition de livrer une présentation exhaustive des médias consacrés au franco-allemand <sup>7</sup>, ni de proposer

3. *Ibid.*

4. *Ibid.*

5. Rudolf VON THADDEN, « La fin d'une époque ? Le couple franco-allemand dans une Europe en mutation », *Revue des Deux Mondes*, octobre-novembre 2005 (numéro bilingue intitulé : « France Allemagne la fin ? »), p. 22-23.

6. Michel CRÉPU, « Éditorial », *Revue des Deux Mondes*, *op. cit.*, p. 6.

7. Ne seront pris en compte ici que les médias « grand public », ce qui signifie par exemple que les revues universitaires spécialisées, comme *Allemagne d'aujourd'hui*, *Documents/Dokumente*, etc. ne seront pas évoquées.

une analyse « sociologique » des journalistes qui consacrent l'essentiel de leur temps à des sujets français en Allemagne ou allemands en France. Son objectif se situe quelque part à la croisée de ces deux perspectives : éveiller la curiosité du lecteur pour quelques titres ou émissions qu'il ne connaît peut-être pas, et considérer le travail de ces médiateurs.

### *Un cadre institutionnel mis en place sur le long terme*

#### *Les premiers pas*

La coopération renforcée dans le domaine des médias ne date pas du Sommet de Schwerin. Le traité d'amitié de 1963 prévoyait déjà la participation des médias à l'entente franco-allemande.

Dès le printemps de 1963, des consultations eurent lieu entre le ministère de l'Information à Paris et l'Office de Presse et d'Information du gouvernement fédéral à Bonn. Il fut décidé de développer la coopération dans le domaine de l'information et de créer une commission mixte composée de membres des deux institutions gouvernementales qui se réuniraient à date régulière. Des représentants des offices de la radio et de la télévision joueraient le rôle d'experts<sup>8</sup>.

Jusqu'en 1982 (date du début de la déréglementation de l'audiovisuel en France) eurent ainsi lieu des rencontres régulières entre les présidents directeurs généraux des trois chaînes françaises et les deux directeurs généraux du Südwestfunk (pour l'ARD<sup>9</sup>) et du ZDF.

Cette coopération était difficile, avait plus ou moins un caractère informel et se limitait ainsi généralement à la conclusion « officielle » de contrats devant faciliter la coopération. Il y a eu quelques coopérations et coproductions entre partenaires allemands et français mais plutôt entre des producteurs privés français et des organismes allemands que directement entre les chaînes du service public en France et les organismes de radiodiffusion de droit public de la République fédérale. [Cette tendance se confirma par la suite avec des] producteurs qui se sont spécialisés dans les coproductions franco-allemandes pour la télévision et qui connaissent les mentalités différentes du public dans les deux pays<sup>10</sup>.

8. Franz MAI, « Radiodiffusion et coopération franco-allemande », « Information et communication. Les médias et les relations franco-allemandes », *Documents*, numéro spécial, décembre 1979, p. 54.

9. Il existe en Allemagne neuf offices régionaux de radiodiffusion de droit public, qui sont regroupés au sein de la Communauté de travail des organismes de radiodiffusion de droit public d'Allemagne (ARD). Ensemble, ils constituent la « Première chaîne de télévision allemande » (*Das Erste*), mais diffusent également leurs propres programmes télévisés et radiodiffusés. La deuxième chaîne de télévision allemande (ZDF), également de droit public, ne produit pas de radiodiffusion.

10. Gert OPTIZ, « La coopération avec la France en matière de programmes compte tenu des aspects spécifiques de la chaîne culturelle européenne », dans Ursula KOCH, Detlef SCHRÖTER, Pierre ALBERT (dir.), *Images médiatiques franco-allemandes. Un dialogue entre journalistes et chercheurs*, Munich, 1993, p. 99.

*Arte, fleuron du franco-allemand à vocation européenne*

On peut considérer la création d'Arte (Association Relative à la Télévision Européenne), le 30 avril 1991, comme le couronnement de la coopération institutionnelle. Cette chaîne culturelle de service public, binationale par sa structure <sup>11</sup>, se définit comme chaîne à vocation européenne. Son contrat de formation stipule en effet qu'elle « a pour objectif de concevoir, réaliser et diffuser [...] des émissions de télévision ayant un caractère culturel et international [...] propres à favoriser la compréhension et le rapprochement des peuples <sup>12</sup>. »

Au-delà de la question de l'approche thématique et des habitudes des téléspectateurs (en Allemagne, la soirée télévisuelle commence à 20 h 15, en France à 20 h 50), Arte doit d'abord relever le défi de la langue, et plusieurs techniques sont utilisées à cet effet : doublage, sous-titrage, *voice-over* [voix hors-champ, NDLR], et possibilité pour les téléspectateurs équipés des récepteurs adéquats de choisir la version linguistique lors de la réception en « bi-canal ».

Et pour une raison linguistique évidente, c'est dans les pays francophones et germanophones que la chaîne est la plus regardée, France en tête, avec 3,64 % de parts de marché. Plus étonnant, la Suisse romande avec 1,8 % de parts de marché, le sud de la Belgique avec 1,5 %, et la Suisse alémanique avec 0,7 % s'y intéressent plus que l'Allemagne où Arte ne capte qu'un maigre 0,64 % de parts de marché, suivie par l'Autriche (0,6 %) et le nord de la Belgique (0,2 %). Explication : en Allemagne, la concurrence est bien plus rude qu'en France, avec une moyenne de trente-quatre chaînes par foyer. [...] Les chiffres permettent également de confirmer que ce qui est un bon sujet en France n'en est pas nécessairement un en Allemagne. En 2004, les téléspectateurs français se sont rués sur l'émission *Les Mercredis de l'histoire* du 2 juin, consacrée au Débarquement et intitulée l'« Histoire du jour le plus long » (3 250 000 téléspectateurs en France, 466 000 en Allemagne...), qui était pourtant une production de la ZDF, allemande donc : de quoi démonter la légende qui voudrait que les Français regardent les programmes français et les Allemands les programmes allemands <sup>13</sup>.

