

# UNIVERSITÉ DE TOURS

**ÉCOLE DOCTORALE : Humanités & Langues – H&L**

**Laboratoires Interactions Culturelles et Discursives**

**THÈSE** présentée par :

**Daphné CHARDON**

soutenue le : 17 septembre 2021

pour obtenir le grade de : **Docteur de l'université de Tours**

Discipline/ Spécialité : Langue Vivante Allemand - Études Germaniques et Scandinaves

**ARTE et l'interculturel télévisuel :  
Du dialogue à la construction d'un discours  
de promotion de la diversité des cultures.**

**THÈSE dirigée par :**

**Mme DE GEMEAUX Christine**

Professeure émérite, Université de Tours

**RAPPORTEURS :**

**Mme CHAMBAT-HOUILLON Marie-France**

MCF HDR, Paris 3 - Sorbonne Nouvelle

**Mme ROBERT Valérie**

MCF, Paris 3 – Sorbonne Nouvelle

**JURY :**

**Mme CHAMBAT-HOUILLON Marie-France**

MCF HDR, Paris 3 – Sorbonne Nouvelle

**Mme DE GEMEAUX Christine**

Professeur émérite, Université de Tours

**M. GOTTSCHALK Peter**

Professeur, Université de Mittweida

**Mme REPUSSARD Catherine**

MCF HDR, Université de Strasbourg

**Mme ROBERT Valérie**

MCF, Paris 3 – Sorbonne Nouvelle

**Mme TOSCER-ANGOT Sylvie**

Professeur, Université de Tours

# SOMMAIRE

<b>SOMMAIRE</b> .....	<b>1</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>5</b>
<b>AXE PREMIER : L'INTERCULTUREL TELEVISUEL, REVELATEUR DES POLITIQUES CULTURELLES FRANÇAISE ET ALLEMANDE ET DE LEURS DISSENSIONS ?</b> .....	<b>42</b>
CHAPITRE I : ARTE ET LA TELEVISION (INTER)CULTURELLE : QUELQUES PERSPECTIVES THEORIQUES. ....	43
1) La culture comme système.....	45
<i>Un élitisme culturel à la française ?</i> .....	47
<i>Quelles différences avec l'Allemagne ?</i> .....	59
a) ARTE : Culture ou <i>Kultur</i> ? .....	67
b) ARTE et les codes culturels.....	72
c) Le projet d'ARTE, multi-, pluri, trans- ou interculturel ? .....	76
2) ARTE : L'interculturel, la culture en mouvement. ....	79
a) Quelques théories. ....	81
b) Interculturel ou interculturalité ?.....	83
c) ARTE, entre dialogue et discours interculturel ?.....	84
3) ARTE, sphère d'interculturel « volontaire » .....	88
4) La problématique de la communication interculturelle chez ARTE, quelques outils théoriques. ....	98
<i>Les apports de Geert Hofstede.</i> .....	98
<i>Les apports d'Edward Twitchell Hall</i> .....	102
<i>Les apports de Charles Hampden-Turner et Fons Trompenaars.</i> .....	104
5) ARTE, outil de communication interculturelle ? .....	107
a) Les ambiguïtés de la télévision culturelle.....	108
b) La télévision culturelle face aux théories de l'École de Francfort.....	116
c) La question de l'imaginaire collectif : la culture ou les cultures ?.....	122
d) Le devoir de mémoire d'ARTE. ....	126
6) Politiques culturelles et audiovisuelles en France et en Allemagne : entre dissension et homologie.....	130
7) ARTE, vecteur d'identité culturelle européenne ?.....	148
CHAPITRE II : ARTE : GENESE D'UN PROJET ORIGINAL, REVELATEUR DES PROCESSUS DIALECTIQUES INHERENTS A L'INTERCULTUREL ? .....	156
1) Un contexte historique et politique favorable à l'interculturalité. ....	157
a) France /Allemagne, un climat de nouvelle entente. ....	160
b) Les coopérations franco-allemandes dans le secteur culturel. ....	163
c) L'instauration d'un dialogue interculturel via les initiatives culturelles ou l'ébauche d'une politique culturelle commune. ....	168

2) La télévision (inter)culturelle, nouveau vecteur de construction européenne ?.....	177
a) L'impact social de la radiodiffusion. ....	178
b) Aux origines de la télévision européenne. ....	183
c) Identité européenne et imaginaire : l' « interculturelisme » des médias. ....	190
3) Les origines franco-française d'ARTE : La Sept, chaîne culturelle à vocation européenne. ....	196
a) La Sept, une volonté politique française ? .....	197
<i>Le PAF : Le monopole de l'État sur la télévision. ....</i>	200
b) Une chaîne culturelle en réaction à la privatisation.....	208
<i>La Sept sur FR3.....</i>	218
c) La Sept, chaîne culturelle européenne ou française ? .....	224
4) La nouvelle vocation interculturelle de La Sept : Les premières traces d'une forme de dialectique. ....	228
a) Le paysage audiovisuel allemand : une tradition fédérale.....	229
b) La télévision culturelle, une ambition partagée.....	237
<i>Quand la volonté politique commune conduit à un système interculturel fécond.....</i>	243
<i>La convergence d'intérêts technologiques (et financiers), condition sine qua non de l'interculturel télévisuel ? .....</i>	249
5) L'interculturel télévisuel, entre antinomies et perpétuels ajustements.....	256
a) La CEE repousse les limites des incompatibilités technologiques.....	257
b) Un déséquilibre juridique ? .....	260
c) Le GEIE, réponse au déséquilibre financier ? .....	264
d) La Sept et ARTE, sources de vives critiques.....	266
 BILAN INTERMEDIAIRE. ....	 273

**AXE SECOND : LES MOMENTS DIALECTIQUES DE LA SPHERE ARTESIENNE ET CONSTRUCTION DU DISCOURS. ....279**

CHAPITRE I : LA FORCE DU DIALOGUE INTERCULTUREL AU SEIN DE LA CHAÎNE, SECONDE STRATE DE L'INTERCULTUREL TELEVISUEL. .... 283

1) ARTE, structure miroir d'un interculturel « volontaire ». ....	284
a) Le GEIE, unique modèle de télévision interculturelle. ....	284
<i>La Centrale de Strasbourg. ....</i>	290
<i>Les pôles nationaux : deux politiques de production distinctes.....</i>	300
<i>Un mariage forcé? .....</i>	317
b) Les coopérations et partenariats d'ARTE à l'échelle européenne, vers plus d'intégration ?.....	323
2) La confrontation des cultures professionnelles ou l'instauration d'un dialogue interculturel....	340
a) Au croisement des cultures professionnelles.....	345
<i>Le conflit, élément indissociable de l'entreprise interculturelle ?.....</i>	347
<i>Les apports de Hofstede, quelques précisions. ....</i>	351
b) La Centrale de Strasbourg, chaudron d'interculturalité.....	358

<i>Langue et communication interpersonnelle, indices de domination de la culture française ?</i> .....	364
<i>ARTE, parangon du management interculturel ?</i> .....	373
<i>Le conflit, source d'acquisition de nouvelles compétences ?</i> .....	380
<i>La constitution d'une culture tierce.</i> .....	382
<i>ARTE, véritable identité culturelle ?</i> .....	387
<i>Le GEIE et ses modes de résolution de conflits</i> .....	395
<i>Le but commun, vecteur essentiel d'une politique de consensus.</i> .....	402
c) Un dialogue tripolaire inexistant.....	405
<i>L'Atelier de Recherche, vivier d'interculturel télévisuel.</i> .....	409

CHAPITRE II : LA PRODUCTION D'UN DISCOURS INTERCULTUREL, TROISIEME ET DERNIERE STRATE DE L'INTERCULTUREL TELEVISUEL.....	418
--	-----

1) ARTE, une programmation transculturelle ? Le délicat mélange des genres.....	424
a) ARTE : Entre cultures et regards croisés.....	428
<i>Cinéma et documentaire, genres favoris d'ARTE ?</i> .....	431
b) Le traitement de l'information, un antagonisme franco-allemand ?.....	442
c) Transfert linguistique, transfert culturel : outils et enjeux de la traduction en télévision.....	471
d) Des stratégies de programmation, des esthétiques à coordonner.....	486
2) ARTE, un discours médiatique hybride ? Analyse globale de la programmation, grille et ligne éditoriale.....	497
a) La grande flexibilité de la programmation, un écho aux compétences interculturelles ?.....	504
<i>ARTE, une « Programmphilosophie » singulière.</i> .....	506
<i>Une chaîne en proie à des usages différents.</i> .....	512
<i>Une chaîne en mouvement, toujours plus proche de l'actualité.</i> .....	516
b) Les audiences d'ARTE, ou la problématique d'intégration Outre-Rhin.....	524
c) Le développement de la chaîne vers d'autres support, la question du numérique. ....	536
3) ARTE ou la promotion de l'interculturel : Analyse ciblée de la programmation.....	552
a) <i>Histoire Parallèle : Faire du traumatisme un lieu de mémoire collective, une rencontre interculturelle.</i> .....	560
b) <i>Karambolage, ou la pédagogie à l'interculturel.</i> .....	569
<i>Karambolage, le dialogue des cultures.</i> .....	573
<i>Le discours de narration témoin.</i> .....	583
<i>Le regard-croisé, le langage franco-allemand.</i> .....	592
<i>Karambolage et la problématique de l'adaptation linguistique.</i> .....	610
<i>Un discours didactique.</i> .....	613
<i>Karambolage, le non verbal tout aussi formateur que le verbal ?</i> .....	630
<i>Un discours de promotion de l'interculturel ?</i> .....	636
<i>Karambolage, un discours trop marqué par les stéréotypes ?</i> .....	641
<i>Quelques réserves.</i> .....	652
c) <i>ARTE Journal, une double conception : entre aboutissement et recul de l'interculturel ?</i> .....	653

<i>Quelques aperçus en guise de conclusion intermédiaire</i> .....	675
CHAPITRE III : PERSPECTIVES CRITIQUES, BILAN ET CONCLUSIONS. ....	678
1) Une programmation linéaire véritablement interculturelle ? .....	678
a) Analyse ciblée : Quelques exemples supplémentaires et complémentaires.....	678
<i>X : enius, la science au profit de l'interculturel télévisuel</i> .....	681
<i>Reportages ou l'alternance franco-allemande</i> .....	684
<i>Le Dessous des Cartes / Mit offenen Karten : Entre interculturel et déséquilibre de transfert</i> .....	686
<i>Vox Pop : l'Europe sous un angle franco-français ?</i> .....	688
<i>Square Salon ou le débat européen et multilingue</i> .....	689
<i>Metropolis : les actualités culturelles et leur fort potentiel de transférabilité</i> .....	694
<i>Regards / Re : La puissance d'interculturalité de la narration-témoin</i> .....	696
<i>Tracks : L'alternative de la double rédaction, franco-allemande</i> .....	697
b) Documentaires et fictions, des genres au service de l'interculturel. ....	700
c) Quelques réflexions critiques : 28 Minutes et le décrochage.....	704
2) Bilan et conclusions. ....	715
a) ARTE, chaîne médiatrice, chaîne citoyenne ?.....	715
b) ARTE et le renouvellement du discours interculturel médiatisé.....	724
c) ARTE, un discours télévisuel pleinement interculturel ? Perspectives critiques et suggestions.....	734
d) ARTE, la rencontre des interculturels-sensibles et des interculturels-pragmatiques, quelques réflexions propres au management interculturel. ....	739
e) Retour sur la méthodologie et dernières réflexions. ....	750
<b>ANNEXES</b> .....	<b>761</b>
TRANSCRIPTIONS D'INTERVIEWS. ....	761
TABLEAU RECAPITULATIF D'ANALYSE DES JT.....	863
BIBLIOGRAPHIE : OUVRAGES.....	884
BIBLIOGRAPHIE : OUVRAGES EN LIGNE, ARTICLES DE REVUES, ARTICLES EN LIGNE, PAGES WEB.....	892

# INTRODUCTION

L'idée de créer une chaîne de télévision à deux têtes, française et allemande, n'est pas commune, encore moins entre deux pays autrefois opposés par les graves conflits européens du XXe siècle. Dès sa création, le 30 avril 1991, ARTE a eu pour vocation de diffuser, pour un large public, et à l'échelle européenne, des contenus culturels de qualité, liés aux arts et savoirs, et de favoriser ainsi le rapprochement entre les peuples. Fréquemment critiquée, source de controverse, l'éclosion de ce projet original a tout autant enthousiasmé les acteurs d'une politique culturelle et audiovisuelle européenne, qu'elle a pu troubler ses détracteurs et déconcerter son public potentiel.

La chaîne franco-allemande, qui fêtait son trentième anniversaire en 2020, est désormais bien ancrée dans le paysage européen. Elle est pourtant en permanence confrontée à de multiples et complexes enjeux, ces derniers mettant assurément en question sa longévité.

Les différences culturelles entre Français et Allemands, ainsi que leur passé conflictuel nous ont ainsi fait nous interroger sur les conditions de constitution d'ARTE et de son bon fonctionnement.

Son identité binationale en premier lieu, nous a interpellée. Comment deux pays, qui plus est jadis ennemis, sont-ils parvenus à s'accorder au sujet de la constitution d'une chaîne de télévision communément manœuvrée ? Une chaîne, qui, de surcroît, allait endosser le rôle de média à vocation culturelle, alors que France et Allemagne ne partagent pas la même notion de culture, que leurs politiques culturelles semblent diverger. Nous avons pu constater lors de nos recherches préliminaires un écart considérable concernant la quantité de littérature relative aux politiques culturelles de l'un et l'autre pays, et avons eu des difficultés à nous procurer ces ouvrages en Allemagne, les politiques culturelles étant en effet du ressort des Länder et non de l'État. L'Allemagne puise sa diversité culturelle dans son organisation fédérale, alors que la France, dans une tradition jacobine d'État centralisé, l'affirme via son institutionnalisation. Le rapprochement culturel franco-allemand s'est ainsi fondé dans ce rapport a priori disharmonique. Nous avons, au premier abord, porté notre réflexion sur cette contradiction majeure entre la France et son *système centralisé*, ou encore sa définition de la culture portant sur la notion d'*exception culturelle*, face à une Allemagne qui, quant à elle, a ancré l'histoire et l'évolution de ses politiques culturelles et audiovisuelles dans son *système fédéralisé*. Des différences qui ont probablement influencé le processus de mise en place,

puis le développement de ce projet de chaîne à vocation culturelle et européenne, mais bel et bien régi, et ce avec parité, par la France et l'Allemagne. Nous nous sommes fondée sur la définition de la culture selon Tylor, une définition qui semble correspondre en tout point aux contenus qu'ARTE met à disposition tant elle exclut toute forme d'hermétisme élitaire. Elle est en outre facilement applicable aux théories de l'interculturel. Selon l'anthropologue, la culture est « un ensemble complexe incluant les savoirs, les croyances religieuses, l'art, la morale, les coutumes ainsi que toute disposition ou usage acquis par l'Homme vivant en société »<sup>1</sup>. Nous considérons ainsi la culture comme système, un système d'orientation de l'Homme, à l'origine de l'organisation des sociétés.

Une approche elle aussi anthropologique de la définition de l'interculturel nous a permis de repérer les modalités de pérennisation de l'entreprise télévisuelle qu'est ARTE, et de mieux comprendre les conditions de son harmonisation. En considérant l'interculturel comme la coexistence de deux systèmes culturels, ARTE fait alors figure de *média interculturel* de fait. L'interculturel renvoie aux concepts de rencontre culturelle, de contact, de mélange entre cultures. Ces contacts ont pour conséquences directes l'influence d'une culture sur l'autre, son acceptation, entière ou partielle, son rejet, lui aussi entier ou partiel, une convergence des idées ou modes de vie, une rencontre culturelle générant tantôt des incompréhensions et mésententes, en cas de méconnaissance de la culture de l'*Autre*, tantôt une réelle volonté de comprendre l'*Autre*, une ouverture sur l'extérieur. La recherche interculturelle est ainsi liée à des applications directes dans le cadre des relations internationales, et les universités sont désormais largement favorables à la formation interculturelle. Depuis la création de l'Office Franco-Allemand pour la Jeunesse en 1963 par Messieurs De Gaulle et Adenauer, la communication interculturelle, notamment franco-allemande, est à la portée du plus grand nombre, en particulier chez les jeunes adultes. Les universités promeuvent la formation franco-allemande via les cursus à double diplôme proposant des semestres effectués dans le pays voisin, afin de faire vivre pleinement l'interculturalité à leurs étudiants, à l'instar des universités de Tours et de Bochum, qui proposent un Master de recherche et professionnalisant, *Discours et Pratiques des médiations culturelles – Diskurse und Praktiken kultureller Vermittlung*.

---

<sup>1</sup> Cité depuis Demorgon, Jacques. *Complexité des cultures et de l'interculturel: contre les pensées uniques*. 5e édition revue et augmentée. Exploration interculturelle et science sociale. Paris: Anthropos Economica, 2015, page 4.

La notion de conflit, de choc dans l'interculturel a retenu notre attention. Nous avons pu à ce sujet nous référer aux écrits de Gilles Verbunt, pour qui « l'interculturel [...] suppose dans la société et chez l'individu un certain type de rapport aux cultures, une volonté de surmonter les obstacles de communication qui résultent de la différence culturelle pour profiter, au contraire, des richesses de chacune. »<sup>2</sup> Cela a soulevé une nouvelle problématique dans notre traitement du sujet de l'interculturalité chez ARTE. Outre le rapprochement de deux pays pour la création d'une entreprise télévisuelle, le projet d'ARTE allait faire se confronter des *identités*, des *cultures professionnelles*. Nous nous sommes donc interrogée sur la capacité des concepteurs comme des employés de la chaîne à constituer, au sein du groupe franco-allemand, un véritable *dialogue interculturel*, au profit de leur programmation culturelle et européenne. Il semblerait que la rencontre interculturelle ait été fructueuse ; quel environnement a donc été mis en place pour que ce groupe biculturel fonctionne ? En quoi le contexte du groupement ARTE est-il favorable à la coopération interculturelle, à l'entente franco-allemande ? Est-il possible de renforcer le groupement dans son identité interculturelle ? En nous intéressant aux éventuelles phases de conflits, aux rapports internes qu'entretiennent les employés de la chaîne, nous avons pu mener une réflexion au sujet de la capacité d'ARTE de constituer in fine, consciemment ou non, un *discours interculturel*. Il semblerait que l'interculturel soit en mesure de s'exprimer tant dans la structure même de la chaîne, dans ses équipes, que dans ses programmes, ses contenus, ce qui légitimerait pleinement l'activité de *promotion de l'interculturel* d'ARTE.

Nous nous sommes ainsi naturellement posée la question du fonctionnement structurel de la chaîne. Divisé en trois pôles, une centrale à Strasbourg, deux pôles administratifs à Paris et Baden-Baden ; comment le groupe coordonne-t-il ces entités ? La structure tripolaire renforce-t-elle l'identité interculturelle de la chaîne ? Quels rapports entretiennent les employés de chacun de ces pôles ? Puisque ces deux pôles nationaux sont impliqués dans la diffusion d'un programme commun, l'un à destination des Français, l'autre des Allemands, et que la compétence interculturelle est, selon Barmeyer et Davoine, corrélative à un « apprentissage organisationnel et construite dans un *contexte d'interactions particulier* »<sup>3</sup>, nous avons fait le choix de nous pencher premièrement sur les rapports entre ces pôles, puis

---

<sup>2</sup> Verbunt, Gilles. *La société interculturelle. Vivre la diversité humaine*. Paris, Editions du Seuil, 2001, page 90.

<sup>3</sup> Barmeyer, Christoph, et Davoine, Eric. « Le développement collectif de compétences interculturelles dans le contexte d'une organisation binationale : le cas d'ARTE ». *Annales des Mines - Gerer et comprendre* N° 107, n° 1 (2012), pages 63-73.



sur ceux entre les employés de la chaîne. Deux cas de figure distincts qui se sont présentés à nous comme de nouveaux modèles de résolution de conflits.

L'ensemble de ces interrogations nous a fait émettre trois hypothèses de recherche majeures. Notre formation universitaire nous a en effet conduit à souhaiter affirmer qu'ARTE, en tant qu'entité audiovisuelle et interculturelle, *reflète* les politiques culturelles françaises et allemandes. Nous avons ensuite fondé notre étude sur le principe qu'une rencontre interculturelle est nécessairement *dialectique*<sup>4</sup>, et l'étude des modes de résolution de conflits au sein d'ARTE, ainsi que de son processus de création de manière plus globale, semble le confirmer. Au cours de nos recherches et analyses du *discours* produit par la chaîne, nous avons développé notre dernière hypothèse, selon laquelle les médias seraient en mesure de participer à la formation interculturelle, à *promouvoir l'interculturel*.

La sphère médiatique est indissociable de notre recherche. Cet environnement particulier est à considérer pleinement, et a soulevé une problématique supplémentaire à celle déjà initiée par le rapprochement de deux cultures : celle de la diffusion de biens culturels par le biais d'un média populaire, ainsi que l'harmonisation de systèmes audiovisuels semble-t-il incompatibles. Une chaîne portée par deux pays induit certes la confrontation de deux cultures, mais aussi de paysages audiovisuels distincts, d'esthétiques télévisuelles parfois éloignées. Quels ont été les modes de résolution de cette problématique liée cette fois-ci à l'objet médiatique ? Malgré toute la bonne volonté de ses concepteurs, ARTE demeure contrainte par la logique télévisuelle, entre concurrence et coopération, entre volonté de diffuser des contenus de qualité en étant probablement soumise à une politique de précaution face aux coûts. ARTE respecte-t-elle tout de même sa mission culturelle ?

ARTE propose des programmes dont la qualité fait figure d'exception au regard d'un média si populaire qu'est la télévision. Son désir de mettre à disposition une offre culturelle variée et de qualité se heurte aux habitudes des téléspectateurs. Il paraît donc légitime de s'interroger sur les évolutions de la chaîne, afin de déterminer si les objectifs et les missions que se donnaient les instigateurs de ce projet ont été atteints ou non, ou encore d'évaluer en quelle mesure ils ont été modifiés. Il est délicat de caractériser ARTE, qui ne se limite pas à une chaîne de télévision classique. S'il s'agissait à ses premières heures, d'une entreprise

---

<sup>4</sup> Selon la définition qu'en fait Hegel, c'est-à-dire la dialectique comme démarche intellectuelle de dépassement des contradictions, bien que les acceptions de Platon de la dialectique comme art de bien conduire le dialogue, et d'Aristote, qui joint le terme à celui du raisonnement fondé sur le rapprochement d'opinions partagées font elles aussi sens dans notre analyse, nous le constaterons.

télévisuelle, ses objectifs particuliers en font un projet unique. Ses fondateurs – politiciens d’une part, spécialistes de l’audiovisuel d’autre part – s’employaient à réunir les notions de culture et de qualité dans ce média apparenté au divertissement et à la culture de masse, à une culture qualifiée de « populaire ». ARTE se distingue également par son caractère européen. La chaîne présente de multiples facettes, qu’elles soient de l’ordre de la télévision, de la politique, ou encore dans son immense défi culturel à dimension internationale. ARTE a été ainsi explorée selon ces trois composantes : *la culture, l’Europe, la télévision*, véritables charnières autour desquelles elle s’articule. De par la diversité de ses contenus, ARTE peut être examinée selon des approches variées. La télévision, média populaire et par essence ancrée dans son territoire national, peut-elle diffuser des contenus à l’échelle européenne ? Pour y parvenir, le canal culturel paraît s’être adapté, a tenté de vaincre les habitudes télévisuelles en allant au-delà des exigences, des standards culturels et linguistiques de ses publics. Au-delà des contraintes politiques, juridiques ou linguistiques, l’audace de la chaîne réside, semble-t-il, en son rapport au culturel. Comment la chaîne a-t-elle su faire la différence pour parvenir à s’ancrer dans le paysage audiovisuel ?

Si France et Allemagne s’opposent dans leur définition de la notion culturelle, nous avons pu relever un nouvel antagonisme, cette fois-ci dans la sphère de la télévision culturelle. Il est, pour les détracteurs français d’ARTE, impensable, et même absurde de proposer du « culturel » en télévision. La télévision, média populaire et de masse, demeurerait incompatible avec la définition française de la culture. La télévision culturelle évoque alors plus un sentiment de division entre différentes catégories sociales, ce contre quoi le média a d’ordinaire tendance à lutter, en particulier dans sa course à l’audience. Du côté allemand, il est bien moins inhabituel d’avoir accès à des contenus culturels et éducatifs en télévision. Cela peut expliquer pourquoi, côté français, il a fallu s’appuyer sur une entité indépendante pour constituer ARTE : La Sept, qui devint ensuite ARTE France, et qui demeurait alors tout à fait originale par rapport au reste des programmes proposés par l’audiovisuel français. En Allemagne, l’ARD et la ZDF ont pris en charge ARTE Deutschland sans avoir à créer d’entité culturelle annexe.

Nous tâcherons donc de comprendre pourquoi les auteurs de ce projet ont choisi de miser sur le média télévisuel. La télévision devait pouvoir transmettre une volonté d’unité au sein de l’Europe, et ainsi favoriser les échanges culturels (et non pas uniquement économiques et politiques). ARTE est le résultat d’une logique particulière de coopération là où le franco-allemand symbolise la reconstruction de l’entente au niveau européen. Il paraît cependant

relativement improbable de soutenir l'idée d'une télévision d'identité commune, celle de l'Europe. Cela suppose la création d'un programme commun, en adéquation avec des peuples distincts et donc des *imaginaires* variés, parfois divergents. La notion de *télévision interculturelle* prend ainsi tout son sens et soulève de nouvelles réflexions : Dans ce cadre médiatique européen, comme ARTE parvient-elle à diffuser un programme commun ? Pour des téléspectateurs de langues différentes ? Comment rendre culturel un média populaire contrôlé par la loi de l'audimat ? La politique audiovisuelle et culturelle entre les États membres de l'Union Européenne est si différente que l'on imagine impossible la création d'un média commun, qui plus est culturel. La France et l'Allemagne soulignent à elles deux seulement, dans ce cadre bien défini de l'audiovisuel, de multiples différences dans leur mode de fonctionnement que nous décrivons.

La genèse même de la chaîne est source d'interrogations. Nous avons attentivement considéré les éventuelles difficultés juridiques, économiques et culturelles que les responsables de la constitution du canal binational ont dû surmonter. Si l'interculturalité est au cœur de notre recherche, puisque les concepteurs de la chaîne en ont développé les applications dans cette intention de créer une identité européenne et culturelle forte, de « favoriser le rapprochement entre les peuples », nous avons tout de même porté notre réflexion sur l'histoire même de ce concept unique, utopique, devenu réalité. Il nous a été très utile de revenir sur la genèse et les fondements d'ARTE, dans une dimension transnationale, afin de mieux embrasser les différences et analogies que recèlent les politiques culturelles française et allemande.

Même si elle ne l'exprime pas clairement ainsi, ses fondements son éminemment politiques. Son caractère européen est par ailleurs légitimé par ces origines politiques. Cette dimension compte parmi les nombreux obstacles qui s'élevèrent face à sa constitution. Dominique Wolton la décrit comme étant le *fait du Prince*<sup>5</sup>, tandis que d'autres esprits y voient, de manière non moins critique, une politisation certaine puisqu'ARTE fut soutenue, pensée même, par les responsables des gouvernements engagés. Quelques opposants évoquèrent même une propagande pro-européenne, véhiculée par ce média populaire. ARTE est intrinsèquement liée au désir d'élaboration d'une culture européenne. Cela paraît être observable dans son identité comme dans sa programmation. De cette intention de mener une politique culturelle européenne découle des partenariats étroits entre hommes d'État français

---

<sup>5</sup> Wolton, Dominique. « ARTE, la culture et la télévision » Le Monde, 23 septembre 1992.

et allemands, des actions culturelles conventionnelles jusqu'à la signature du Traité Interétatique le 02 octobre 1990, marquant officiellement le lancement de ce qui sera ARTE. Nous reviendrons sur ces faits, de manière certes plus historique qu'analytique, mais cela est indispensable pour jauger l'aspect interculturel et transnational d'une telle entreprise.

Le processus qui a mené de La Sept à ARTE, cette volonté française au départ de diffuser des contenus culturels et de qualité, ainsi que de promouvoir la création cinématographique, jusqu'à la création de la chaîne telle que nous la connaissons maintenant, seront analysés dans ces travaux, puisqu'ils participent sans conteste à son identité. ARTE se doit d'évoluer, cherche à préserver son angle culturel dans les programmes proposés, mais tente aussi de conserver un certain taux d'audience. Nous nous sommes ainsi questionnée sur le futur de la chaîne et ses variations d'audience. La chaîne a effectivement pu souffrir de son image culturelle, assimilée en France à la contrainte, à une sorte d'exigence à laquelle les téléspectateurs ne semblent pas prêts. Les Allemands sont quant à eux plus habitués aux contenus culturels, contenus déjà présents sur d'autres canaux qu'ARTE. Cela joue-t-il en faveur ou en défaveur de la chaîne côté allemand ? Comme le concept de culture n'a pas, en Allemagne, cette résonance élitiste si présente en France, l'idée française de donner une dimension culturelle à la télévision paraît plus novatrice qu'en Allemagne, et les taux d'audience tendent a priori à le montrer.

Le principe binational de la chaîne soulève plusieurs problématiques, comme les contraintes culturelles et linguistiques que nous avons évoquées précédemment, mais aussi techniques et structurelles, technologiques et financières. Le dépassement de ces contraintes est à l'origine de la structure particulière de la chaîne. À l'époque de la création d'ARTE, nous avons pu constater que l'Allemagne et la France privilégiaient des modes de diffusion différents, évoluant à des allures différentes. Il semblerait que l'essor du numérique tende à lisser cette inégalité, nous analyserons donc les évolutions technologiques qu'a connues la chaîne, ainsi que les évolutions technologiques qu'ont connues les deux pays au cœur de notre étude, des prémices de la télévision à aujourd'hui.

Dans cette recherche seront donc considérés les obstacles à la création d'ARTE, puisque l'identité de la chaîne est sans doute marquée par leur *résolution*. La question des financements est une problématique à prendre en compte tout aussi attentivement. Les taux d'audience relativement faibles n'ont pas permis aux précédentes tentatives de création de médias européens de subsister. Où ARTE trouve-t-elle les ressources nécessaires ? Au fil de

son développement, ARTE a multiplié ses coopérations et cofinancements avec des pays européens dans un premier temps, puis a étendu ses partenariats à l'échelle mondiale. Ces coopérations influencent et entraînent des modifications dans la constitution de la programmation. Est-elle pourtant toujours franco-allemande ? Européenne ? L'ensemble de ces partenariats ne participe-t-il pas à une forme de promotion de l'interculturel ? D'un point de vue de ses contenus, ARTE est bien plus européenne et culturelle que la plupart des chaînes généralistes françaises et allemandes. Elle semble tout de même chercher à être plus accessible, mais traite les questions des savoirs avec autant d'originalité et de précision, tout en s'ouvrant à un public différent, celui du numérique. Si elle ne cherche pas à devenir populaire, son avenir dépend aussi de son audience, et il paraît clair qu'ARTE cherche à s'éloigner de l'image élitiste sous-jacente aux contenus culturels que La Sept proposait, tout en restant sérieuse, documentée. La chaîne a nettement évolué. Cela est dû à ses multiples volontés, ses multiples missions ; celle de la diffusion de la diversité culturelle, sa mission de chaîne médiatrice entre les peuples d'Europe, sa mission de création, de constitution d'un langage audiovisuel européen, culturel, bref, d'un *discours interculturel*.

Les axes de problématisation que nous venons de développer gravitent tous autour de ces trois composantes que sont la culture, l'Europe et la télévision, et nous permettront de répondre à une question plus générale, celle de l'*interculturalité en télévision*, de la capacité d'ARTE à *promouvoir l'interculturel*. ARTE se présente comme véritable modèle d'un interculturel fécond, tant dans son organisation interne qu'au travers de ses contenus, ce qui légitime totalement sa création. La définition même d'ARTE (Association Relative à la Télévision Européenne) est complexe à élaborer, et cet acronyme est source de plusieurs interrogations. Est-elle une chaîne franco-allemande ? Européenne ? Quelle place occupe-t-elle dans les paysages audiovisuels français et allemands ? Qu'est-ce qu'une chaîne culturelle ? Comment expliquer un tel partenariat culturel et financier entre deux pays de langues différentes, et autrefois ennemis ? La réponse à chacune de ces questions nous permettra de traiter de l'interculturalité dans son intégralité. Il semblerait que la *résolution* de ces problématiques soit constitutive de l'identité de la chaîne. En considérant l'ensemble des paramètres que nous avons évoqués, nous tâcherons d'élaborer une définition de l'interculturel applicable à la chaîne et justifiant sa programmation actuelle.

Cette recherche vise à apporter, via l'étude de cet objet original qu'est la chaîne ARTE, des réponses concrètes aux questions qui se posent sur les politiques culturelles menées par la France et l'Allemagne depuis plus de vingt ans, les différences dans la diffusion

des biens culturels des deux côtés du Rhin, les problèmes liés à la promotion de l'interculturalité et leur résolution. La longévité de la chaîne est, de prime abord, étonnante, car un tel projet a fait se rassembler nombre d'éléments incompatibles : deux cultures, deux paysages audiovisuels marqués par leurs systèmes nationaux respectifs, des équipes de nationalités différentes. ARTE peut ainsi servir de modèle dans ses modes de résolutions de conflits. Quels sont-ils ? Des axes d'améliorations peuvent-ils être proposés ? Il est clair que le fait de dépasser ces antagonismes confirme le caractère interculturel du groupe ARTE, une affirmation qui nous a permis de fonder l'ensemble de nos théories sur la question de la capacité de la chaîne à *promouvoir l'interculturalité*, et de fait, de répondre à sa mission de rapprochement et de compréhension des peuples.

Afin de traiter notre problématique dans son intégralité, nous avons pu nous appuyer sur des ouvrages de référence qui témoignent de l'état de la recherche.