Attardons-nous sur le cas d'Arte Info, journal d'actualité quotidien, qui occupe une place originale par rapport aux autres émissions de la chaîne <sup>14</sup>:

11. Arte est un Groupement Européen d'Intérêt Économique (GEIE, c'est-à-dire une structure juridique souple de droit européen) basé à Strasbourg, et composé de deux pôles paritaires, Arte France (Paris) et Arte Deutschland TV GmbH (Baden-Baden).

12. Contrat de formation d'Arte GEIE, art. 2.

13. Anne ROY, « Qui regarde Arte ? », *L'Humanité*, 12 janvier 2005.

14. « Sur Arte, franco-allemand ne signifie pas que les programmes soient le produit d'équipes mixtes, au contraire. [...] À l'exception de l'information, produite à Strasbourg, documentaires et fictions sont soit allemands (à 30 %), soit français (à 30 %), soit issus des autres pays européens (à 30 %). Et à 10 % du reste du monde. « L'Europe, c'est comprendre et accepter. D'où l'idée d'habituer petit à petit le spectateur à voir des programmes de l'autre côté », justifie Victor Rocaries, ancien directeur

Alors que celles-ci sont fournies pour moitié par chaque partenaire sur la base d'une commande de la Conférence de programmation, le journal, lui, est une production propre de la chaîne par une rédaction spécifique constituée de journalistes de chaque nationalité. En tant qu'instance unique de production d'information, cette rédaction se trouve donc dans la position d'avoir à énoncer un discours qui transcende les références nationales des journalistes qui la composent<sup>15</sup>.

Cette spécificité du journal (qui se situe donc à un autre niveau que les informations « de l'étranger » dans un journal national) aboutit à « un véritable coup de force énonciatif<sup>16</sup> ». Dans les débats qui avaient accompagné la création de la chaîne, certains refusaient en effet ce « déplacement, hors de l'espace symbolique de la nation, de l'instance d'énonciation que constitue une chaîne de télévision<sup>17</sup> », mettant en avant

le risque que ferait courir à l'identité nationale le transfert de cette responsabilité énonciative à une télévision transnationale. [...] C'est à un tel déplacement que procède le dispositif actuel du journal d'Arte. C'est un journaliste extérieur à l'espace national qui est placé en médiateur d'un espace démocratique national. À moins que l'on ne considère acquis ce qui est précisément l'objectif de la chaîne : une conscience européenne. En réalité, une multiplicité d'indices montrent que l'on se situe dans une forme hybride entre un journal européen et un journal bi-national. Les formes énonciatives par exemple sont à mi-chemin de l'austérité du *speaker* de la télévision allemande et du présentateur-animateur des JT français. Mais cette hybridation en cours est elle-même l'indice d'une transnationalité *in progress*<sup>18</sup>.

*Prix, formations et soutiens institutionnels et financiers :  
un cadre privilégié*

De manière générale, la « visibilité » des journalistes qui travaillent sur des sujets français en Allemagne, allemands en France ou franco-allemands est assurée par le Prix franco-allemand du Journalisme, décerné par le Saarländischer Rundfunk (société publique de radiodiffusion et de télévision de la Sarre)<sup>19</sup> depuis 1983 et qui récompense des productions

---

des programmes de la chaîne. Pas question donc de faire « un pudding informe ». « Un programme, c'est d'abord un parti pris. On pourrait presque dire qu'Arte est le plus grand réseau d'exportation de programmes allemands vers la France et réciproquement : l'équivalent de 800 heures par an. » (Anne ROY, « Arte, télé à vision européenne », *L'Humanité*, 12 janvier 2005).

15. Jean-Michel UTARD, « Des médias européens ? L'exemple d'Arte », *MédiaMorphoses* n° 12, 2004, vol. 3, p. 90.

16. *Ibid.*

17. *Ibid.*

18. *Ibid.*, p. 90-91.

19. En partenariat avec des radios et télévisions publiques (Radio France, France Télévisions, Radio France Internationale et ZDF), des institutions franco-allemandes (Haut-Conseil culturel franco-allemand, Office franco-allemand pour la jeunesse), un groupe d'édition (Holtzbrink, livres et titres de presse) et des collectivités territoriales (Département de la Moselle).

qui contribuent à « faire progresser la compréhension mutuelle et l'amitié franco-allemande. Le Prix se fixe également comme but de favoriser la coopération entre les différents acteurs du monde des médias français et allemands <sup>20</sup>. »

Ainsi, en 2005 <sup>21</sup>, il récompense dans la catégorie Télévision le documentaire *France-Allemagne : Des ondes parallèles* <sup>22</sup> qui présente quarante années d'histoire commune à travers le regard des correspondants français en Allemagne et allemands en France. Le Prix Radio revient à *Vichy an der Donau* <sup>23</sup> (Vichy sur Danube), documentaire historique retraçant la dernière station des collaborateurs français au château de Sigmaringen à l'automne 1944. En presse écrite, le Prix est décerné à Pascale Hugues pour un article paru dans sa rubrique « Mon Berlin » (en français dans le texte) publiée deux fois par mois dans le quotidien berlinois *Der Tagesspiegel* <sup>24</sup>. Enfin, c'est au dossier multimédia d'Hélène Chevallier intitulé *Le Débarquement vu d'Allemagne* que revient le Prix Internet <sup>25</sup>.