### *État de la recherche*

Il existe relativement peu d'ouvrages et thèses spécialement dédiés à ARTE, ce qui est assez surprenant au vue des possibilités d'angles d'analyse que propose une telle entreprise télévisuelle. Les contenus multiples de la chaîne, qu'ils soient de l'ordre de la programmation ou des formats, comme ceux inhérents à sa structure si particulière, auraient pu donner naissance à de nombreux écrits. Des recherches – pour la plupart des travaux universitaires et publications – dont les points d'ancrage et les perspectives sont parfois bien distincts, ont néanmoins été menées. Ces études antérieures tendent à démontrer que les notions de culture et de journalisme, ainsi que le rapport à la télévision, diffèrent d'un pays à l'autre. Cette problématique se pose même entre ces pays voisins que sont la France et l'Allemagne. ARTE est en permanence confrontée à l'idée de trouver une entente, des accords consensuels, pour plaire et répondre aux attentes d'un large public de cultures différentes. La chaîne souhaite et se doit de passer outre les barrières linguistiques et culturelles.

Dans sa thèse publiée en 2008, « *Von Elitär zu populär. Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte* »<sup>6</sup>, Liane Rothenberger propose une description et une analyse de l'évolution de la programmation de la chaîne. L'auteure cherche à répondre à la question suivante : Comment la programmation a-t-elle évolué depuis 1991 ? L.

---

<sup>6</sup> « D'élitaire à populaire. L'évolution de la programmation du canal culturel franco-allemand ARTE », Rothenberger, Liane. *Von elitär zu populär? Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte*. Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 27. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2008.. [Traduction D. Chardon. Sauf mention spécifique, l'ensemble des citations a ainsi été traduit par l'auteure de la présente thèse].

Rothenberger propose de découvrir si les objectifs premiers de la chaîne se sont vus modifiés ou non, dans le but précis d'atteindre un public plus large. Cette recherche s'inscrit dans les quinze ans de diffusion de la chaîne. L. Rothenberger propose au lecteur une présentation historique et structurelle de la chaîne, de manière très factuelle. Elle y introduit une dimension binationale en se penchant sur l'analyse approfondie de l'évolution de la programmation. Cet ouvrage rend compte du système des médias et des habitudes télévisuelles de chaque pays. Ces recherches ont servi de fondements à nos propres travaux. L'auteure tente de définir les concepts de culture et les missions de la chaîne. Elle accorde une importance toute particulière aux réformes qu'a connues la chaîne.

Dans notre analyse interculturelle des médias, la dimension historique de la chaîne dans le cadre des relations franco-allemandes prend toute sa valeur, et est nécessaire pour appréhender un tel sujet. Nous portons toutefois une attention toute particulière à ces dix dernières années, naturellement absentes de la thèse de L. Rothenberger, en posant la question de savoir si les relations politiques franco-allemandes récentes ont eu un impact sur l'évolution de la chaîne. Dans la présente étude, la dimension franco-allemande est beaucoup plus centrale que dans l'ouvrage de référence : sont étudiées les relations franco-allemandes d'un point de vue culturel comme l'échange de biens culturels, via l'étude de l'objet télévisuel ARTE. La thèse de L. Rothenberger présente quelques axes d'études similaires à l'étude que nous proposons. Cependant, plutôt que de réfléchir à l'éventuelle *popularisation* de la chaîne, nous avons cherché de manière explicite et détaillée à mettre en évidence son aspect et son apport interculturels. À titre d'exemple, alors que l'évolution de la programmation est largement représentée dans l'ouvrage de Rothenberger, nous évoquons plutôt le caractère transculturel et bi- voire international des contenus proposés. Rothenberger se réfère à la « teneur en culture » des émissions proposées, et les conclusions de la spécialiste des médias tendent à démontrer qu'ARTE a pour objectif de devenir accessible, afin de conserver un taux d'audience acceptable, taux qui justifie l'existence de la chaîne. Mais la chaîne reste fidèle au souhait formulé dès sa genèse ; celui de la mise à l'antenne de contenus culturels. La programmation s'est vue plusieurs fois modifiée pour répondre à ces deux attentes – audience et culture – sans pour autant devenir populaire. ARTE cherche à se diversifier, dans ses contenus comme pour ses auditeurs, et attirer un public plus jeune.

Cette tendance à la *popularisation* dont ARTE fait preuve a-t-elle une influence considérable sur ses contenus ? ARTE veut-elle tout de même maintenir sa mission de diffuseur de culture à l'échelle européenne ? Comment y parvient-elle ? Est-ce seulement une question de

programmation ? Toutes ces questions découlent du travail de L. Rothenberger ; nous avons cherché à y répondre en élargissant la perspective. Nous nous sommes concentrée pour cela sur la programmation actuelle. L'auteure analyse les émissions *Metropolis* et les *Themenabend* pour en comprendre les lignes directrices. Nous avons fait de même avec une émission qui semble être le produit télévisuel franco-allemand par excellence : *Karambolage*, ainsi que le Journal d'Information. Le désir de diffuser des contenus purement franco-allemands était très fort au moment de la création de la chaîne, est-ce toujours le cas actuellement ? Quelles stratégies sont mises en place pour rester dans cette optique ? Quelles stratégies sont mises en place pour rendre possible la diffusion de la culture et ce d'un point de vue transnational ?

Alors que L. Rothenberger accentuait ses recherches sur l'analyse des volumes horaires, ou encore sur la part de rediffusion, nous avons, dans notre étude de la programmation, attaché plus d'importance aux contenus et thèmes abordés, ainsi qu'aux dispositifs adoptés pour être conformes à – au moins – deux publics que seraient les Allemands et les Français. L'auteure a tâché de démontrer qu'ARTE s'ouvre aux différents publics. ARTE cherche surtout à fidéliser ses publics. L'étude des volumes et plages horaires montre que la chaîne prend soin d'éviter la concurrence. L'auteure nous décrit ARTE comme chaîne à « *vocation élevée* », avec cette volonté unique en télévision de rendre accessibles des contenus à forte teneur culturelle.

Sa thèse, soutenue en 2008, ne prend pas en compte l'importance du développement de nouveaux supports, avec l'arrivée et la domination actuelle d'Internet. Les réseaux sociaux et autres supports web n'influençaient alors pas tant les stratégies télévisuelles qu'à présent. Les nouvelles technologies sont effectivement source de renouvellement du public et il apparaît clairement que la chaîne ait pu se dynamiser, atteindre une nouvelle attractivité grâce à ces nouveaux formats. Nous nous sommes attardée sur cette dimension désormais indissociable de toute chaîne de télévision.

Oliver Hahn a lui aussi rédigé un ouvrage de référence en 1997, « *Arte, der europäische Kulturkanal, eine Fernsehsprache in vielen Sprachen.* »<sup>7</sup> Comme son titre l'indique, O. Hahn propose une étude ayant pour objet ce que nous pourrions traduire comme étant le « *plurilinguisme* » en télévision. Plus que l'aspect binational de la chaîne, c'est la dimension européenne du média télévisuel qui est au centre de cette recherche. O. Hahn y

---

<sup>7</sup> « ARTE, la chaîne culturelle européenne, un langage télévisuel multilingue. », Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. München: Verlag Reinhard Fischer, 1997.



décrit la chaîne comme objet avant-gardiste et prend lui aussi en compte son histoire et son fonctionnement, pour y développer des théories sur l'interculturalité et le multilingue. Sa thèse est parue cinq ans seulement après les premières diffusions d'ARTE, elle nous a donc été très utile pour comprendre et observer les missions du canal dans ses premières années, et les comparer avec les données actuelles. Dans cet ouvrage très théorique, l'auteur décrit plusieurs programmes : *Transit*, *Le Dessous des Cartes* ou les journaux d'information. Il ne peut en analyser l'évolution, la chaîne étant encore très jeune lors de la parution de son ouvrage. Il s'agit plus d'un travail d'analyse de la philosophie de la chaîne que d'un processus d'évaluation comme le propose L. Rothenberger. Cette thèse a pour but de proposer des stratégies permettant la diffusion d'un programme commun, à destination de téléspectateurs de langues et cultures différentes. L'auteur présente le principe de mise en place d'une « *langue télévisuelle commune* » pour parvenir à s'adresser à un public européen.

Es ist also ein paneuropäischer „*imaginaire commun*“, eine fernsehjournalistische „*imagologie interculturelle*“ (Ladmiral & Lipianski 1989 :15, 197-224), ein „*kollektives Sinn- und Bildsystem*“ (Knauth 1994-95) innerhalb einer geistig-moralischen Gemeinschaft, das ausgebildet werden muß.<sup>8</sup>

O. Hahn développe ainsi des stratégies journalistiques destinées à construire une identité culturelle européenne commune par le biais de la télévision. Il propose en outre une étude des conditions préalables au bon fonctionnement d'une telle entreprise, ce qui est justifié au regard de la date de parution de sa thèse. La chaîne est d'ailleurs décrite comme « *Fernseh-Experiment* »<sup>9</sup> dont la programmation serait interculturelle.

O. Hahn montre que la grille des programmes est à interpréter comme un schéma au travers duquel se définit ARTE. La grille des programmes et ses modifications permettent de constater ce qui est réalisable ou non vis-à-vis de la philosophie du groupe, ainsi que d'évaluer les attentes des publics. ARTE cherche à se détacher des habitudes télévisuelles nationales et régionales, à travers des contenus originaux ; culturels, de qualité, interculturels et multilingues. Cette programmation peut être qualifiée d'hybride et est destinée à un public varié. Seule une suite de *compromis* a pu rendre cela réalisable. O. Hahn décrit en outre les différentes réflexions politiques et médiatiques qui ont conduit à la construction d'ARTE.

---

<sup>8</sup> « C'est donc un « *imaginaire commun* » paneuropéen, une « *imagologie interculturelle* », un système de sens et d'images, qui doit être formé dans une communauté intellectuelle et morale. » cité depuis Hahn Oliver. op.cit. pages 16-17.

<sup>9</sup> « Télévision d'expérimentation. » Hahn, Oliver op. cit. page 314.

Cet ouvrage théorique fait figure de support considérable, car il traite avec justesse les problématiques immanentes à l'interculturalité. « L'europeén » implique forcément l'idée de multilinguisme, puisqu'il n'existe pas d'unité linguistique dans cet espace géographique et politique. C'est là toute la problématique traitée par O. Hahn, ARTE jouant sur un « *langage audiovisuel* » décrit par le chercheur. Quelles stratégies, quels formats sont compatibles avec la mise en place d'un journalisme télévisuel et paneuropéen ?

Parmi les écrits et ouvrages de référence se doit d'être citée Inge Gräßle, qui a publié en 1995 „*Der Europäische Fernseh-Kulturkanal Arte. Deutsch französische Medienpolitik zwischen europäischem Anspruch und nationaler Wirklichkeit.*“<sup>10</sup>

Gegenstand dieser Studie ist die Darstellung der Entwicklungsgeschichte des EKK als Beitrag zur Konstituierung eines europäischen Kommunikationsraums aus der nationalen und internationalen deutschen, französischen und der EG- Medienpolitik heraus<sup>11</sup>

Éditée très tôt après la création d'ARTE, cette étude ne dispose pas du recul nécessaire pour en étudier le développement sur le long terme. Mais I. Gräßle propose par ailleurs une analyse pointue de cette coopération franco-allemande unique, dans le cadre précis de la politique des médias. La politologue traite l'apparition de la chaîne selon un angle juridique, politique et économique et s'intéresse à la construction de la chaîne à travers la question de l'harmonisation des processus de contrôle et de régulation d'une entreprise de cette envergure. Particulièrement documenté avec l'utilisation de traités constitutionnels et d'interviews, cet ouvrage décrit les conditions de mise en œuvre d'une telle coopération. I. Gräßle montre qu'ARTE est la résultante de différents intérêts nationaux alors qu'elle se clame officiellement comme projet européen. Bien qu'ils ne traitent pas explicitement de l'aspect interculturel, ses travaux font état des interactions entre les trois pôles constituant l'entreprise qu'est ARTE, ainsi que des difficultés de mise en place de la chaîne, résolues par l'adoption du GEIE (Groupement Européen d'Intérêt Économique). I. Gräßle dépeint les contraintes sous-jacentes à la mise en place d'une chaîne à portée européenne, c.-à-d. des contraintes

---

<sup>10</sup> « La chaîne culturelle européenne ARTE. La politique médiatique franco-allemande, entre droit européen et réalité nationale. » cité depuis Gräßle, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE: deutsch-französische Medienpolitik zwischen europäischem Anspruch und nationaler Wirklichkeit.* Deutsch-französische Studien zur Industriegesellschaft, Bd. 18. Frankfurt/Main ; New York: Campus, 1995.

<sup>11</sup> « L'objet de cette étude réside en la description de l'histoire du développement de la chaîne culturelle européenne comme une contribution à la constitution d'un espace européen de communication, à partir de la politique médiatique nationale et internationale allemande, française, et de la Communauté Européenne. » op.cit. page 223.

économiques, technologiques, ainsi que les questions de productions cinématographiques et télévisuelles européennes.

Jean-Michel Utard, professeur émérite, est une figure indissociable des recherches concernant ARTE. Sa thèse « *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational. Etude d'un corpus franco-allemand* », publiée en 1997<sup>12</sup> interroge le lecteur sur le traitement et la diffusion de l'information transnationale. L'auteur s'appuie sur l'analyse du journal d'information, le 8 ½. J.-M. Utard y décrit les procédés télévisuels, en termes de construction d'un discours – la construction du discours étant un point essentiel dans nos propres travaux – discours, qui, dans le cadre de l'information télévisuelle, a toujours été au cœur d'un espace public national et non bi- voire multinational. L'auteur définit la présence de deux cultures du côté de la réception, se plaçant alors du côté des spectateurs, puis du côté de la rédaction, des journalistes, qui présentent eux aussi deux cultures. La comparaison des versions françaises et allemandes montre que chacun est influencé, dans une dimension historique, culturelle ou politique, par ses propres origines, nationales.

Outre cette thèse, l'universitaire propose de nombreux articles et conférences que nous avons retenus pour analyse. Dans son article dédié aux médias européens<sup>13</sup>, J.-M. Utard se réfère une fois de plus à ARTE. Il y décrit l'ambition de ses concepteurs de mise en place d'un processus de développement de l'espace public européen. Il décrit par ailleurs le caractère contradictoire de la chaîne, dont la mission se situe du côté du culturel et de l'europeen. Malgré cette vocation éducative il s'agit bien d'une entreprise, donc dépendante de l'économie, et d'une politique audiovisuelle et culturelle, le tout ancré dans un processus de construction européenne. Cette thématique fait l'objet de deux autres publications, « *Arte, l'invention d'une télévision européenne* »<sup>14</sup> et « *Arte : une télévision de la société civile ?* »<sup>15</sup> J.-M. Utard évoque alors la genèse de la chaîne et sa tournure politique, et revient sur la problématique des financements, dans cette orientation culturelle. Très attaché à l'angle de l'information, l'auteur en décrit les processus de rédaction et ses différences de traitement. Nous avons pu en outre nous appuyer sur l'une de ses conférences, dont une particulièrement adaptée à notre recherche, et relativement récente, *Arte : « Association relative à la télévision*

---

<sup>12</sup> Utard, Jean-Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational : étude d'un corpus franco-allemand*. Université Robert Schuman (Strasbourg), 1997.

<sup>13</sup> Utard, Jean-Michel. « Des médias européens ? L'exemple d'Arte : 2004 » *Médiamorphoses* n°12, 2004.

<sup>14</sup> Utard, Jean-Michel. « *Arte. L'invention d'une télévision européenne* » Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg, 2004.

<sup>15</sup> Utard Jean-Michel, « ARTE : une télévision de la « société civile » ? », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°07/2, 2006 consulté le 12 décembre 2016.

URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2006/supplement-a/33-arte-une-television-de-la-societe-civile>.

européenne ». *Les raisons d'une exception persistante*, tenue le 17 juin 2010, dans laquelle J.-M. Utard répond à la question de la longévité de la chaîne, et sa position dans le paysage audiovisuel. Sa persistance y est décrite comme incroyable, « *paradoxale* ». Sont également proposés un examen de la sphère médiatique européenne et une analyse de la genèse du canal. Dans quelle mesure cette chaîne, pourtant publique, existe-t-elle encore, malgré des taux d'audience relativement faibles ? J.-M. Utard justifie la pérennité surprenante d'ARTE notamment par son statut politique. L'auteur présente un examen des difficultés de coopérations entre les acteurs de l'organisation et du fonctionnement de la chaîne. Puisque ces derniers répondent à des cultures différentes, leur choix professionnels, et la politique de décision et de régulation de la chaîne diffèrent inévitablement. J.-M. Utard montre que la compréhension et l'entente au sein d'une équipe va bien au-delà de l'aspect uniquement linguistique.

Parmi les ouvrages les plus récents, nous pouvons mentionner celui d'Amandine Douniès et Jean-Louis Clergerie, *Arte, une réussite franco-allemande, le défi juridique*, achevé en 2016<sup>16</sup>. Si la chaîne de télévision présente plusieurs spécificités, elle est aussi pionnière dans le domaine des partenariats culturels européens. J.-L. Clergerie et A. Douniès offrent une analyse pointue de la structure juridique de la chaîne. Pour rendre le *dialogue interculturel* possible, les fondateurs d'ARTE ont opté pour une structure unique en son genre, le GEIE, qui s'est avérée être la solution au casse-tête juridique qu'engendrait la mise en place d'une telle entreprise, conciliant le droit allemand et français, et conférant cette dimension européenne à ARTE. Si l'histoire du canal est évoquée par nécessité, l'angle juridique est indéniablement au cœur de cet ouvrage. La genèse de la chaîne y est présentée comme la réponse à cette volonté de diffusion d'une culture européenne, dans un contexte de remise en cause du service public et de mutation du secteur audiovisuel et de ses techniques de communication. L'histoire politique et juridique de la France et de l'Allemagne contribuent à l'émergence d'un tel projet. Les auteurs décrivent avec brio l'ensemble du fonctionnement de la chaîne, les rapports qu'entretiennent les trois pôles la constituant. Les deux pays présentent effectivement des systèmes de régulation bien distincts, et l'établissement du canal culturel fut l'affaire de longues négociations. ARTE a été confrontée à moult contraintes dans l'établissement des lois qui allaient la régir. Lors de la création de la chaîne, les États européens s'ingéniaient à coordonner l'audiovisuel à l'échelle du continent.

---

<sup>16</sup> Clergerie, Jean-Louis, et Amandine Douniès. *Arte, une réussite franco-allemande: le défi juridique*. Paris: Editions Mimésis, 2016.

Ils se sont trouvés face à de multiples obstacles, notamment du côté de la législation, de la production, alors qu'ils cherchaient à lutter contre les concurrences américaine et japonaise dans le secteur télévisuel.

ARTE cherche vivement à développer le *dialogue interculturel*, à l'échelle européenne, par la diffusion d'une programmation exclusive, mais aussi en interne, en proposant des ateliers interculturels à ses salariés. Si cet aspect n'est que rapidement évoqué, A. Douniès et J.-L. Clergerie soulèvent un point essentiel à notre propos. Nous avons pu nous référer aux conclusions que tirent les deux auteurs à propos de ce qui semble être une réussite incontestable pour développer notre propre raisonnement. Comment les acteurs de la construction de la chaîne sont-ils parvenus à harmoniser l'ensemble de la structure, pour que cette dernière puisse accomplir sa mission principale : le rapprochement des peuples d'Europe ? ARTE s'est vue récompensée par de nombreux prix, preuve de sa qualité et de son engagement dans la diffusion de la culture et des œuvres de qualité. ARTE serait-elle en mesure de devenir l'outil au service du dialogue franco-allemand ? Ces contenus contribuent-ils réellement à une meilleure connaissance des sociétés et des cultures voisines ? Une étude de la politique de coopération de la chaîne, qui par ailleurs n'a cessé de multiplier ses partenariats, nous le montrera.

Dans sa thèse, *Arte et le documentaire, de nouveaux enjeux pour la création* publiée en 2011<sup>17</sup>, Sophie Barreau-Brouste propose, à travers l'analyse des mutations éditoriales de la programmation et de la production de documentaires, de s'intéresser au développement même de la chaîne. La diffusion de documentaires, genre intime, a toujours été soutenue par ARTE. L'auteure évoque l'histoire du documentaire, puis l'histoire du canal culturel, devenu le support de prédilection de ces réalisateurs. S. Barreau-Brouste soulève, non sans sens critique, les différentes problématiques liées aux contraintes télévisuelles. Ces dernières sont multiples, et ont une influence directe sur les contenus, l'esthétique, les horaires de diffusion. L'héritage de La Sept et les missions culturelles d'ARTE lui confèrent une logique de production proche de celle du cinéma ; elle reste néanmoins dépendante des exigences des médias et de la communication. La chercheuse constate alors qu'ARTE, dans un souci d'audience, a dû s'adapter, contraindre les documentaristes à de nouveaux formats, et a donc joué un rôle non négligeable dans la mutation des productions documentaires. ARTE s'éloignerait alors de son caractère expérimental, en prenant soin tout de même de préserver sa dimension intellectuelle.

---

<sup>17</sup> Barreau-Brouste, Sophie. *ARTE et le documentaire: de nouveaux enjeux pour la création*. Lormont : Bry-sur-Marne: Bord de l'eau ; INA, 2011.

S. Barreau-Brouste corrobore notre réflexion sur la capacité de la chaîne à se moderniser, « *ARTE souhaite s'affirmer telle une chaîne de la demande et non de l'offre.* »<sup>18</sup> Elle doit donc, pour survivre, s'accommoder aux attentes et usages de ses publics, tout en restant au plus près de ses objectifs initiaux de démocratisation culturelle, et ce dans une perspective de production binationale, à portée européenne, voire mondiale. Si l'auteure décrit un léger éloignement de la chaîne vis-à-vis de ses fonctions originelles, nous montrerons plutôt qu'il s'agit d'un désir de se déployer encore via la multiplication de ses contenus et de ses supports, avec l'aide d'Internet. Le choix de se rajeunir, de se moderniser répond à cette volonté de « rapprocher les peuples », en prenant soin désormais de rapprocher les générations. Nous verrons à travers l'analyse des contenus proposés sur leur plateforme web que la dimension interculturelle d'ARTE est toujours très affirmée. Cet ouvrage nous a été très utile dans la prise en compte des nouvelles stratégies de la chaîne. S. Barreau-Brouste soulève effectivement les problématiques nouvelles à laquelle ARTE se voit confrontée, comme la multiplication de l'offre par les chaînes à thème. Elle ne s'appuie toutefois que sur le pôle français dans sa réflexion. La dimension transculturelle est écartée aux besoins de sa recherche, tournée principalement sur la production documentaire en France.

Diverses thèses ayant ARTE comme objet d'étude ont ainsi été publiées. Elles présentent cependant quelques lacunes et ne répondent pas à l'ensemble de nos interrogations dans la mesure où chaque auteur a attaché de l'importance à un aspect particulier de la chaîne : juridique, historique, ou encore linguistique. Nous avons opté pour le traitement de l'interculturalité en télévision, de la constitution d'un discours interculturel grâce à l'outil médiatique, en évaluant l'histoire, le fonctionnement et la programmation d'ARTE, qui paraît en être le modèle le plus abouti. Il s'agit là d'un tout autre aspect, qui requiert néanmoins quelques considérations définitives, le terme *d'interculturalité* étant complexe à saisir. L'ensemble des travaux que nous avons évoqué ci-dessus nous a permis de dresser un état de la recherche et constituer nos propres hypothèses. Nous complétons ces sources par des ouvrages dédiés à l'interculturalité, ainsi qu'à l'analyse des médias. Nous cherchons à articuler nos écrits autour d'une théorie et d'une pratique de l'interculturalité, et cela à travers la mise en place d'une définition de cette notion applicable aux exigences télévisuelles. Nous pourrions ainsi cerner les indices faisant d'ARTE un média interculturel (contenu, langue, missions, champ de diffusion). Nous préleverons dans bon nombre d'ouvrages les éléments utiles à l'élaboration d'un champ notionnel autour de l'interculturalité, pour développer

---

<sup>18</sup> Ibid. page 31.

ensuite une théorie de *l'interculturel télévisuel*. Nous avons cherché à déterminer ce que les collaborateurs d'ARTE ont mis en œuvre pour proposer des contenus répondant aux critères de l'interculturel, et pour ce faire, nous nous sommes appuyée sur des théories en grande partie franco-allemandes, ces dernières étant au cœur de nombreuses recherches sur l'interculturalité.

### ***Analyses et littérature critique***

Dans son article « *L'interculturel entre réception et invention. Contextes, médias, concept* »<sup>19</sup>, Jacques Demorgon témoigne de la complexe élaboration d'une définition de l'interculturalité, terme absent de la plupart des dictionnaires.

Ce qui n'est pas dans le dictionnaire n'existe pas. Or les dictionnaires ont-ils accueilli le champ de l'interculturel ?<sup>20</sup>

Si certains ouvrages spécialisés le proposent, l'établissement d'une définition reste un dur labeur. L'interculturalité englobe des notions multiples. Nous avons pu nous référer aux ouvrages de théoriciens reconnus pour en délimiter les frontières, et comprendre en quoi ARTE présente bien les caractéristiques de ce que nous pourrions définir comme étant un *média interculturel*.

Les écrits de Hans-Jürgen Lüsebrink en particulier ont été grande source d'information, et nous ont aidée à définir les concepts de culture et d'interculturalité, toujours complexes à aborder et pourtant fondamentaux. L'analyse de ces ouvrages et articles nous permettra d'approcher le sujet de façon plus théorique, pour en appliquer les concepts décrits à l'exemple d'ARTE.

Dans son article « *Les concepts de culture et d'interculturalité. Approches de définitions et enjeux pour la recherche en communication interculturelle* » paru en 1998<sup>21</sup>, H.-J. Lüsebrink définit la culture selon deux concepts. Le premier, celui des textes et des médias, est associé à la culture bourgeoise, instruite, et porte sur les œuvres d'art « classiques ». Plus traditionnelle en France, cette définition s'est cependant élargie vers un genre plus populaire, et englobe désormais de nouvelles pratiques telles le cinéma, la photographie ou la télévision. Cette ouverture vers d'autres formes d'art permet de distinguer une culture plus populaire, voire

---

<sup>19</sup> Demorgon, Jacques. « L'interculturel entre réception et invention. Contextes, médias, concepts ». *Questions de communication*, n° 4 (1 décembre 2003) pages 43-70. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.4538>.

<sup>20</sup> Ibid. page 51.

<sup>21</sup> Lüsebrink Hans-Jürgen, « *Les concepts de 'Culture' et d'Interculturalité* ». *Approches de définitions et enjeux pour la recherche en communication interculturelle* ». Université de Saarbrücken, Allemagne, Avril 1998.

même une culture de masse, diffusée par les médias. Le parallèle que nous pourrions tisser avec la diffusion des contenus culturels d'ARTE semble ainsi évident. H.-J. Lüsebrink décrit ensuite le concept d'une culture orientée vers les mentalités, au caractère anthropologique, ainsi que différents processus applicables à la communication interculturelle : l'« *interaction interculturelle* », la « *perception de l'autre* » (d'ailleurs modelée en partie par les médias), ou encore les « *processus de transfert et réception entre cultures.* »

[...] les concepts d'interculturel et d'interculturalité tendent, eux, à être employés pour décrire les déroulements et les formes d'expression des rencontres entre différentes cultures à tous les niveaux – journaux, médias audiovisuels, littérature, etc...<sup>22</sup>

L'auteur nous décrit les processus de transfert et les différentes figures intermédiaires qui y sont associées : journalistes, hommes politiques, diplomates, enseignants. L'ensemble des écrits de H.-J. Lüsebrink, spécialiste des interactions culturelles et des sciences de la communication, qui par ailleurs tisse un lien logique entre culture et médias, feront partie de notre littérature critique.

Revenons au sociologue Jacques Demorgon, qui propose plusieurs écrits et conférences au sujet de l'interculturalité. Ce dernier attache une importance toute particulière à la conceptualisation de ce terme. Il décrit les antagonismes émanant de la rencontre interculturelle, qui induit effectivement la problématique de la (re)connaissance de la culture de l'autre, cette dernière étant parfois limitée. Les ouvrages de J. Demorgon ouvrent des perspectives non négligeables dans le management interculturel, la communication interculturelle, la relation à l'autre en entreprise ou en communauté. Dans l'ouvrage « *L'histoire interculturelle des sociétés* »<sup>23</sup> l'aspect purement théorique est développé. J. Demorgon décrit les rapports étroits entre l'interculturel et l'histoire des sociétés et développe les étapes de rencontres entre cultures. Nous pourrions nous référer à d'autres écrits du même auteur à l'instar de « *Critique de l'interculturel : l'horizon de la sociologie* »<sup>24</sup> ou encore « *Complexité des culturels et de l'interculturel, contre les pensées uniques.* »<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Demorgon, Jacques. « *L'histoire interculturelle des sociétés* » Paris, Éd. Anthropos, coll. Exploration interculturelle et science sociale, 2e éd. rev. et augm., 2002.

<sup>24</sup> Demorgon, Jacques. « *Critique de l'interculturel : l'horizon de la sociologie* » Paris, Ed. Economica-Anthropos, coll. Anthropologie, 2005.

<sup>25</sup> Demorgon, Jacques. « *Complexité des culturels et de l'interculturel, contre les pensées uniques* » Paris, Ed. Economica-Anthropos, coll. Exploration interculturelle et science sociale 4e éd. rev. et augm., 2004.



Les recherches sur la dimension interculturelle d'ARTE sont indissociables des théories au sujet de l'Europe, véritable berceau des relations franco-allemandes. L'ouvrage commun de J. Demorgon, B. Müller, E.-M. Lipiansky et H. Niklas<sup>26</sup> est en ce sens précieux. Le quatuor décrit la problématique européenne, continent à la fois synonyme d'*unité* et de *diversité*. L'Europe a souvent été étudiée selon ses particularités historiques, politiques, économiques. Dans cet ouvrage, la dimension sociale et anthropologique est exposée, et les quatre auteurs décrivent l'Homme européen comme un Homme ayant vécu des rencontres, un Homme particulièrement mobile, marqué par les multiples différences culturelles qui émanent de ce territoire singulier. Connaître *l'Autre*, c'est le reconnaître. Cet aspect sociologique est le reflet à grande échelle des problématiques que la chaîne ARTE a dû saisir et résoudre, aussi bien pour captiver et satisfaire son public potentiel, qu'en termes de collaboration interne.

Le germaniste Jean-René Ladmiral et le sociologue Edmond-Marc Lipiansky<sup>27</sup> associent la communication interculturelle à la communication franco-allemande, exemple le plus marquant au vu du contexte historique. Ces derniers donnent à lire des situations concrètes dans leurs ouvrages. Comment comprendre *l'Autre* ? Quelles sont les limites de l'acceptation d'un modèle culturel différent ? Les rencontres interculturelles s'inscrivent dans des contextes historiques, culturels et politiques, et c'est en cela que la référence franco-allemande semble particulièrement efficiente. Les rencontres interculturelles s'inscrivent dans des contextes historiques, culturels et politiques. La chaîne ARTE s'inscrit dans le même paradigme, puisqu'il s'agit d'une institution (bi)culturelle, générée et influencée par une histoire politique dense.

Dans un champ assez large, font partie de nos ouvrages critiques l'ensemble des écrits mentionnant les relations politiques et culturelles franco-allemandes. Nous avons pris comme point de départ de notre analyse des relations franco-allemande la phase post-seconde guerre mondiale, qui marque un tournant, un renouveau, puis un désir de coopération et d'amitié entre les deux nations, qui auront pour conséquence la création d'ARTE. Nous avons ainsi retenu des écrits relatant non seulement le développement de cette amitié, les élans de coopérations franco-allemandes dans le contexte précis des affaires culturelles, mais aussi des ouvrages axés sur l'histoire des télévisions française et allemandes. Nous en avons étudié les

---

<sup>26</sup> Demorgon, Jacques, Lipiansky, Edmond-Marc, Müller, Burkhard, Nicklas, Hans. *Dynamiques interculturelles pour l'Europe*. Paris, Éd. Anthropos, coll. Exploration interculturelle et science sociale, 2003.

<sup>27</sup> Ladmiral et Lipiansky : « *La communication interculturelle* » Paris, Ed. Les Belles Lettres, Coll. Traductologiques, 4e ed., 2015.

similitudes et les divergences afin de cerner l'ensemble des enjeux inhérents à la fusion, au rapprochement de ces deux systèmes audiovisuels.

Ainsi, dans le cadre de nos recherches à propos des fondements de l'amitié franco-allemande, nous avons pu nous appuyer sur une œuvre significative, signée de la plume de Jacques Binoche, publiée en 1996, *Histoire des relations franco-allemandes de 1789 à nos jours*<sup>28</sup>. J. Binoche y consacre un chapitre dédié à la politique de réconciliation, qui suit immédiatement la Seconde Guerre Mondiale (1945-1958). L'histoire et la politique franco-allemandes ont particulièrement influencé l'histoire et la politique contemporaine. Dans les années 1950, peu de discours sont favorables à la réconciliation franco-allemande, pourtant, J. Binoche y fait état d'un début de construction européenne. C. De Gaulle et K. Adenauer tentent une réconciliation, et lentement débute un rapprochement tout d'abord économique.

La bonne étoile de l'Europe « fit qu'au même instant en Allemagne, en France et en Italie, trois hommes fussent à la barre qui étaient nés pour se comprendre en allemand. »<sup>29</sup>

J. Binoche constate tout de même des divergences d'intérêts et de point de vue ; la construction européenne et le rapprochement économique entre France et Allemagne est synonyme, pour les Allemands, d'égalité de droits, et ils y sont donc largement favorables, alors que les Français auraient plutôt pour objectif de constituer une troisième puissance mondiale face aux USA et à l'URSS. Des divergences qui ont donc toujours existé, et ont pu réapparaître lors de la création de la chaîne culturelle. Nous avons pu mettre en lumière ce processus de renouveau dans les relations franco-allemandes, un désir d'amitié qui s'est progressivement installé. Nous décrivons certaines étapes de ce processus, dont ARTE est clairement une résultante. L'auteur fait lumière sur quelques malentendus et montre que le processus de réalisation d'une amitié franco-allemande a été tumultueux, comme l'a été celui de la chaîne ARTE.

Concernant l'histoire de la télévision française, nous pouvons citer deux ouvrages : *Histoire de la télévision Française de 1935 à nos jours*<sup>30</sup>, de Monique Sauvage et Isabelle Veyrat-Masson, qui présente l'histoire de l'intégration de ce média dans les foyers français, ou encore

---

<sup>28</sup> Binoche, Jacques. *Histoire des relations franco-allemandes de 1789 à nos jours*, Paris, Masson- Armand Colin, 1996.