À signaler également : le Prix de l'Office franco-allemand pour la jeunesse (OFAJ) qui récompense le travail de la jeune rédaction du supplément bilingue *Extra* <sup>26</sup>, et le Prix d'honneur du Haut-Conseil culturel franco-allemand attribué à Jérôme Clément, Jobst Plog et Dieter Stolte pour leur rôle fondateur au service de la chaîne Arte. On voit donc que ce prix récompense aussi bien des « institutions » du franco-allemand, des émissions ponctuelles (souvent liées à l'actualité, à des commémorations), que des démarches journalistiques particulières (regard sur le quotidien et les mentalités chez Pascale Hugues dans sa rubrique bimensuelle) ou des productions « d'en bas » comme *Extra*.

Lors du 79<sup>e</sup> Sommet franco-allemand, on l'a vu, le rôle de la formation des journalistes fut mis en avant. L'objectif est double : il ne s'agit pas seulement de former de fins connaisseurs du voisin susceptibles d'être « opérationnels » une fois sur place, c'est-à-dire de percevoir et de savoir décrypter et expliciter les enjeux propres au pays dont ils parlent, mais également de sensibiliser plus largement les journalistes qui restent dans leur pays, afin d'« opérer au niveau de la prise de conscience des

20. Règlement du Prix, article 1 alinéa 1.

21. Pour une présentation des lauréats (en français), voir sur le site du *Saarländischer Rundfunk* (<http://www.sr-online.de/statisch/dfjp/franzoesisch/preistraeger-jahre/2005.htm>).

22. Documentaire réalisé par Ruth Zylberman et Serge Moati, coproduit et diffusé par Arte le mercredi 19 janvier 2005.

23. Peter Hölzle et Günter Liehr (RFI).

24. Pascale HUGUES, « In den Vorgärten blüht Voltaire » (Voltaire fleurit dans les jardins de devant), *Tagesspiegel* du 24 juillet 2004. L'article (<http://archiv.tagesspiegel.de/archiv/24.07.2004/1262430.asp>) décrit l'habitude pittoresque qu'ont les Berlinoises de s'approprier leurs trottoirs pour en faire des prolongements de salle d'attente ou des jardins improvisés, que chacun cultive à sa manière, avec beaucoup de philosophie.

25. Sur le site de Radio France : <http://www.radiofrance.fr/reportage/dossier/?rid=35000123&arch=1>.

26. Cf. la troisième partie de cet article.

rédactions mères <sup>27</sup> » qui sont, au moins en partie, à l'origine de la demande.

Pour ce qui est des programmes d'échanges entre écoles de journalisme, ils restent limités, un des obstacles majeurs (outre la barrière de la langue et le manque d'intérêt) étant à chercher du côté des différences structurelles qui existent entre les deux pays dans la formation des journalistes. On voit donc apparaître des cursus de spécialisation qui s'adressent à des étudiants ayant déjà un profil franco-allemand marqué et de très bonnes connaissances de l'autre langue, à défaut d'avoir une formation journalistique poussée. Le master professionnel (Pratiques du journalisme européen, option franco-allemande) que propose l'université Paris III vise ainsi à approfondir les connaissances linguistiques et civilisationnelles des étudiants, tout en leur offrant des cours orientés vers la pratique dans les différents médias et dans les deux langues, pour les préparer à effectuer des stages dans des rédaction allemandes, et les habituer à une « gymnastique » spécifique d'explicitation et de va-et-vient entre deux cultures et deux langues. À signaler également, le master professionnel de journalisme proposé par le CUEJ (Strasbourg) et le Frankreich-Zentrum de l'université de Fribourg.

Au-delà de cette adaptation de l'offre de l'enseignement supérieur, on constate que les mécanismes institutionnels habituels du franco-allemand fonctionnent bien pour le secteur du journalisme, et plus spécialement pour une cible jeune. Un des pans du travail de l'OFAJ est ainsi de soutenir des coopérations, aussi bien au niveau scolaire que professionnel, pour des journalistes en herbe ou confirmés. Le projet « Les jeunes écrivent l'Europe » par exemple s'adresse aux lycéens des deux pays et leur propose de rédiger ensemble des articles sur des thèmes liés à l'Europe et de les publier dans la presse quotidienne régionale des deux pays <sup>28</sup>. À un niveau plus avancé du parcours professionnel, l'OFAJ accorde à de jeunes titulaires de la carte de presse des bourses pour des stages effectués dans des rédactions allemandes et leur propose des cours d'allemand intensifs. Enfin, dernier volet : l'organisation d'ateliers radiophoniques franco-allemands, où les participants préparent des émissions en tandems binationaux, que ce soit à l'occasion d'événements culturels (festival de Cannes, Printemps de Bourges) ou sur des thèmes franco-allemands précis <sup>29</sup>.

27. Frank BAASNER, Katarina ELBOGEN, *La Coopération franco-allemande dans le domaine de la formation de journalistes* (dfi compact n° 3), Ludwigsburg 2003 ; cet ouvrage est le résultat de la mission d'analyse des coopérations existantes confiée par les gouvernements français et allemand à l'Institut franco-allemand de Ludwigsburg.