<sup>29</sup> Ibid. p. 237.

<sup>30</sup> Sauvage, Monique, Isabelle Veyrat-Masson, Géraldine Poels, et Jean-Noël, Jeanneney. *Histoire de la télévision française: de 1935 à nos jours*. Poche. Paris: Nouveau monde éd, 2014.

*l'Histoire Générale de la Radio de la Télévision en France*<sup>31</sup>, publié en 1994 par Christian Brochand. Ces deux publications présentent un récit de la progression de la télévision publique et l'apparition du secteur privé. Le média télévisuel y est présenté plus comme outil économique que culturel, mais ces écrits nous ont permis d'établir des repères historiques, ainsi que de comprendre le lien étroit entre l'audiovisuel et les pouvoirs politiques, dont ARTE a parfois subi la critique. Nous nous appuyons en parallèle sur des écrits concernant l'histoire de la télévision allemande, à travers la lecture de *Geschichte des deutschen Fernsehens*<sup>32</sup> de Knut Hickethier (1988). L'auteur considère que l'histoire de la télévision reflète l'histoire sociale du pays concerné, et développe son ouvrage à partir de cette théorie, démontrant en outre que la séparation est-ouest a profondément marqué le paysage audiovisuel allemand. K. Hickethier prend en compte les évolutions technologiques, s'intéresse à la fois à la télévision publique et privée.

À ce sujet, Isabelle Bourgeois propose à travers deux ouvrages de saisir l'histoire de la télévision publique<sup>33</sup> et privée<sup>34</sup> en Allemagne. Plus que la genèse de ces deux systèmes, elle en décrit les enjeux juridiques et économiques. Ses ouvrages constituent une véritable mine d'informations sur le paysage audiovisuel allemand, et nous ont permis de mieux cerner le cadre dans lequel s'inscrit ARTE Outre-Rhin. L'auteur et journaliste Jacques Mousseau traite lui aussi de l'apparition de ces deux systèmes de télévision, issus notamment de la multiplication de la demande. Nous nous sommes ainsi référée à son article de 1988, « *La télévision en République Fédérale d'Allemagne.* »<sup>35</sup>

Enfin, au sujet des politiques culturelles, et de la télévision culturelle, citons l'ouvrage dirigé par Philippe Poirrier<sup>36</sup> pour sa dimension européenne, et qui a fait partie intégrante de nos recherches préalables. De nombreuses notices y sont proposées, dont, à titre d'exemple, celle de Pierre-Michel Menger, *Les politiques culturelles en Europe : modèles et évolutions.*<sup>37</sup> L'auteur y évoque la valeur universelle de la culture, mais montre que l'offre et la demande

---

<sup>31</sup> Brochand, Christian. « Histoire générale de la radio et de la télévision en France ». La Documentation française, 1994.

<sup>32</sup> Hickethier, Knut, et Peter, Hoff. *Geschichte des deutschen Fernsehens*. Stuttgart Weimar: J.B. Metzler, 1998. « Histoire de la télévision allemande ».

<sup>33</sup> Bourgeois Isabelle, *Radio et télévision publiques en Allemagne, un modèle à l'épreuve de la nouvelle Europe*, Paris : CIRAC, 1993.

<sup>34</sup> Bourgeois Isabelle, *Radios et télévisions privées en Allemagne. Entre la loi et le marché*, Paris : CIRAC, 1995.

<sup>35</sup> Mousseau, Jacques. « La télévision en République fédérale d'Allemagne ». *Communication & Langages* 77, n° 1 (1988): 84-101. <https://doi.org/10.3406/colan.1988.1058>.

<sup>36</sup> Poirrier, Philippe. *Politiques et pratiques de la culture*. Les Notices. Paris: la Documentation française, 2010.

<sup>37</sup> Menger P.-M., « Les politiques culturelles en Europe : modèles et évolutions », dans Poirrier P. (éd.), *Politiques et pratiques de la culture*, Paris, La Documentation française, 2010.

diffèrent selon les pays. Il détaille ce qu'il appelle les « *inégalités de consommation culturelle* », liées aux différentes traditions d'éducation et de transmission de valeurs culturelles. P.-M. Menger décrit le cadre unique en France dans lequel la culture peut s'exprimer. Cependant, les pratiques culturelles amateurs seraient plus estimées en Allemagne et en Grande-Bretagne qu'en France. Le cas de la télévision est évoqué dans ce texte. François Jost, qui a lui aussi participé à cet ouvrage collaboratif, propose une étude de la télévision culturelle, dans « *L'audiovisuel public et la culture.* »<sup>38</sup> La problématique de la définition de la culture, de la frontière étroite entre ce qui est culturel et ce qui ne l'est pas, est abordée dans cet article. La télévision doit pouvoir sauvegarder et accueillir les œuvres, mais le problème de la concurrence en fait un média populaire, en quête d'audimat.

Camille Brachet traite de la question de la culture en télévision dans son ouvrage « *Peut-on penser à la télévision ? La culture sur un plateau.* »<sup>39</sup> L'universitaire, enseignant-chercheur en Sciences de l'Information, questionne, en analysant des émissions de plateau, le traitement et la place de la culture en télévision. Elle apporte ainsi des outils nécessaires à l'analyse télévisuelle que nous avons menée.

La télévision doit pouvoir trouver des formats, un langage qui en ferait un objet culturel à part entière. ARTE semble être en mesure de prouver que la télévision peut donner à voir des objets culturels, à condition que la définition de la culture réponde à une acceptation large.

### ***Corpus et Méthodologie***

Afin de saisir pleinement les interactions politiques franco-allemandes, d'autres sources historiques ont été indispensables. Un texte fondateur et preuve de la construction d'une coopération culturelle et éducative entre la France et l'Allemagne existe bien, et est cependant très peu cité<sup>40</sup>, probablement dans l'ombre du Traité de l'Élysée : l'Accord Culturel franco-allemand de 1954. Il est pourtant représentatif des prémices d'une volonté de collaboration établie sur les échanges culturels. La langue, la culture et l'éducation figurent au

---

<sup>38</sup> Jost, François « *L'audiovisuel public et la culture* » dans Poirrier P. (éd), *Politiques et pratiques de la culture*, Paris, La Documentation française, 2010.

<sup>39</sup> Brachet, Camille, Durand, Guillaume et Ardisson, Thierry. « *Peut-on penser à la télévision ? la culture sur un plateau* », le bord de l'eau INA, 2010.

<sup>40</sup> Margaret Sturm y a consacré une analyse passionnante, et y décrit la mise en place d'une commission culturelle dont le but est de « donner un élan nouveau et puissant au développement des relations culturelles franco-allemandes, condition indispensable à une meilleure compréhension entre la France et l'Allemagne. » Une volonté de rapprochement des peuples et de la compréhension de l'autre elle aussi bien présente dans les textes fondateurs d'ARTE.

Sturm, Margaret. *Un texte tombé dans l'oubli : l'accord culturel franco-allemand du 23 octobre 1954*, dans *Allemagne d'Aujourd'hui*, n° 84, avril-juin 1983, pp. 9-22, extrait cité p.17.

cœur de ces accords. Nous avons pu étudier quelques-uns de ses aspects, ces derniers montrant que la dynamique d'amitié franco-allemande s'est initiée dès les années cinquante. Ces textes dénotent un réel désir de développement d'une entente sur le plan culturel, et fait donc partie intégrante du processus de construction d'ARTE, qui peut dès lors être considérée comme l'un de ses aboutissements. Très concrètement, l'Accord propose des échanges entre universités, l'enseignement des langues vivantes, l'échange de matériel culturel, de programmes de radio et de télévision à caractère culturel. Nous avons en outre étudié les grandes dispositions du Traité de l'Élysée, afin d'en distinguer les acquis durables et ses conséquences. Le Traité de l'Élysée s'est vu instruit afin de conférer un cadre institutionnel aux relations franco-allemandes, et a donné naissance à un système de consultations entre les deux pays, rendant possible, entre autres, la création d'ARTE.<sup>41</sup>

Outre ces textes légaux, nous avons porté une attention toute particulière aux écrits de M. Jérôme Clément, président du directoire de La Sept depuis 1989, créateur d'ARTE en 1991, ouvrages qui font partie de notre corpus puisqu'ils offrent une perspective toute autre que celles proposées dans les thèses dédiées à ARTE. Ces écrits nous ont permis de saisir quelques-unes des problématiques directement liées au caractère biculturel du média. Son ouvrage *L'urgence culturelle*<sup>42</sup> nous a été essentiel pour deux raisons. Jérôme Clément dépeint les politiques culturelles menées par la France d'un point de vue interne. La démarche de J. Clément y est clairement énoncée ; celui qui peut être considéré comme le père d'ARTE avait pour ambition de créer une Europe culturelle forte.

J. Clément nous offre ensuite un portrait de la politique culturelle en France, ainsi que son évolution, avec quelques conclusions pessimistes, dans un pays qu'il décrit comme désintéressé par la cause culturelle. Comment ARTE peut-elle se positionner face à des hommes politiques et des citoyens semble-t-il indifférents à la culture ? L'étude des ouvrages de J. Clément nous a donné la possibilité d'esquisser les traits d'une définition de la notion de culture telle qu'elle se manifeste dans les contenus de la chaîne. Une conception de la notion de culture qui semble avoir joué un rôle majeur dans la constitution d'une chaîne à la programmation qualitative mais accessible, variée, et non élitiste.

---

<sup>41</sup> À ce sujet consulter les écrits de Jérôme Vaillant, le rédacteur en chef de la revue *Allemagne d'Aujourd'hui* a rédigé un texte notable, *La coopération franco-allemande à l'épreuve du traité de l'Élysée. Retour sur quarante ans d'attentes, de déceptions et de succès*, Revue internationale et stratégique, 2002/4 (n°48), pp.23-30, il y affirme un « échec politique du traité franco-allemand » permettant cependant « progressivement une pratique de contacts réguliers et obligatoires parce qu'institutionnalisés », *ibid.* p.27.

<sup>42</sup> Clément, Jérôme. *L'urgence culturelle*. Paris: Bernard Grasset, 2016.

Dans un second ouvrage, *Le Choix d'ARTE*<sup>43</sup>, J. Clément propose de retracer l'histoire de la création de la chaîne, selon une approche exclusive car intime. Ce texte mérite lui aussi d'être retenu dans notre corpus car il fait état de la genèse et du fonctionnement de la chaîne, à travers une description très exhaustive du lien particulier que l'auteur a pu entretenir avec la sphère politique, puis ses relations amicales et les relations qu'il a entretenues avec les autres figures fondatrices de la chaîne, ses collaborateurs français et allemands. Il met, une fois n'est pas coutume, un point d'honneur à analyser la politique culturelle française. Dans *Le Choix d'ARTE*, les différents obstacles qui ont pu surgir dans le cadre d'une telle collaboration, franco-allemande d'une part, à vocation culturelle et européenne d'autre part, sont précisément exposés. Cet ouvrage peut certes être considéré comme personnel, mais offre un tout autre regard, un autre point de vue que l'ensemble des ouvrages précédemment cités. Il nous a été très utile de pouvoir nous appuyer sur ces écrits pour cerner l'ensemble des problématiques inhérentes aux politiques culturelles dans la sphère télévisuelle, d'en saisir les mécanismes.

Figurent ensuite dans notre corpus l'ensemble des documents internes relatifs au protocole d'élaboration du canal franco-allemand. Nous avons pu nous procurer le Traité sur la Chaîne Culturelle Européenne en date du 02 octobre 1990, ou encore le Contrat de Formation du 30 avril 1991. Les articles listés dans ces textes constituent le fondement indispensable à la compréhension du fonctionnement interne du Groupement, et nous ont apporté des précisions sur la structure, sur les rapports entre les trois pôles la constituant, sur le rôle des Länder, sur les modes de financement. Y est en outre traitée la question de la langue entre les collaborateurs, les liens entre le groupe et les autres membres adhérents puisque la chaîne a, pour valoriser et justifier sa dimension européenne, signé de multiples accords de coopération avec les pays de l'Union – et pas uniquement d'ailleurs nous le constaterons. Le contrôle et la gestion d'une telle entité est unique, ces documents apportent des informations capitales au sujet des modes de résolutions d'éventuels conflits juridiques, administratifs, structurels, en partie dus à l'identité double du groupe ARTE. Parmi cette documentation interne, citons encore le Règlement relatif à la constitution d'un Groupement Européen d'Intérêt Économique (GEIE), entité juridique entièrement fondée sur le droit européen, structure retenue lors de la constitution d'ARTE pour son bon fonctionnement à l'échelle européenne et pour favoriser un développement harmonieux de l'ensemble des activités du groupe. La

---

<sup>43</sup> Clément, Jérôme. *Le choix d'ARTE*. Paris: Grasset, 2011.

chaîne édite régulièrement des rapports annuels. Ces derniers ont largement été inspectés afin d'analyser les grandes mutations de la chaîne en terme de programmation et de stratégies. Y sont mentionnés les audiences, les prix et récompenses, les programmes et leurs heures de diffusion, les événements marquant sur l'année concernée. L'étude de l'ensemble de ces documents a contribué à l'élaboration de notre partie empirique, nous avons pu mieux cerner l'ensemble des enjeux auxquels s'est vue et se voit confrontée ARTE. Afin de compléter notre analyse des contenus et en particulier nous questionner sur la mise en place d'un *discours interculturel* dans les contenus à l'écran, nous avons porté notre regard sur certains programmes spécifiques, retenus justement pour leur caractère a priori interculturel, notamment *Karambolage*, puisque l'émission traite des différences culturelles françaises et allemandes et fait ainsi figure de parangon, ou encore le Journal d'Information, l'information transnationale y étant privilégiée. Nous nous sommes interrogée sur son traitement. D'autres émissions ont été analysées de manière plus concise, mais seront tout de même mentionnées, puisqu'elles semblent mettre en évidence la nature franco-allemande et européenne du canal, e.g. *Square Salon*, *Vox Pop* ou encore *X:enius*, ou à l'inverse parce qu'elles semblent témoigner d'un élan de recul dans l'interculturel, à l'instar du *28 Minutes*.

Afin de constituer notre chapitre historique, nous nous sommes également appuyée sur des archives, textes légaux et lois françaises et allemandes, notamment en matière de culture et de télévision. Concernant le rapprochement franco-allemand, le discours politique de Joschka Fischer sur l'avenir de l'Europe et l'amitié franco-allemande prononcé le 30 janvier 2001 à Fribourg, la Déclaration Commune du Président de la République Française et du Chancelier de la République Fédérale Allemande à l'issue du 48<sup>e</sup> sommet franco-allemand, le 28 octobre 1986, ou encore les accords portant sur la création de l'Office Franco-Allemand pour la Jeunesse le 06 juillet 1963 ont ainsi été retenus dans notre corpus. Les textes de l'UNESCO sur la culture constituent eux aussi une ressource indispensable. Au sujet de la télévision et des politiques audiovisuelles européennes, notons toute l'importance du discours de M. François Mitterrand, alors Président de la République, sur la nécessité d'une véritable politique commune européenne en matière d'audiovisuel pour préserver l'identité culturelle de l'Europe face aux États-Unis et au Japon, prononcé le 30 septembre 1989, ainsi que quelques commissions sur les politiques audiovisuelles, le texte sur la constitution de la directive Télévision Sans Frontière sur lequel nous reviendrons plus en détail dans notre développement, datant du 03 octobre 1989 et offrant une coordination administrative et législative des États membres au sujet de leurs activités de radiodiffusion. Nous avons aussi

pu nous référer à la Loi Léotard sur la liberté de communication, en 1986, ainsi que l'article 5 de la loi Fondamentale de 1949 en Allemagne sur les principes de liberté de communication. Si les ouvrages au sujet des politiques et pratiques culturelles des Français ne manquent pas, nous avons, pour mieux saisir ces éléments côté allemand, attaché une importance toute particulière à la commission d'enquête sur la culture en Allemagne, éditée en décembre 2007 par le Deutscher Bundestag, *Kultur in Deutschland*.