28. On peut consulter les articles primés en 2005 sur le site de l'OFAJ : [http://www.ofaj.org/page.php?nav=commun/scripts/pages\\_dyn.php?page=../dossier/jeunes\\_europe.htm&lng=fr](http://www.ofaj.org/page.php?nav=commun/scripts/pages_dyn.php?page=../dossier/jeunes_europe.htm&lng=fr)

29. Ainsi en novembre 2005, un séminaire radio était organisé à La Rochelle sur la thématique de la mémoire : « 18.000 soldats allemands ont résisté jusqu'au 8 mai 1945 dans la base sous-marine de

Signalons enfin qu'il existe également des programmes de sensibilisation pour les journalistes plus avancés dans leur carrière, notamment ceux que propose la Fondation Robert Bosch depuis la fin des années 1970 (rencontres entre rédacteurs en chef de la presse quotidienne régionale ou entre journalistes TV des deux pays, et séminaires pour journalistes de la presse régionale afin de les familiariser avec les réalités du pays voisin).

### *Les regards croisés du journalisme franco-allemand « classique »*

#### *Des coopérations ponctuelles*

En dehors du contexte propre à Arte, il existe surtout des coopérations ponctuelles avec, déjà en juin 1978, une tentative d'échange des grilles de programmes entre TF1 et ARD, le temps d'une soirée<sup>30</sup>. Plus près de nous, on retrouve l'anniversaire du traité de l'Élysée : quarante ans jour pour jour après sa signature, *Libération* et la *Berliner Zeitung* s'associèrent pour une édition spéciale, la une du quotidien français titrant « Un jour en Françallemagne<sup>31</sup> ». Mais cette initiative est restée ponctuelle et liée à cette date commémorative et, qui plus est, n'est pas spécifique au franco-allemand puisque *Libération* renouvela l'opération avec *The Guardian*<sup>32</sup> à l'occasion des cent ans de l'Entente cordiale. De plus, cette collaboration, qui vise à marquer l'entente, confronte les journalistes, dans leur pratique provisoirement commune, à une prise de conscience de la différence des approches : ainsi, l'opération *Libération/Berliner Zeitung* n'a pas seulement donné matière à des conflits sur les différences stylistiques, mais aussi sur la hiérarchie et la présentation des sujets choisis<sup>33</sup>. Dans la même optique, la simple mise en commun de moyens techniques peut elle aussi se révéler source d'agacements<sup>34</sup>.

---

La Rochelle contre un éventuel assaut qui n'a pas eu lieu car les alliés avaient préféré renforcer leur présence sur le front à l'Est. Les habitants de La Rochelle étaient donc les derniers Français à fêter la Libération de la France. 60 ans après, les marées de l'Atlantique et le temps ont-ils lissé les souvenirs de guerre ? Comment la réconciliation franco-allemande est-elle vécue de nos jours dans cette région touristique ? Faut-il construire l'avenir en occultant le passé ou au contraire évoquer le passé avec les touristes allemands à La Rochelle ? » (extrait de la présentation de l'atelier sur le site <http://www.ofaj.org>). On peut écouter les reportages réalisés lors de l'atelier sur le site de l'OFAJ ([http://www.ofaj.org/commun/scripts/pages\\_dyn.php?page=offre\\_ofaj-seminaire](http://www.ofaj.org/commun/scripts/pages_dyn.php?page=offre_ofaj-seminaire)).

30. Qui fut un flop, si l'on en croit la vision très personnelle que livre Wolfgang FREUND : « Wenn der Ostwind weht. Zu einem deutschen Fernsehprogramm in Paris », dans Pierre ALBERT, Wolfgang FREUND, Ursula KOCH (dir.), *Allemagne-France. Deux paysages médiatiques*, Francfort-sur-le-Main, 1990.

31. *Libération* du 22 janvier 2003.

32. *Libération* du 5 avril 2004 titrant en une « I love you, moi non plus ».

33. F. BAASNER, K. ELBOGEN, *op. cit.*, p. 86-87.

34. À l'issue des festivités du 40<sup>e</sup> anniversaire du traité de l'Élysée, des correspondants rapportent que « la télévision allemande a eu des difficultés lors des reportages sur l'anniversaire du traité à cause de la mauvaise qualité des images que la télévision française fournit à contrecoeur à l'Eurovision. Tandis qu'une caméra filmait correctement Jacques Chirac en train de parler, la deuxième bougeait lorsque c'était au tour de Gerhard Schröder. » (*ibid.*, p. 87).

*Au-delà des frontières : les médias à vocation régionale ou internationale*

Les médias propagent aussi une image de leur pays au-delà des frontières. Le long de la frontière commune à la France et l'Allemagne, d'une part. Il nous est difficile, dans le cadre imparti, de présenter un panorama des médias dans cette région, tant les pratiques du public (qui peut combiner à loisir les offres publiques, privées, voire associatives des deux pays, en fonction de sa maîtrise de la langue du voisin) sont variables. Si le bilinguisme des supports médiatiques perd du terrain (notamment par la décroissance du volume rédactionnel traduit dans les éditions bilingues des quotidiens<sup>35</sup>), c'est surtout la pratique des journalistes de cette région qui semble intéressante, notamment par la création de l'Interregionale Presse-Presse Interrégionale (IPI), un regroupement indépendant de journalistes travaillant dans la région constituée par la Sarre, la Lorraine, le Luxembourg, la Wallonie et la Rhénanie-Palatinat. Son objectif est de favoriser la collaboration des journalistes par-delà les frontières, par la mise en place d'un site bilingue<sup>36</sup>, qui propose quotidiennement les principaux titres de l'actualité régionale et un agenda des manifestations. L'association organise des séminaires et diffuse une carte de presse interrégionale.