Une large étude historique a donc été menée en amont, et ce afin de cerner l'ensemble des enjeux politiques, économique et technologiques qui découlent de la mise en place d'un tel projet. Une étude historique qui met en exergue les particularités culturelles et juridiques de chacun des deux pays fondateurs de la chaîne, et qui expliquent, semble-t-il, son organisation structurelle. Travailler l'interculturel signifie en outre le fait de travailler, de développer des connaissances historiques afin de ne pas tomber dans le piège des clichés, d'éviter toute forme d'essentialisme. C'est aussi la raison pour laquelle le premier axe de cette thèse est longuement consacré à l'histoire des relations franco-allemandes, à l'histoire de la création de la chaîne dans le contexte de la politique de réconciliation franco-allemande.<sup>44</sup>

À partir de ces investigations historiques et théoriques, des interviews ont pu être menées. Il était indispensable de nous rendre dans les locaux de la chaîne, de mener une enquête de terrain pour explorer et rendre compte avec plus de précision les relations qu'entretiennent les employés de la chaîne, afin de vérifier en quelle mesure ces derniers dépassent les éventuels malentendus résultants de la rencontre interculturelle. La grille de question proposée à chacun de nos interlocuteurs fut sensiblement la même, avec cependant quelques modifications selon l'emploi exact de la personne interviewée, des interviews semi-directives donc, avec une grande place de liberté laissée à nos interlocuteurs. Ces questions avaient pour but de mener une enquête concrète sur les missions que se donnent les responsables de la chaîne, avec des questions ciblées sur leurs fonctions, mais aussi sur leur vision de la culture, sur leur rapport à l'Europe et au franco-allemand, sur leur avis quant à l'harmonisation du groupement et aux problèmes inhérents au caractère binational de la structure dans laquelle ils évoluent. Nous avons fait le choix de rencontrer des responsables de la chaîne, des directeurs d'unités rédactionnelles, ainsi que quelques figures emblématiques, à l'instar de Jérôme Clément, ou

---

<sup>44</sup> Voir à ce sujet : Gemeaux, Christine (de), "Die besondere Bedeutung des historischen Ansatzes in interkulturellen Programmen"/ & Baric D. "Schlaglichter auf den binationalen Masterstudiengang Tours/Bochum", in: Choluj B. & Balfanz A. (Hrsg.), *Bilder eines Kaleidoskops, Interkulturalität und Wissensvermittlung. Didaktischer Umgang mit Differenzen*, Europa Universität Viadrina/ Collegium Polonicum, Frankfurt (Oder) /Slubice, 2017, p. 171-181. <https://opus4.kobv.de/opus4-euv/frontdoor/deliver/index/docId/243/file/Interkulturalitaet.pdf>.



encore Claire Doutriaux, qui a créé *Karambolage* et demeure indissociable du canal culturel. À partir de ces interviews et enquêtes de terrain, nous avons tâché de rendre compte des relations qu'entretiennent l'ensemble des collaborateurs, en focalisant notre angle sur les postes nécessitant des compétences interculturelles. Les employés français assignés à des fonctions techniques à Strasbourg n'ont effectivement que peu de contact avec les partenaires allemands de la chaîne, ni même avec la langue allemande. Nous avons ainsi cherché à recueillir différentes expériences interculturelles, différentes appréciations du travail franco-allemand, en prenant soin d'interroger des partenaires français et allemands, afin d'analyser si la nationalité des uns et des autres modifie leur perception de l'interculturalité, si un parallèle peut être constitué entre les avis récoltés et la nationalité des employés, ou si les expériences diffèrent de manière bien plus globale, voire aléatoire. Outre les interviews, nous avons, lors de notre enquête de terrain, pu assister au tournage d'une séquence plateau de l'émission *Reportage* depuis la régie, ainsi que la mise en place de ce même plateau par l'équipe technique.

Nous nous sommes donc rendus dans les locaux du siège à Strasbourg, haut lieu d'interculturalité puisque les équipes y sont binationales, dans les locaux parisiens, bien plus franco-français et très administratifs. Une autre structure, souvent moins connue, est localisée en région parisienne, il s'agit de l'Atelier de Recherche, petite structure presque indépendante, dans laquelle est pensée, entre autres, l'émission *Karambolage*, et qui paraît constituer une véritable source d'interculturalité dans la mesure où les équipes y sont franco-allemandes. La coordination avec l'Allemagne répond à une structuration singulière, et chaque établissement de radiodiffusion allemand dispose de sa rédaction ARTE en interne, une rédaction plus ou moins importante selon l'influence et les ressources de l'établissement en Allemagne. Il ne nous a donc pas été nécessaire de nous rendre dans l'un de ces établissements, qui, comme pour le pôle parisien, n'est finalement pas confrontée aux problèmes de l'interculturalité au quotidien, les rédactions d'ARTE en Allemagne étant a priori conçues pour répondre aux dispositions édictées dans le Contrat de Formation. Nous n'avons, pour traiter de l'harmonisation des équipes, retenu que nos déplacements à la Centrale de Strasbourg, ainsi que notre visite de l'Atelier de Recherche. Cela nous a permis d'observer en quelle mesure la double nationalité de la chaîne a pu être optimisée. Quelles différences constate-t-on dans l'élaboration des programmes en France et en Allemagne, comment traite-t-on de l'humour, des débats ? Comment est diffusée l'information, quels formats sont privilégiés d'un côté et de l'autre du Rhin ? Qu'en est-il du cinéma ? De la fiction ? Des documentaires ? Puisque la

chaîne est dirigée par rotation française et allemande, constate-t-on des différences significatives ? Comment se déroule la Conférence des Programmes ? Assiste-t-on à des querelles dues à la binationalité des équipes ? Au caractère européen de la programmation ? L'ensemble de ces questions a été traité en interview, et les observations additionnelles que nous avons pu mener sur le terrain nous ont permis de saisir l'ensemble des problématiques de l'interculturel en télévision, ainsi que les modes de résolution de conflit, ce que la recherche n'a encore jamais établi. Les relations franco-allemandes, l'influence d'une civilisation sur l'autre, ont été maintes fois étudiées et ont fait l'objet de publications diverses et passionnantes, tant dans les domaines de la sociologie que de la philosophie, l'histoire, l'histoire des idées. Dans le cadre plus contemporain qu'est le nôtre, prenant en compte les évolutions technologiques et le support médiatique comme outil de transfert culturel, les publications sont bien moins nombreuses.

D'un point de vue purement méthodologique, nous avons tâché d'explorer les phénomènes interculturels au sein de la chaîne, les processus de transferts culturels à travers la programmation si singulière qu'est celle d'ARTE, les éventuels métissages culturels tant dans les contenus (le discours) que dans les rapports internes (le dialogue). Les multiples problématiques pouvant être émises au sujet de la chaîne ARTE, sur la culture, sur l'Europe, la télévision et aujourd'hui le numérique n'ont pas simplifié la question de l'ancrage disciplinaire dans lequel nous nous positionnons. L'interculturel requiert des acquis dans les domaines bien spécifiques de la culture, de la communication, mais aussi dans les sphères médiatiques, littéraires, et s'ouvrent de nombreuses perspectives historiques, linguistiques, sociologiques et anthropologiques. L'interculturel est, qui plus est, toujours en mouvement, en mutation permanente. Un ancrage dans l'actualité que l'on retrouve d'ailleurs chez ARTE. Ayant suivi une formation sur les pratiques et le discours des médiations culturelles franco-allemandes entre les universités de Tours et de Bochum, nous nous positionnons comme germaniste spécialiste de l'interculturel. Une partie de notre base théorique fut cependant fortement influencée par la recherche sociologique et anthropologique. Nos expériences professionnelles dans le domaine des médias, télévision et presse écrite, nous ont permis de bâtir une certaine connaissance du sujet, à l'origine relativement peu présent dans notre formation universitaire. Nous proposons quelques réflexions habituellement développés dans les sciences de l'information et de la communication, puisque nous accordons un intérêt particulier au support d'origine d'ARTE qu'est le média télévisuel, même si nous

n'oublierons pas de mentionner le numérique, qui semble par ailleurs offrir de nouvelles perspectives dans la promotion de l'interculturel.

L'École de Chicago propose trois modes d'observation participante permettant de mener à bien l'évaluation des rencontres interculturelles ; l'observation périphérique, dans laquelle le témoin reste dans son statut d'observateur avec une certaine extériorité par rapport à l'objet étudié, sans participation aux activités du groupe observé ; l'observation active, dans laquelle le témoin tente d'acquérir un statut à l'intérieur du groupe, puis l'observation immergée, lorsque le témoin y est pleinement intégré. Nous avons opté pour l'observation périphérique. Une méthodologie obligatoire dans notre démarche de compréhension des interactions sociales dans le groupement ARTE, à Strasbourg en particulier. Nous avons toujours assisté aux activités de manière passive, et seules les interviews, et l'accueil très chaleureux qui nous a été réservé nous a offert quelques interactions plus concrètes.

Nous avons pris soin de ne pas comparer les cultures nationales, car nous risquions de renforcer les stéréotypes, voire de les légitimer. Notre étude comparative a plus été d'ordre historique, afin de mieux cerner les antagonismes culturels qui se sont forgés entre France et Allemagne. L'ancrage audiovisuel de notre analyse interculturelle nous a aussi mené à adopter cette perspective comparative ; une comparaison dans les systèmes des médias, dans l'étude des habitudes télévisuelles des Français et des Allemands. C'est en ce sens que la dimension historique nous a paru tout à fait pertinente, et c'est la raison pour laquelle nous en proposons la narration dans notre écrit.

### *Plan de la thèse*

L'interculturel télévisuel est assez peu connu ni traité puisqu'il n'existe que peu d'exemple de chaînes ou de programmations pérennes au sein de cette sphère singulière. Seule la chaîne ARTE se présente finalement comme tel. Légitimée par sa nature politique, franco-allemande et culturelle, elle fait figure d'exemple le plus abouti, de parangon de l'interculturalité en télévision, et permet d'étudier les modalités de résolution de conflits que l'on peut craindre lors de rencontres interculturelles. En plus d'être apparemment parvenue à faire fonctionner une équipe binationale, elle semble avoir constitué un discours de promotion de l'interculturel. Si notre première partie a pour objet un développement théorique au sujet de l'interculturalité et des transferts culturels, l'accent sera porté sur la télévision culturelle. La programmation étant a priori interculturelle, les questions de transferts de biens culturels se posent inévitablement. Quelle(s) conception(s) de la culture et de l'Europe ont façonné la

France et l'Allemagne ? Les facettes, les angles d'approche de la chaîne sont multiples, et pour en cerner tous les aspects, dans le cadre bien précis de l'interculturalité, il a été nécessaire de traiter et considérer attentivement l'ensemble des piliers la constituant. Nous avons tâché de repérer l'ensemble des strates dans lesquelles l'interculturel est à même de s'exprimer ou être promu, soit à travers la structuration de la chaîne, puis dans les rapports qu'entretiennent les collaborateurs français et allemands au sein du groupement, et enfin dans les contenus de la programmation. Notre plan de thèse ainsi que nos recherches ont suivi cette stratification.

Deux axes fondamentaux ont été privilégiés. Le premier englobe dans un premier temps un développement théorique autour des notions de culture et d'interculturalité, des notions que nous avons traitées dans le champ de l'audiovisuel, afin de ne jamais perdre de vue notre objet d'étude qu'est ARTE. Est donc évoquée la question de la télévision culturelle, son devoir de mémoire, son lien, parfois réfuté, avec la constitution d'une identité culturelle. Nous avons tenté dans cette partie théorique de traiter l'ensemble des problématiques liées à la constitution d'une chaîne culturelle binationale, franco-allemande, à portée européenne, afin d'être en mesure de proposer une définition de ce que peut être la télévision culturelle – ce qu'elle semble être chez ARTE. Une partie théorique qui nous permettra de prélever parmi les notions évoquées ce qui est applicable à l'interculturel télévisuel, et donc de fait à la chaîne franco-allemande.

Ces apports théoriques justifient en outre notre chapitre historique, lui-même intégré à notre premier axe. Dans un second temps est donc examinée la genèse et la construction et de l'organisation d'ARTE dans son contexte historico-politique, afin de mieux cerner l'identité de la chaîne, et d'en comprendre le fonctionnement général. Nous contextualisons l'histoire de la chaîne à travers celle de la construction européenne, les accords et traités franco-allemands, ainsi que l'ensemble des initiatives culturelles menées en collaboration par les deux pays. Nous accordons en outre quelques réflexions au sujet de la télévision culturelle, non dans sa dimension théorique, relatée dans le chapitre précédent, mais bien historique, afin d'en cerner les enjeux, dans le cadre précis de la chaîne franco-allemande, en tâchant de répondre à une question en particulier : La télévision culturelle est-elle en mesure de favoriser la constitution d'une identité à l'échelle de l'Europe ? Il a été primordial de s'intéresser aux politiques culturelles menées par la France et l'Allemagne pour en relever les éventuelles similitudes, comme les probables difficultés d'harmonisation, les intérêts de chacun des deux États concernés par ce rapprochement culturel. Au moment de la création de la chaîne, la

volonté de coopération entre France et Allemagne est évidente. Cette coopération joue-t-elle actuellement un rôle dans la rédaction de la programmation ? La genèse de la chaîne est sans conteste liée au contexte historique et politique de la fin des années quatre-vingts et du début des années quatre-vingt-dix. Sont donc relatés les échanges culturels franco-allemands sur cette période précisément. ARTE peut être considérée comme le théâtre des échanges culturels franco-allemands, de la mise en place d'une amitié franco-allemande, rendue concrète par la signature du Traité Interétatique à la veille de la réunification, le 02 octobre 1990. La description des grandes phases du rapprochement franco-allemand en termes de politiques culturelles nous semble jouer un rôle certain dans la caractérisation des missions de la chaîne.

Les fondements d'ARTE sont le résultat d'un projet commun entre France et Allemagne, et si les coopérations culturelles semblent s'être intensifiées, il est évident que la politique des médias de chacun des deux pays est à considérer tout aussi attentivement. Une politique médiatique et audiovisuelle qui doit avoir joué un rôle considérable sur la mise en place de la ligne éditoriale, de la programmation. La question des exigences de chacun des deux pays occupe ainsi une place centrale dans notre recherche.

ARTE n'est autre que le fruit du développement d'un premier projet, franco-français, la Sept. Véritable embryon du canal franco-allemand, La Sept, érigée avec cette volonté de diffuser des contenus culturels, représente un projet peu commun en France. L'étude de sa genèse nous a permis de saisir une partie de la politique des médias français ainsi que leur histoire. Est ensuite décrite l'évolution de La Sept vers ARTE, et ce à travers quelques réflexions sur les éventuelles difficultés, économiques et juridiques qui ont pu en découler. Cette première approche du développement de La Sept vers ARTE telle qu'elle diffuse maintenant servira d'introduction à l'analyse plus complète de son organisation si singulière. La Sept, à l'origine bien française, est devenue ARTE. Elle est donc devenue interculturelle. Quelles grandes mutations sont alors perceptibles ? Nous proposons un examen de sa structure, avec ses trois grands pôles, et les rapports qu'entretiennent ces derniers, notamment dans les premières années, en nous questionnant sur l'évolution de ces contacts. Se sont-ils amenuisés ? Entretiennent-ils une étroite collaboration ?

C'est bien la volonté politique franco-allemande qui est à l'origine de la création d'ARTE. Or, la création d'une chaîne de télévision et son évolution demeurent fortement influencées par l'histoire et l'évolution des médias et de l'audiovisuel dans le pays concerné. Les exemples

binationaux se font bien plus rares. Comment les deux États initiateurs d'ARTE ont-ils pu s'harmoniser ? Bien que les deux pays soient proches géographiquement, le traitement de l'information, l'esthétique télévisuelle, les techniques de communication sont bien distinctes. La question d'intégration d'une nouvelle chaîne dans un paysage audiovisuel déjà constitué sera ici capitale, d'autant plus que la problématique est dédoublée par le caractère binational du canal. Qu'en est-il en France ? En Allemagne ? Comment a-t-on pu trouver un accord correspondant aux attentes des deux pays répondant à des traditions bien différenciées en termes d'audiovisuel ? Les paysages audiovisuels français et allemands ont été analysés, ainsi que les parts d'audience et leur évolution. Dans cette course à l'audience propre à la télévision, n'est-il pas trop risqué de proposer des contenus culturels ? La demande reste minoritaire, la télévision répondant plutôt aux critères du divertissement. Existe-t-il vraiment une identité culturelle européenne ? Les spectateurs d'ARTE représentent-ils une unité culturelle, dans un espace public européen ? La chaîne leur permet-elle de se sentir plus européens ? Il semblerait que la programmation aille en ce sens. À l'origine, les stratégies de programmation en France et en Allemagne sont, en certains points, disjointes, parfois contradictoires.

Outre les questions d'organisation juridique ont été traitées celles relatives à la création des contenus. Les méthodes appliquées au journalisme français et allemand répondent à des caractéristiques différentes, des visuels, des formats différents, ainsi qu'un traitement différent de l'information. Chaque pays dispose de ses propres codes en termes de communication, c'est pourquoi le média télévisuel est associé directement à son bassin, son ancrage territorial. La télévision a toujours été considérée comme miroir des codes de communication, d'une culture et d'une esthétique nationale et non plurinationale. Entre France et Allemagne, les procédés pour traiter de l'humour, des débats, comme la réalisation des fictions, des documentaires différents, et doivent, dans le cadre précis de la chaîne culturelle européenne, répondre à des publics variés, atteindre un certain niveau d'universalisme. Comment les responsables de la programmation sont-ils parvenus à s'adapter ? Il semble contradictoire de rapprocher deux cultures et deux télévisions. L'analyse de la structure juridique et la question de l'harmonisation des financements et du fonctionnement général de la chaîne sont donc nécessaires. Comment sont gérés les cofinancements et coproductions ? Comment les financements sont-ils partagés entre les pôles ? Une approche théorique et historique des télévisions publiques et privées françaises et allemandes nous a permis d'éclaircir certaines interrogations au sujet de la gestion de la redevance notamment.