À une tout autre échelle, l'Allemagne et la France possèdent chacune une radio à vocation internationale<sup>37</sup>. L'allemand fait partie des vingt langues dans lesquelles émet Radio France Internationale. Les émissions proposées par la rédaction allemande privilégient l'actualité française, européenne et internationale, vue de Paris, et les auditeurs peuvent écouter les émissions en allemand trois fois par jour sur la FM à Berlin, et dans quatre villes de Saxe en partenariat avec la BBC<sup>38</sup>.

Parmi les trente langues représentées sur son antenne, la Deutsche Welle (DW, aussi connue sous le nom de « voix de l'Allemagne ») possède un programme français<sup>39</sup>, destiné au public francophone dans son ensemble, qui se concentre sur l'actualité internationale, allemande et africaine, dans une perspective allemande. Une configuration idéale pour

35. Cf. Michel MATHIEN : « La presse quotidienne en Alsace et dans le Bade-Württemberg : esquisse d'une comparaison », dans Ursula KOCH, Detlef SCHRÖTER, Pierre ALBERT (dir.), *Images médiatiques franco-allemandes. Un dialogue entre journalistes et chercheurs*, Munich, 1993, p. 108.

36. [www.ipi-presse.org](http://www.ipi-presse.org)

37. On notera que les deux stations proposent des cours de langue, à l'antenne et sur internet : [http://www.rfi.fr/fichiers/langue\\_francaise/index.asp](http://www.rfi.fr/fichiers/langue_francaise/index.asp) <http://www.dw-world.de/dw/0,2142,2055,00.html> avec, dans les deux cas, des cours du niveau débutant au niveau confirmé, la possibilité d'avoir accès aux informations du jour (flashes info) lues beaucoup plus lentement, des cours ciblés d'allemand ou de français économique et des aides didactiques pour les enseignants.

38. Ou sur le site internet [http://www.rfi.fr/fichiers/Langues/rfi\\_allemand\\_main.asp](http://www.rfi.fr/fichiers/Langues/rfi_allemand_main.asp).

39. Les émissions de la rédaction française de la Deutsche Welle sont en ligne pendant 24 heures après leur diffusion sur <http://www2.dw-world.de/french/dw-radio/audio>.

les regards croisés, et pour ne pas sombrer dans la banalisation du franco-allemand à laquelle on assiste de façon générale. Selon Carine Debrabandère, journaliste à la rédaction francophone de la DW,

c'est normal, plus de quarante ans après le traité de l'Élysée. Et pourtant : quelle émotion, cette année encore, lors des célébrations du 60<sup>e</sup> anniversaire de la fin de la Seconde Guerre mondiale... Il est essentiel pour moi de toujours rappeler le côté exceptionnel de la réconciliation franco-allemande. Elle fait figure de référence pour de nombreux peuples, notamment pour bon nombre d'intellectuels polonais. Il est par ailleurs essentiel de comparer comment les deux pays affrontent des difficultés similaires : chômage, vieillissement de la population et financement des retraites, assurance-maladie... [Ce n'est possible que si l'on propose] des reportages de fond qui expliquent les grands sujets de société, par exemple sur les sujets de migration, d'identité nationale, d'éducation<sup>40</sup>...

### *Les correspondants*

Adopter « une position pédagogique (en essayant de rester charmante !) <sup>41</sup> », mais ne pas toujours en avoir les moyens à cause des contraintes économiques et des caprices de l'actualité, voilà un dilemme qui résume bien la position particulière des correspondants étrangers. Reportages de fond et présentation comparatiste sont effectivement les plus efficaces d'un point de vue « didactique », mais les conditions de travail des correspondants ne leur permettent pas toujours d'aller au bout de cette démarche.

Il y a, tout d'abord, le problème des sources, la constitution d'un réseau ne se faisant pas en un jour. Les journalistes se plaignent du fait que la presse étrangère n'est pas la mieux servie :

À Berlin comme à Paris, il est difficile pour les correspondants à l'étranger de recevoir les informations en même temps que leurs collègues nationaux. Quelques journalistes subissent alors une pression terrible, surtout quand, dans leurs rédactions, les rédacteurs déjà bien au courant suivent de près l'actualité par internet dans la presse quotidienne étrangère. Cela ne suffit plus de lire la presse quotidienne et de revendre la même histoire le lendemain. Ni à Berlin ni à Paris on ne peut parler d'une relation privilégiée de l'axe franco-allemand pour le travail de presse<sup>42</sup>.

Et le contexte de travail est difficile pour d'autres raisons encore. À l'heure de la mondialisation, alors que les rubriques « International » ont acquis davantage de poids, la concurrence entre les informations en provenance des différents pays se fait plus vive. La logique économique

40. Carine DEBRABANDÈRE, entretien réalisé le 06 novembre 2005.

41. *Ibid.*

42. F. BAASNER, K. ELBOGEN, *op. cit.*, p. 85-86.

n'est pas non plus favorable : l'information a un coût, et la tendance est à un recours accru aux informations des agences de presse et aux envoyés spéciaux. À cela s'ajoute la question du filtrage des sujets (il ne suffit pas que le correspondant propose des sujets pour qu'ils soient pris, il faut que la rédaction centrale les juge pertinents, et dans le cas des sujets internationaux, cela signifie bien souvent qu'on doit pouvoir les rattacher à des préoccupations plus nationales<sup>43</sup>). Globalement, on observe donc une tendance à la suppression de postes ou à la concentration (un correspondant pour plusieurs titres).

Confrontés à ces contraintes, les correspondants doivent continuer à expliquer les enjeux, contextualiser, replacer les faits dans le système de valeurs dont le public est familier, différencier (par exemple pour ce qui est des compétences des *Länder* par rapport à celles des régions françaises, ou sur la question de la laïcité), bref, à jouer pleinement leur rôle de « passeurs » de l'information<sup>44</sup>. Ils ne sont pas pour autant obnubilés par le franco-allemand (qui peut être perçu comme un « marronnier<sup>45</sup> »), même si cette relation « privilégiée » (avec ses rituels et ses crises) leur fournit aussi du travail<sup>46</sup>, à la fois comédie et poule aux œufs d'or.

### *Un contexte « décomplexé » qui voit naître des initiatives originales*

#### *Vers un regard plus quotidien, plus intimiste*

Nous avons déjà eu un aperçu du travail de Pascale Hugues avec sa chronique primée en 2005. Correspondante arrivée en Allemagne juste avant la chute du Mur (pour *Libération*, puis pour *Le Point*), son travail ne se limite pourtant pas à cette perspective, puisqu'elle livre aussi dans des journaux allemands (*Tagesspiegel*, *taz*) son regard de Française sur les détails du quotidien. On peut ici vraiment parler de regards croisés. Ce qui intéresse Pascale Hugues, ce n'est pas le franco-allemand, devenu une sorte de vache sacrée.

Il y a une certaine lassitude quand on est journaliste en Allemagne depuis quinze ans, face à tout ce qui est conventionnel, institutionnel, au sein de ce tout petit milieu des relations franco-allemandes, même si cela reste extrêmement important. Heureusement, dans les rédactions, il y a souvent des responsables pour les affaires européennes, qui vont gérer tout ce qui concerne ces sommets et autres événements politiques. J'ai aussi la chance,

43. Cf. Anaïs FAUGLAS, *La Correspondance étrangère en question, le cas des correspondants allemands en France*, mémoire de sciences politiques sous la dir. d'Olivier Baisnée, Institut d'études politiques, Rennes, 2004, p. 10.

44. En Allemagne, certains journalistes-stars comme Heiko Engelkes et surtout Ulrich Wickert, auréolés de leur activité à Paris, sont considérés comme des « spécialistes » de la France et sortent régulièrement des livres grand public sur leur voisin.

45. Dans le jargon journalistique, sujet qui revient de façon cyclique au fil des saisons.

46. Et un lexique prêt à l'emploi, du « moteur », plus ou moins grippé, au « mariage de raison »

en travaillant pour un hebdomadaire, de ne pas devoir couvrir l'actualité au jour le jour<sup>47</sup>.

Ce qui l'intéresse, c'est l'Allemagne, et mieux la faire connaître :

Les quinze dernières années ont été tellement intéressantes en Allemagne, plus intéressantes que le franco-allemand lui-même. Je préfère partir avec mon bloc-notes pour rencontrer des gens « sans importance ». Pour moi, ce n'est pas un challenge d'aller à une conférence, un sommet, alors que ce serait passionnant de passer une journée avec le laveur de carreaux par exemple [qui se trouve être là au moment de l'entretien et dont l'histoire personnelle d'enfant sans père au lendemain de la guerre laisse entrevoir tout un pan de l'histoire du pays]<sup>48</sup>.

Partir de l'individu pour faire comprendre un pays. Mais pour que les gens s'ouvrent, pour recueillir ces paroles de l'ordre de l'intime, qui n'ont rien à voir avec la langue de bois, il faut du temps, dont on ne dispose pas toujours en tant que correspondant, et les sujets proposés ne sont pas forcément retenus<sup>49</sup>. De cette frustration est né un livre, dans lequel la journaliste brosse les portraits d'anonymes pour répondre à la question un brin provocatrice (pour tout lecteur qui méconnaîtrait l'Allemagne) posée au début de son ouvrage : « L'Allemagne serait-elle le pays du bonheur<sup>50</sup> ? »

Dans la même veine, *Karambolage*, magazine hebdomadaire franco-allemand de Claire Doutriaux sur Arte<sup>51</sup>, est une sorte de « minisaga que l'on savourera avec gourmandise [...], comme un interlude primesautier et incisif de 12 minutes, [...] décryptage malin des codes et objets si différents en France et en Allemagne<sup>52</sup> ». Avec son approche éclectique, son ton léger et un travail graphique innovant, l'émission propose depuis janvier 2004 un aller-retour permanent entre les deux cultures, et le télé-spectateur, qu'il soit francophile/germanophile averti ou pas, y trouve un plaisir certain et apprend au passage moult détails sur les objets ou mots du voisin, mais aussi sur ceux de son propre quotidien<sup>53</sup>.

47. Pascale Hugues, entretien réalisé le 4 novembre 2005.

48. *Ibid.*

49. Cependant, les événements attendus, comme les élections, même s'ils donnent lieu à des articles obligés (tels les incontournables portraits comme « Angela Merkel : la "Gamine" s'attaque à la chancellerie », *Le Point*, 2 juin 2005, p. 70), permettent aussi d'accrocher le lecteur sur des sujets de société (cf. « La bataille des femmes », *Le Point*, 1<sup>er</sup> septembre 2005, p. 42).

50. Pascale HUGUES, *Le Bonheur allemand*, Paris, 1998, p. 9.

51. Les émissions archivées sont disponibles sur le site <http://www.arte-tv.com/fr/connaissance-decouverte/karambolage/104016.html>

52. Anne-Marie FÈVRE, « Cathédrales cathodiques. *Karambolage* décrypte les différences entre la France et l'Allemagne », *Libération*, 8 octobre 2005.

53. D'où vient la Vache qui rit ? Le Petit Suisse ? Comment en est-on venu à utiliser les termes de « boche », « chleu » et « fritz » ?