Les enjeux et éventuelles difficultés qui découlent de ce partenariat exceptionnel de média à caractère européen et à vocation culturelle ont été étudiés. Il semblerait qu'ARTE soit parvenue à constituer un espace culturel européen par le biais de la sphère médiatique. La chaîne s'est pérennisée malgré une mise en place relativement chaotique, malgré d'acribes critiques, et semble avoir relevé le défi de ce que nous appellerons des *incompatibilités culturelles* entre la France et l'Allemagne. Ce premier axe est certes porteur d'un certain caractère narratif, mais a pour cible de mettre en exergue l'ensemble des difficultés auxquelles ont été confrontés les instigateurs d'ARTE, difficultés directement consécutives de l'*interculturel télévisuel*. Les premières années de diffusion laissent apparaître un travail d'harmonisation complexe que nous tâchons de dépeindre. ARTE a su se diversifier et s'adapter. D'autres télévisions européennes avaient été initiées (Eurikon en 1982, Euronews en 1992), mais n'ont pas su trouver un public fidèle comme l'a fait la chaîne franco-allemande. Le téléspectateur lambda a en effet tendance à préférer son programme national, dans sa langue, cela constitue des habitudes de consommation bien connues. Le caractère politique de la thématique européenne a pu poser problème, et pourtant, ARTE a fait le pari de la constitution d'une identité européenne – du moins de l'éveil de curiosité vis-à-vis de la question européenne – en s'appuyant sur le caractère populaire de la télévision. Il est du rôle des programmeurs français et allemands de la rédaction du canal culturel de proposer des contenus répondant à ces critères. Nous avons donc choisi d'analyser une partie de la programmation de la chaîne, dans ses contenus et dans son évolution. Le discours ainsi promulgué par la chaîne européenne ne peut être légitime que si les collaborateurs montrent eux même leur capacité d'adaptation, d'intégration dans un espace professionnel biculturel, binational.

Le second axe de notre manuscrit est constitué de ces deux grands volets que sont le compte rendu de nos enquêtes de terrain au sein du groupe ARTE, et l'analyse du caractère interculturel de la programmation. Quelles sont les conditions optimales de mise en place d'une programmation culturelle à caractère européen ? Comment les employés de la chaîne sont-ils parvenus à harmoniser leurs cultures professionnelles, quels conflits ont pu apparaître ? Quelles différences significatives sont observables entre collaborateurs français et allemands ? Quels ont été les modes de résolution de conflits entre collaborateurs du groupement ?

L'ensemble du développement de ce second axe trouve la plus grande partie de ses sources dans les interviews que nous avons menées. Alors que le premier axe avait pour but de

vérifier notre première hypothèse de recherche, le second axe englobe les deux suivantes, premièrement le fait que *toute rencontre interculturelle soit dialectique*, avec une étude des différents modes de résolution de conflits adoptés à Strasbourg, que nous avons pu observer au sein même des équipes de la chaîne, et dont nous proposons un compte rendu. La rencontre interculturelle chez ARTE, avant d'être perceptible dans la programmation, a eu lieu au cœur même des locaux, entre employés français et allemands de la chaîne. Dès lors, des cultures professionnelles, des styles de management parfois divergents sont menés à se rencontrer. Comment la structure est-elle parvenue à harmoniser ce travail en équipe binationale ? Afin de légitimer sa mission de rapprochement des peuples par la diffusion de ces contenus culturels, la chaîne se devait de parvenir en amont à faire travailler ensemble Français et Allemands, et ce malgré toutes les différences culturelles, linguistiques, sociales et professionnelles que l'on peut dénombrer. Afin de répondre à cette question, nous avons pu nous appuyer sur nos interviews. Il en ressort différents constats sur les modes de résolution de conflit au sein de la chaîne, afin de constituer une situation interculturelle fructueuse. Des problématiques persistent cependant, nous les décrivons dans ce chapitre dédié finalement au niveau d'expression de l'interculturel propre au dialogue, à la rencontre effective entre sujets au sein d'une sphère d'interculturalité.

Après nous être intéressée à cette strate du dialogue, nous avons étudié la *production du discours* d'ARTE, un discours a priori interculturel en soi, mais surtout *formateur* et *promoteur* d'interculturalité. Les grandes mutations de la programmation sont décrites dans ce chapitre, de la philosophie de la ligne éditoriale, à l'élargissement du temps d'antenne. Nous rendons compte de l'intégration de la chaîne dans les paysages audiovisuels français et allemands à l'aide de chiffres prélevés en partie dans les rapports annuels. Nous avons sondé le positionnement de la chaîne franco-allemande par rapport à d'autres chaînes pouvant être considérées comme concurrentes, par leur nature culturelle, qualitative ou encore internationale. Une réflexion est portée sur les techniques de diffusion et de télécommunication, qui, par leur développement, ont joué un rôle fondamental dans le processus d'évolution d'ARTE. Une partie de la recherche a effectivement été consacrée à la progression considérable des techniques de transmission en France et en Allemagne, de la fin des années quatre-vingts à nos jours. ARTE, comme tout média, est dépendante de la technique, et son développement vers d'autre support semble être désormais au cœur des stratégies des responsables de la programmation. ARTE a renforcé sa programmation non linéaire, sur le numérique, est tournée vers ses publics et leurs modes de consommation. Sa



politique éditoriale s'est donc probablement vue modifiée. Cette dernière est analysée dans une perspective interculturelle. Les mécanismes de réalisation et de diffusion de programmes répondent à une logique culturelle particulière, a priori dépendante d'un ancrage national. Nous avons regardé en quelle mesure la programmation d'ARTE répond bien à sa vocation européenne.

ARTE a connu plusieurs modifications dans sa grille de programmes. Ces modifications sont-elles significatives ? Quelles ont été les grandes réformes de la chaîne ? Quels programmes sont indissociables de la chaîne ? Lesquels ont été abandonnés ? Pour quelle(s) raison(s) ? ARTE diffuse de plus en plus de contenus, cela lui a été rendu possible par l'élargissement de son temps d'antenne. La qualité de la programmation en pâtit-elle ? La chaîne a-t-elle la volonté d'élargir son public ? De rendre ses contenus toujours plus accessibles ?

ARTE se définit comme chaîne citoyenne et médiatrice des peuples d'Europe. Elle semble donc avoir dépassé le simple cadre de l'audiovisuel. Nous relatons ces actions culturelles hors télévision. ARTE rayonne au même titre qu'une institution culturelle. Afin de discerner l'ensemble de ses fonctions de médiation et son rayonnement, nous proposons d'étudier l'ensemble de ses partenariats et associations.

L'une des premières barrières lors de la rencontre interculturelle demeure la langue. À travers l'analyse des programmes, nous nous intéressons donc à la question de la traduction. La traduction est l'un des outils indispensables dans ce cadre international, et plusieurs procédés existent. Nous les décrivons et observons quelles solutions ont été adoptées par ARTE, en nous intéressant spécifiquement au rôle exact du service linguistique, section unique et pour cause ; les autres chaînes classiques, nationales, n'en disposent naturellement pas.

L'analyse que nous proposons tend plutôt vers l'étude d'une probable diffusion de contenus culturels ayant pour cœur de cible l'Allemagne ou la France. En conséquence, au-delà d'une analyse assez globale de la programmation et ses modifications, quelques exemples concrets ont été retenus. L'émission *Karambolage* est selon nous un véritable parangon de l'interculturel télévisuel. Nous y accordons la majeure partie de notre examen. Mais le journal, par son caractère européen et son format plutôt inédit, a lui aussi retenu notre attention. D'autres émissions sont évoquées à ce même titre, notamment *X :enius*, qui dispose d'une double modération franco-allemande, *Vox Pop*, qui se présente comme le magazine européen, ou encore *Square Salon*, dont la dimension européenne est flagrante, et qui est l'une des rares émissions de plateau réunissant des intervenants de l'Europe toute entière et

évoluant ensemble et simultanément, tournée à Strasbourg. Son format particulier mérite une digression. L'analyse de ces programmes est précieuse en ce sens qu'elle permet d'établir une approche concrète de ce que nous appellerons la *promotion de l'interculturalité en télévision*.

L'analyse de la grille des programmes nous a permis d'observer si la philosophie de la chaîne est respectée, si cette théorie d'originalité, de qualité, de culturel est réalisable concrètement, et en quelle mesure elle a, ou non, participé à un rapprochement culturel entre la France et l'Allemagne. L'ensemble de la programmation est le résultat d'une suite de compromis correspondant à la résolution de problématiques concernant notamment l'esthétique et le contenu, le langage et les cultures.

La force d'ARTE réside dans son exception. Elle ne peut être ni comparée, ni se voir engloutie par une autre chaîne de télévision. Véritables pionniers en matière technologique ainsi que dans leur traitement et leur approche de la culture, les instigateurs de la chaîne européenne ont usité de tous les moyens utiles à l'édification d'un projet de cette envergure. ARTE subsiste grâce à son originalité, et parce qu'elle a la force de pouvoir expérimenter. Une telle entreprise ne connaît aucun précédent, aussi bien dans les contenus que par sa structure. ARTE est interculturelle dans ses contenus, dans son mode de fonctionnement, elle est transnationale dans sa structure et ses financements. ARTE est plus qu'une simple chaîne de télévision, elle est devenue un véritable label de qualité. Forte d'une politique de diplomatie, d'une politique du consensus, fondée sur une tradition de résolution de conflits, lors de son édification comme dans ses modes de fonctionnement internes, elle a su se pérenniser en consolidant ses liens profonds entre responsables de la chaîne et acteurs politiques, ainsi qu'en renforçant et en multipliant ses accords de coproduction et de cofinancement à l'étranger. La chaîne culturelle a su devenir européenne, son rayonnement est désormais international, et elle promeut chaque jour, sur ses antennes linéaires et non linéaires, lors d'évènements culturels publics, l'interculturel. Son mode de fonctionnement semble pouvoir faire figure d'exemple applicable à d'autres entreprises franco-allemandes, même si quelques axes d'amélioration peuvent être proposés. L'aboutissement, semble-t-il prospère, de la rencontre interculturelle chez ARTE lui a permis de constituer un discours interculturel remarquable.

**AXE PREMIER**  
**L'interculturel télévisuel, révélateur des politiques**  
**culturelles française et allemande et de leurs**  
**dissensions ?**

## Chapitre I : ARTE et la télévision (inter)culturelle : Quelques perspectives théoriques.

L'étude des interactions culturelles entre la France et l'Allemagne, comme celle des principaux tenants et aboutissants de la constitution d'une chaîne culturelle binationale requiert au préalable une maîtrise de quelques notions théoriques, notions permettant d'évaluer ou de réévaluer l'ensemble des antagonismes auxquels ont été confrontées les deux entités au centre de notre réflexion, puis de mesurer le dépassement de ces incompatibilités présumées pour mener à bien ce dessein commun de mise en place d'une chaîne franco-allemande à vocation culturelle et européenne.

Nous proposons dans ce chapitre une réflexion théorique à propos de la notion de *culture*, digression indispensable à la poursuite de nos observations sur le caractère interculturel de l'objet télévisuel auquel nous nous intéressons. La teneur culturelle d'ARTE induit une interrogation profonde sur la définition même de ce qu'est la culture, et de ce que peut être la culture en télévision. La notion de culture est complexe à clarifier tant sa signification est plurielle, parfois ambivalente, car en partie dépendante de son ancrage territorial. Une ambivalence majorée dans notre cas précis par le caractère binational du canal franco-allemand. Ces quelques perspectives théoriques nous permettront à terme d'évaluer en quelle mesure ARTE a su dépasser cette problématique d'ancrage territorial de la culture pour diffuser des contenus uniques, qui lui sont propres, et ainsi jouer pleinement son rôle de dépassement des frontières identitaires pour une meilleure compréhension de l'*Autre*.<sup>45</sup>

Dans un premier temps, nous tâchons de mettre en exergue le caractère polymorphe de la notion de culture. Une esquisse des différentes acceptions de la définition culturelle sera ainsi proposée, et ce dans notre paradigme franco-allemand. Nous avons ainsi été menée à constater que la définition de la culture demeure indissociable de son contexte national, que France et Allemagne ne partagent pas le même positionnement vis-à-vis de ce concept culturel, concept sur lequel les deux États ont pourtant dû s'accorder, afin de constituer une programmation commune diffusable à grande échelle. Nous nous sommes en outre intéressée à la notion ambigüe, parfois considérée comme antithétique, de *télévision culturelle*. La télévision, par

---

<sup>45</sup> Nous utilisons ce terme avec une majuscule et en italique lorsque nous désignons l'*Autre* comme un ensemble, que nous distinguons de l'individu : si l'on prend une culture singulière comme point de référence, quelle qu'elle soit, l'*Autre* désigne alors tout ce qui lui est extérieur.

essence populaire, a en effet souvent été source de vives critiques lorsque cette dernière s'est attelée à la lourde tâche de diffuser des *biens culturels*. Le regard de François Jost<sup>46</sup>, est, à ce sujet, d'une importance capitale ; nous y accordons une parenthèse conséquente, afin de mieux cerner les limites et les enjeux de la *télévision culturelle*. Nous consacrons par la suite nos observations aux politiques culturelles françaises et allemandes, politiques parfois divergentes car influencées et régies par les structures de chacun des deux États, centralisé pour l'un, fédéral pour l'autre. L'ensemble de ces données théoriques nous a permis de dresser un état des lieux de la télévision culturelle en France et en Allemagne, de nous interroger sur la question de la construction identitaire et de la constitution d'un imaginaire commun par le biais de la télévision culturelle.

Se joignent à nos explorations théoriques les résultats de notre étude sur l'interculturel. Cette approche théorique de l'interculturel permet en effet d'évaluer quelle acception de la terminologie culturelle les programmeurs de la chaîne culturelle ont adoptée, quelle définition de la culture est proposée dans cette programmation singulière, comment cette dernière se manifeste concrètement dans la diffusion, et, enfin, comment s'illustre l'interculturalité dans les contenus de la chaîne, ainsi que dans les rapports qu'entretiennent l'ensemble des collaborateurs français et allemands au sein du groupe ARTE. L'histoire interculturelle dispose d'une forte prégnance franco-allemande. Nous avons pu nous référer aux théories de Demorgon, Ladmiral et Lipiansky, ainsi qu'aux conclusions de Hofstede et Hall<sup>47</sup>, ces dernières étant, par leur apport théorique en communication interculturelle, applicables au mode de fonctionnement interne de la chaîne. Ces théories nous ont permis de mener à bien notre enquête de terrain au sein des locaux de la chaîne. L'un des objectifs de cette thèse étant aussi de proposer quelques perspectives d'amélioration du travail de

---

<sup>46</sup> Sociologue et professeur des universités, directeur de la revue *Télévision* (CNRS Editions), François Jost est une figure indissociable de la recherche en télévision.

<sup>47</sup> Des auteurs que nous citons ici, nous retiendrons les ouvrages de référence suivants :

Demorgon, Jacques. *Complexité des cultures et de l'interculturel: contre les pensées uniques*. 5e édition revue et augmentée. Exploration interculturelle et science sociale. Paris: Anthropos Economica, 2015.

Demorgon, Jacques. *L'histoire interculturelle des sociétés*. Exploration interculturelle et science sociale. Paris: Anthropos, 1998.

Demorgon, Jacques, et Hess, Rémi. *Critique de l'interculturel: l'horizon de la sociologie*. Anthropologie. Paris: Économica Anthropos, 2005.

Ladmiral, Jean-René, et Lipiansky, Edmond Marc. *La communication interculturelle*. 4e édition.

Traductologiques 5. Paris: Les Belles lettres, 2015.

Hofstede, Geert H. *Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2001.

Hall, Edward T. *The silent language*. New York: Anchor Books, 1990.

Hall, Edward T. *The hidden dimension*. New York: Anchor Books, 1990.

collaboration franco-allemande au sein des rédactions d'ARTE, ces investigations purement théoriques nous ont été indispensables.

### 1) La culture comme système.

Les cultures européennes et les citoyennetés représentent des compositions culturelles particulières extrêmement complexes. Elles sont les fruits de multiples déterminismes religieux, politiques, économiques, eux-mêmes enchevêtrés par leurs influences réciproques.<sup>48</sup>

ARTE a développé un réel enjeu culturel en souhaitant devenir acteur, médiateur des politiques culturelles européennes. Le rapprochement de deux nations, qui plus est autrefois ennemies, en faveur de la création d'une télévision publique est peu commun, et sa dimension culturelle n'a fait qu'accroître une problématique de taille. Lors de ses premières années de diffusion, nombreuses furent les interrogations : Quelle valeur concrète donner au futur label culturel que portera la chaîne franco-allemande ? Quelle représentation de la culture ARTE donnera-t-elle à voir ? Et surtout, quelles représentations de la culture se font les Français et les Allemands, futur auditoire de la chaîne ?

Si les frontières linguistiques semblent en mesure d'être dépassées, les frontières culturelles, issues de représentations, d'un imaginaire bien différenciés, sont d'une part difficiles à percevoir, d'autre part difficiles à contourner, à accepter et à élargir. Les bâtisseurs de la chaîne franco-allemande ont dû faire face à cet antagonisme culturel, et ce dès les premiers élans de coopération audiovisuelle. Avant de débattre sur le concept d'interculturalité, il est donc fondamental de se pencher sur la question même de la définition culturelle.

La culture est un ensemble de significations, de symboles, de conduites. Elle englobe des facteurs sociaux, historiques, économiques et esthétiques. Dans notre recherche, et dans l'acceptation qu'en a faite ARTE, la culture n'est pas au sens strict et étroit synonyme d'éducation, de savoir, ou d'élite. La culture, pour reprendre les termes d'Oliver Hahn, est « l'ensemble des manifestations existentielles. »<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Demorgon, Jacques. *Complexité des cultures et de l'interculturel: contre les pensées uniques*. 5e édition revue et augmentée. Exploration interculturelle et science sociale. Paris: Anthropos Economica, 2015, p. 250.