Le point de départ de la démarche est le suivant :

partir du détail concret qui nous amène à un rapport au monde différent dans chaque culture [...], à tout prix éviter le pur comportemental, éviter les stéréotypes et les portes ouvertes, pour partir des objets, des mots et des expressions, des mœurs qui, tous, sont concrets. [...] De nos jours, la mondialisation est partout : dans le monde entier, les mêmes stylos, le même dévidoir de scotch. Pourquoi donc certains objets très courants ne passent-ils jamais les frontières<sup>54</sup> ?

D'où de fines distinctions sur le papier à cigarettes de part et d'autre du Rhin, une étude comparée des lits à la française et à l'allemande, un match entre le « presse-purée » français et le pilon en bois allemand, la présentation du pique-œuf (*Eierpieker*) qui permet à la coquille de rester intacte au contact de l'eau bouillante, ou le « livre à la française », dont il faut couper les pages. Les sons font également l'objet de cet inventaire à la Prévert, des onomatopées aux sirènes. Et l'étymologie nous révèle des parentés souvent insoupçonnées, nées des voyages d'une langue à l'autre au fil des siècles<sup>55</sup>. ... à moins qu'elles ne soient source de malentendus, qu'il s'agit alors de dissiper<sup>56</sup>. Les rites sont examinés à la loupe<sup>57</sup>, les mœurs interrogées<sup>58</sup>.

Les Français ne s'intéressent pas à l'Allemagne. Nous avons de nos voisins une vision triste, marronnasse. Je voulais essayer d'intéresser à l'Allemagne. Mon idée était d'éveiller la curiosité des téléspectateurs d'une manière vivante, gaie, tout en restant très rigoureux sur le propos<sup>59</sup>.

54. Citation extraite de l'interview de Claire Doutriaux disponible en ligne sur <http://www.cndp.fr/franco-all/itw-arte-lmp.htm>.

55. Le mot « boulevard » que l'on pense être si typiquement français vient en fait du mot allemand « *Bollwerk* » (fortification), ce qui renvoie à la configuration originelle de ces voies. Et les Allemands se sont ensuite réapproprié le terme francisé pour parler de leur presse à scandale (*Boulevardpresse*), lorsqu'elle était encore vendue à la criée.

56. Un Allemand qui demanderait à une boulangère française un « *Baiser* » n'attendrait rien d'autre qu'une meringue. S'il qualifiait une jeune femme de « *salopp* », ce serait à prendre comme un compliment, synonyme de « décontracté ». Mais si un Français lui parle de rendez-vous chez son dentiste, il commence à avoir des soupçons, « *das Rendezvous* » étant exclusivement réservé aux amoureux dans son pays.

57. Comme les minutes qui précèdent le début d'une séance à l'Assemblée nationale et au *Bundestag*, sobriété et silence du hall quasi désert à Berlin, haie de gardes républicains et roulements de tambour à Paris, « deux mises en scène opposées d'une même démocratie. » (extrait du livre de Claire DOUTRIAUX, *Karambolage, petites mythologies française et allemande*, Paris 2004, p. 89).

58. Dites le avec des fleurs... avec ou sans emballage ? « En Allemagne, on présente les fleurs à son hôte comme si on venait de les cueillir dans une prairie. L'authentique, toujours la recherche de l'authentique. En France, l'emballage fait partie du cadeau. Il donne au bouquet une apparence plus précieuse, plus sophistiquée. L'apparence, toujours l'apparence. » (*ibid.*, p. 9). Quant aux « autocollants quelque peu castrateurs collés à hauteur de nez dans les salles de bain émancipées d'Allemagne », sommant les hommes d'uriner assis pour des raisons d'hygiène, voici le commentaire qu'ils suscitent : « Je vais vous avouer une chose : chaque fois que je me heurte en Allemagne à l'un de ces magnifiques autocollants, j'essaie d'imaginer un instant la gente masculine française devant ces injonctions. Tout simplement désopilant. À désespérer définitivement d'une quelconque unité européenne... » (*ibid.*, p. 59).

59. C. DOUTRIAUX, entretien, *op. cit.*

Une approche ludique qui trouve son aboutissement à la fin de chaque émission avec la rubrique « devinette », un plan fixe de 30 secondes dont un détail (une palissade de chantier typiquement française, un logo d'ambulance française ou de pharmacie allemande, un distributeur de cigarettes ou un carambar) doit permettre au téléspectateur attentif de déterminer dans lequel des deux pays il a été tourné. Une anthropologie du quotidien donc, qui doit beaucoup à ses auteurs issus d'horizons très divers (professeur, critique, réalisateur, écrivain, journaliste, designer, industriel à la retraite, comédien, scénariste, traducteur), mais qui ont tous en commun, par leur histoire personnelle, de naviguer entre les deux pays.

*Vers un discours franco-allemand de et pour la jeune génération*

Cette approche plus intimiste du franco-allemand vu « d'en bas » est également très présente chez les jeunes générations, qui produisent elles-mêmes leur propre discours sur la question.

*Grand méchant loup* par exemple est un projet issu d'une initiative parentale, qui est en quelque sorte la chronique interactive d'une classe de l'École européenne Judith Kerr de Berlin (depuis la grande section de maternelle en 2000-2001), dont les élèves sont habitués à vivre avec les langues française et allemande. Ce projet a donné naissance à un journal bilingue fait par les enfants, à une série d'interviews, et à un reportage diffusé sur RFI. Le site internet sert aussi de plate-forme à un échange avec plusieurs classes francophones<sup>60</sup>. La relation au voisin et au franco-allemand est ici tout à fait décomplexée, comme en témoigne l'interview d'Alfred Grosser, qui commence ainsi :

Le Grand méchant loup a rencontré Alfred Grosser, un professeur très connu qui vient de fêter ses 80 ans, qui écrit et qui voyage beaucoup et qui rit aussi beaucoup. Il est français et aussi un peu allemand. Il nous a raconté plein de choses intéressantes, et comme c'est un numéro spécial sport et qu'on ne peut pas tout mettre ici, il va être question aujourd'hui de foot et d'abord, de son enfance<sup>61</sup>.

La rédaction d'*Extra*<sup>62</sup>, le supplément bilingue du *Républicain Lorrain* et de la *Saarbrücker Zeitung* destiné aux jeunes, regroupe des scolaires de la région frontalière Sarre-Moselle, qui choisissent eux-mêmes leurs sujets pour écrire dans leur langue maternelle sur des thèmes franco-allemands. Sans pour autant se complaire dans le registre de la célébration de cette amitié, comme en témoigne le début d'un article sur les échanges scolaires contraints et forcés et les incompatibilités entre correspondants :

60. <http://www.mechant-loup.schule.de/fr/index.html>.

61. « Un professeur pas comme tout le monde : Monsieur Grosser » (Une interview de Sidney, Alina, et David, consultable sur le site [http://www.mechant-loup.schule.de/media/pdf\\_fr/Int\\_Grosser\\_fr.pdf](http://www.mechant-loup.schule.de/media/pdf_fr/Int_Grosser_fr.pdf)).

Mon prof me fait cadeau d'une correspondante. Une première lettre express est rédigée, quelques bribes de français jetées sur le papier. « Je m'appelle Céline et je suis contente de faire ta connaissance », et c'est parti ! Elle s'appelle Lætitia et va à l'école à Thionville. La réponse standard arrive quelques mois plus tard. Elle est contente aussi de faire ma connaissance. Chouette, c'est Adenauer et De Gaulle qui seraient contents<sup>62</sup>...

Enfin, on retrouve cette même approche décomplexée et ambitieuse dans la revue franco-allemande *Rencontres*, dont la première édition en ligne fut lancée en juin 2004, et qui est née d'un déficit (et donc d'un défi), comme le raconte Johanna Heinen, sa rédactrice en chef :

En cherchant un média proposant un bon aperçu des aspects quotidiens des relations franco-allemandes, j'ai constaté qu'il n'existait pas de magazine entièrement bilingue, ce qui permettrait en parallèle d'approfondir ses connaissances linguistiques. Et j'ai donc décidé d'en mettre un sur pied<sup>63</sup>.

En plus d'être bilingue, *Rencontres* a la particularité d'être gratuit, grâce à une organisation très élaborée (binômes et comités de lecture assurant les relectures croisées, corrections et traductions) et au professionnalisme de la centaine d'étudiants français et allemands qui la font vivre bénévolement, et grâce à la visée clairement pédagogique et aux possibilités qu'offre l'outil Internet (plate-forme de travail en réseau, alors que les collaborateurs sont dispersés entre la France et l'Allemagne). L'éventail thématique proposé par les rubriques (« Politique et Économie », « Société », « Histoire », « Arts », « Culture », « Vécu », « Art de Vivre », « Bons plans Paris-Berlin ») permet de proposer un aperçu des différentes facettes de la coopération franco-allemande, de présenter des regards croisés, et la formule bilingue permet à la fois de contourner l'obstacle de la langue (lecture dans sa langue maternelle) et d'inciter à le dépasser (possibilité d'une deuxième lecture dans l'autre langue). Ainsi, *Rencontres*, initiative partie d'en bas (avec la distribution de prospectus publicitaires dans les universités berlinoises) « est une preuve vivante de l'amitié franco-allemande, indépendante des institutions, de la politique et des budgets<sup>64</sup>. » Des objectifs ambitieux sont affichés pour le site (implication des enseignants et des classes par l'interactivité, mise à disposition de fichiers audio pour écouter les articles dans les deux langues), tout en gardant les pieds sur terre : « Nous avançons lentement, mais sûrement<sup>65</sup> ».

62. Céline LAUER, « Schüleraustausch: Die Pflicht. L'amitié programmée – Wenn deutsche und französische Jugendliche sich entdecken "sollen" », *Extra* n° 3/2005.

63. Johanna HEINEN, entretien réalisé le 06 novembre 2005.

64. *Ibid.*

65. *Ibid.*

On le voit, on est loin de la tendance à l'autocélébration du franco-allemand, des grands rituels, des cérémonies et de leur couverture médiatique. La motivation des pionniers reste, mais elle n'est plus empreinte de gravité, du sentiment d'être investi d'une mission. De l'institutionnel, on est passé à la vie de tous les jours, d'un discours sur le franco-allemand à un discours franco-allemand. On est loin également d'une opinion publique européenne, mais cette approche « modeste » et rafraîchissante, cette lucarne sur le quotidien (qui, de près ou de loin, est aussi un aboutissement, celui de l'évolution issue des mesures prises dans la prime jeunesse des relations franco-allemandes) n'est-elle pas le point de départ d'une nouvelle forme de curiosité, vertu première en période de frilosité ?

Dominique VOGEL

*Dominique Vogel, germaniste, ancienne élève de l'École normale supérieure de lettres et sciences humaines, est agrégée d'allemand. Après avoir travaillé pour la rédaction française de la radio internationale allemande Deutsche Welle, elle est actuellement allocataire et monitrice à l'université Paris III-Sorbonne Nouvelle, où elle enseigne en master professionnel de journalisme franco-allemand. Elle prépare une thèse de doctorat sur la presse pour la jeunesse en République démocratique allemande.*