<sup>49</sup> „Die Gesamtheit der Lebensäußerungen“ dans Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. München: Verlag Reinhard Fischer, 1997, p. 299.

Nombre de théoriciens se sont essayés à produire une définition de la notion de culture, un concept particulièrement contrasté, comme le démontre l'ouvrage d'Alfred Louis Kroeber et Clyde Kluckhohn<sup>50</sup>, qui recense plus de cent-cinquante définitions. La culture demeure cependant intimement liée au domaine de l'anthropologie, et englobe tout autant les types de comportements et les états mentaux, que l'action de création<sup>51</sup>, les savoir-faire, ou encore les modes d'organisation de chaque société.

Selon Kroeber et Kluckhohn, « la culture est la manière de penser, de sentir et de réagir d'un groupe humain, surtout acquise et transmise par des symboles, et qui représente son identité spécifique, c'est-à-dire qu'elle inclut les objets produits par le groupe. Le cœur de la culture est constitué d'idées traditionnelles et des valeurs qui lui sont attachées. »<sup>52</sup>

La notion de culture englobe donc elle-même d'autres concepts tels que la civilisation, les croyances, ou encore les productions intellectuelles. Des valeurs qui se rapportent d'une part au collectif, mais qui sont aussi et surtout perceptibles à l'échelle des individualités. La façon d'agir et de penser de chaque individu, ses interactions avec l'Autre, sont en étroite corrélation avec la notion de culture, une culture individuelle constitutive de l'identité de chacun, que C. Camilleri et M. Cohen-Emerique<sup>53</sup> définissent comme « identité socio-culturelle. »<sup>54</sup> Dans notre recherche, la *culture* n'est donc pas à associer uniquement aux beaux-arts, aux œuvres d'art ou à la production artistique mais bien à l'ensemble des représentations communes à un groupe. Un groupe social n'existe en tant que tel que s'il partage des représentations communes, un imaginaire commun, et la culture est à considérer autant comme étant le flux circulant entre les membres d'un groupe partageant cet imaginaire, que l'essence même de chaque individu. Les frontières culturelles sont en outre intimement

---

<sup>50</sup> Kroeber, Alfred Louis, & Kluckhohn, Clyde. *Culture: a critical review of concepts and definitions*. Papers of the Peabody Museum of American Archaeology & Ethnology, Harvard University, vol. XLVII-N°1, Cambridge, Massachusetts, USA, 1952.

<sup>51</sup> Et cela en toute logique si l'on se réfère aux racines latines du terme, *cultura*, cette fois-ci lié à l'action de cultiver, de produire à partir de la nature.

<sup>52</sup> Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. *Culture: a critical review of concepts and definitions*, 1952, p.47.

<sup>53</sup> Camilleri, Carmel & Cohen-Emerique, Margalit (ed.) *Chocs de cultures: concepts et enjeux pratiques de l'interculturel*. Collection « Espaces interculturels ». Paris: L'Harmattan, 1989.

<sup>54</sup> « [...] la culture ne s'exprime pas seulement dans les différences de croyances, de valeurs, de normes et de modes de vie du groupe, mais aussi au niveau de l'individu, dans ses façons de penser, de sentir, d'établir la communication. Elle fonde – et c'est son aspect positif – l'identité socio-culturelle de la personne, mais en même temps elle rend subjective et globalisante la perception des sujets relevant d'identités différentes. » op.cit. p.14

liées aux frontières géographiques et nationales. La culture, ou *les cultures*, sont « les modes de vie d'un peuple donné, dans un environnement donné. »<sup>55</sup>

Cette dimension sociologique, anthropologique, de la notion de culture est cependant bien plus ancrée dans l'acception allemande que française, les Français réduisant de manière quasi systématique la culture à la production, la diffusion et la connaissance d'œuvres d'art. Et pour cause, nombre de théoriciens français de la culture se sont largement inspirés de cette acception pour fonder leurs raisonnements, tout en estompant, nous allons le constater, la distinction entre *culture* et *pratiques culturelles*.

### ***Un élitisme culturel à la française ?***

L'ensemble des travaux de Bourdieu à propos de la culture se fondent sur une notion non moins importante, celle de l'*habitus*, dont la définition comporte un caractère tout aussi polymorphique que celui de ladite *culture*. Nous proposons donc de nous intéresser de plus près à cette notion qu'est l'*habitus*, une notion à associer avant tout à un processus de socialisation. La genèse exacte du terme demeure complexe à repérer, mais ses origines semblent se situer du côté de la philosophie aristotélicienne et son *hexis*, traduit ensuite en latin *habitus*. Afin de vulgariser ce concept, sans pour autant en perdre les multiples aspects, il est possible de l'assimiler à la notion large de *vertu*<sup>56</sup>, cette dernière comprenant l'ensemble des habitudes et mécanismes individuels et collectifs, spontanés, et surtout soumis à la *raison*. Nous constaterons par la suite que le principe de raison joue un rôle considérable chez de nombreux théoriciens et penseurs de la culture, dans un cadre tant sociologique qu'anthropologique. L'*habitus* serait donc une manière d'être, de vivre, de penser, ancrée en tout Homme, et ce de manière pérenne. Toujours à propos de l'*habitus*, notons que Thomas d'Aquin le joignait également au concept de vertu, en ajoutant cependant que l'*habitus* détermine les actes et joue un rôle majeur chez l'Être dans ses tentatives d'adaptation aux milieux dans lesquels il évolue, une orientation sociale donc, que nous pouvons mettre – de manière certes abrégée – en lien avec les réflexions de Norbert Elias<sup>57</sup> et Pierre Bourdieu, mais qui comportent cependant quelques nuances que nous ne manquerons pas de relever.

---

<sup>55</sup> „Die Lebensform eines bestimmten Volkes in einem bestimmten Lebensraum“ dans Eliot, T.S. *Beiträge zum Begriff der Kultur*, Frankfurt am Main, 1949.

<sup>56</sup> La vertu peut être définie comme l'ensemble des acquis conformes à la raison, engendrés par une répétition d'actes moraux.

<sup>57</sup> Elias, Norbert. *Über den Prozess der Zivilisation : soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen*, Bâle, Haus zum Falken, 1939. La version française paraîtra en deux tomes, traduits par Pierre Kamnitzer, *La civilisation des mœurs*, et *La dynamique de l'occident*, respectivement 1973 et 1975, Paris, Calmann-Lévy.



Elias s'est en effet appuyé sur le terme d'*habitus* dans son célèbre *Über den Prozess der Zivilisation*, édité pour la première fois en 1939, réédité trente ans plus tard, dans lequel il rend notamment compte des différents chemins que prennent les acceptions de la culture et de la civilisation au sein des nations européennes. Dans son étude civilisationnelle, Elias développe la théorie selon laquelle il existerait au sein de toute société un véritable *procès de civilisation* : chaque individu contrôlerait ses instincts, ses accès de violence. Une thèse rejetée par quelques-uns de ses confrères, puisqu'allant à l'encontre de l'existence de guerres, qui ont pourtant éclaté au sein de sociétés modernes. Selon le sociologue, l'*habitus* est une empreinte sociale, propre à l'individu, une empreinte à l'emprise du temps, en mouvance et multiple, car influencée par l'ensemble des groupes sociaux auxquels s'attache le sujet ; la sphère familiale, la sphère professionnelle, ou encore plus largement l'ancrage territorial.

L'*habitus* est donc transmissible, et se façonne selon les contacts qu'entretiennent les individus socialisés. De ses théories sur l'*habitus* découle une étude sociale remarquable. Dans son *Studien über die Deutschen*<sup>58</sup>, Elias tâche, en prenant en compte l'ensemble des catégories sociales au cœur de son cercle de recherche qu'est le territoire germanique, de mettre en exergue les dispositions et les orientations communes des Allemands. Intellectuel juif meurtri par les événements dévastateurs que nous connaissons tous, il proposait quelques réflexions au sujet de la montée du nazisme et le processus qu'il nomme de « décivilisation », décrit comme l'ensemble des phénomènes sociaux et culturels à l'origine de la propagation et l'acceptation de l'idéologie nazie. Il répond ainsi aux critiques précédentes que nous avons pu citer. S'il existe, comme l'auteur le soutient, une forme de contrôle des pulsions agressives, il démontre que l'on a pu voir apparaître dans des contextes bien spécifiques des comportements inverses, dus à des mutations internes des rapports sociaux, et ce depuis le début du XXe siècle, ce qui explique que les cités modernes puissent être concernées par un état de guerre. Elias questionne en fait dans la totalité de son œuvre le rapport entre individu et société, cherche à démontrer que le sujet est toujours, d'une manière ou d'une autre, socialisé, que le lien entre les deux est insécable, qu'il existe une interdépendance. Le concept de contrôle de soi nous mène directement aux théories de Pierre Bourdieu, qui comportent donc des similitudes, mais se détachent aussi en certains points de celles de Norbert Elias.

---

<sup>58</sup> Elias, Norbert. *Studien über die Deutschen : Machtkämpfe und Habitusentwicklung im 19. und 20. Jahrhundert*, Michael Schröter (éd.), Francfort-sur-le-Main, Suhrkamp, 1989.

[...] déterminé (misère), l'homme peut connaître ses déterminations (grandeurs) et travailler à les surmonter.<sup>59</sup>

Ses théories sur l'*habitus* ont notamment servi à mettre en évidence les enchaînements de phénomènes aboutissant aux inégalités sociales. L'*habitus* se constituerait lors des différents processus de socialisation, dès l'enfance et lors de l'âge adulte. Il existerait donc, toujours selon le sociologue, des similitudes dans l'*habitus* de sujets disposant d'une éducation sociale similaire : leurs comportements, leurs goûts, l'art de vivre comporteraient alors de nombreux points communs ; un *habitus de classe* que l'on pourrait mettre en rapport avec une certaine définition de la culture, puisque l'*habitus* est déterminant au sein des pratiques sociales, dont les pratiques éducatives et culturelles – au sens large du terme, en comprenant aussi les pratiques dites « loisir », l'environnement socio-professionnel, l'alimentation, les goûts, la mode...

[...] l'*habitus* est le produit du travail d'inculcation et d'appropriation nécessaire pour que ces produits de l'histoire collective que sont les structures objectives (e.g. de la langue, de l'économie, etc.) parviennent à se reproduire, sous la forme de dispositions durables, dans tous les organismes (que l'on peut, si l'on veut, appeler individus) durablement soumis aux mêmes conditionnements, donc placés dans les mêmes conditions matérielles d'existences.<sup>60</sup>

Si le caractère transmissible de l'*habitus* demeure bien présent dans la théorie bourdieusienne, ce dernier insiste cependant sur sa malléabilité, en témoigne la citation suivante :

L'*habitus* [...] c'est un système de disposition ouvert qui va être constamment soumis à des expériences et transformé par ces expériences.<sup>61</sup>

L'*habitus* est, selon Bourdieu, lié au fait d'appartenir à une certaine classe sociale, au fait de respecter un ensemble de règles, de les partager avec la sphère en question, de partager des valeurs communes, des valeurs qui seront par ailleurs transmises par voie sociale. L'*habitus* permet de discerner les mécanismes ancrés dans chaque individu. Les réactions, le

---

<sup>59</sup> Bourdieu, Pierre. *Méditations pascaliennes*. Paris: Editions du Seuil, 1997, page 156-157.

<sup>60</sup> Bourdieu, Pierre. *Esquisse d'une théorie de la pratique. Précédé de « Trois études d'ethnologie kabyle »*. Librairie Droz, 1972, page 282.

<sup>61</sup> Bourdieu, Pierre. 4<sup>e</sup> épisode de la série « À voix nue », 1988, cité depuis

<https://www.franceculture.fr/sociologie/pierre-bourdieu-lhabitus-ce-nest-pas-le-destin-le-fatum>

comportement, les mentalités sont forgés à partir des environnements dans lesquels les dits « individus »<sup>62</sup> évoluent. C'est à partir de ces environnements (privés et collectifs) que se forme l'*habitus*, et ce dernier serait à l'origine des comportements de chaque sujet au sein d'une sphère précise.

L'*habitus*, comme système de dispositions à la pratique, est un fondement objectif de conduites régulières, donc de la régularité des conduites, et si l'on peut prévoir les pratiques [...], c'est que l'*habitus* est ce qui fait que les agents qui en sont dotés se comporteront d'une certaine manière dans certaines circonstances.<sup>63</sup>

Il existe cependant un caractère aléatoire, spontané, voire impulsif chez chaque individu, et des *habitus* différents – au même titre que la culture – peuvent mener au conflit, à l'incompréhension. Puisque l'*habitus* éclaire les conduites de l'Homme, il nous a été d'un apport considérable pour constituer une certaine définition de la culture. Bourdieu a largement popularisé ce terme d'*habitus* en le manipulant comme outil de distinction sociale. Le sociologue associe *pratiques culturelles* et *classes sociales*, elles même corrélées à la notion d'*habitus*. L'*habitus* est considéré comme accessoire moral utile au procès de socialisation.

Dans *La Distinction*, Bourdieu décrit les pratiques culturelles de chaque position sociale, en stratifiant ainsi des catégories socio-culturelles. Selon le théoricien, les sociétés sont divisées en classes sociales. Les sujets occupent des positions variées au sein de leur système social. Le fait d'appartenir à telle ou telle classe serait défini par l'*habitus*, et privilégie les uns, défavorise les autres. Les sujets établiraient des rapports différents qu'ils soient issus d'une classe ou d'une autre. De cette stratification des classes résulte une conclusion applicable à la notion de culture. En effet, Bourdieu développe la théorie selon laquelle les sujets de cercles « privilégiés » occupent un rapport de « domination » sociale, et l'*habitus* de ces sujets permettrait alors aux « agents » de ces classes dominantes d'imposer, de légitimer leurs propres goûts, leurs propres comportements. Ces « dominants » tentent de conserver cette position, et leurs pratiques, observables dans les relations qu'ils entretiennent avec les individus de leur propre cercle comme avec ceux des autres sphères sociales, sont de l'ordre de l'*habitus*. Cette théorie permet à Bourdieu de distinguer une culture dite « légitimée »,

---

<sup>62</sup> Bourdieu s'intéresse plus aux comportements, aux relations entretenues entre individus qu'aux individualités, et préférera d'ailleurs user des notions de « sujet » ou d' « agent » pour décrire ces individus.

<sup>63</sup> Bourdieu, Pierre. « Habitus, code et codification ». *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 64, n° 1 (1986): 40-44, page 40. Disponible ligne à l'adresse suivante <https://doi.org/10.3406/arss.1986.2335>.

celle qui s'est constituée au sein des cercles dominants. Les sujets de ces cercles fréquentent les institutions de « culture légitime » que seraient les théâtres, les opéras, ou encore les salons de littérature. Les classes dominantes élisent<sup>64</sup> donc la culture qui sera, selon eux, légitime. Bourdieu s'intéresse aux différentes pratiques sociales en attribuant à chaque individu des capitaux – il ajoute à ses supports de réflexion la notion de *capital culturel*<sup>65</sup> aux notions déjà employées de capital social et de capital économique. La question de l'*héritage culturel* est elle aussi traitée par le sociologue, notion indispensable dans l'étude des classes sociales. Lorsqu'il évoque les pratiques culturelles, Bourdieu les assimile à la scolarisation, elle-même prédéterminée par l'appartenance à telle ou telle sphère sociale et familiale. En résumant sa pensée, les classes sociales « défavorisées » ne seraient jamais en mesure d'atteindre les savoirs et l'éducation des classes « privilégiées », ou « élevées », car les individus disposent « des connaissances d'autant plus riches et plus étendues que leur origine sociale est plus élevée. »<sup>66</sup> Mais Bourdieu ne passe pas à côté du pouvoir de la scolarisation, une importance de l'éducation que l'on retrouve dans un article d'Olivier Desouches :

Avec la démocratisation et la massification de l'enseignement, l'école donne le la en matière de culture légitime : avec d'autres institutions (comme par exemple l'Académie française en matière d'usage de la langue), elle dispose du pouvoir de valoriser des œuvres par la critique savante, de classer et de trier en rejetant.<sup>67</sup>

Olivier Donnat<sup>68</sup> s'inscrit dans cette même veine. Comme Bourdieu, l'auteur constate un lien de causalité entre pratiques culturelles et strates sociales, mais il nuance plus son propos en

---

<sup>64</sup> Du latin *eslire*, qui attribue au terme d' « élite » une racine commune à « élire ». L'élite est donc la classe dominante, celle qui aurait le monopole de déterminer la légitimité d'une culture. Cette conception de la culture légitime montre que cette dernière est certes évolutive et protéiforme, mais avant tout subjective. Chaque individu trouvera une légitimité dans sa propre culture. Celle de l'élite semble être celle des beaux-arts, la culture « légitime » selon Bourdieu, celle des théâtres, de la musique classique ou de la peinture, opposée à la culture de masse.

<sup>65</sup> Notion fondamentale chez Bourdieu. Le capital culturel se divise en trois états : l'état incorporé, qui englobe les notions d'acquisition, d'intégration de la culture, d'apprentissage, l'état objectivé concernant les biens palpables, transmissibles de manière substantielle, et enfin l'état institutionnel. Le capital culturel est un *habitus*, puisqu'il fait entièrement partie de l'individu, de sa constitution sociale. Voir à ce sujet :

Bourdieu, Pierre. « Les trois états du capital culturel ». *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 30, n° 1 (1979): 3-6. <https://doi.org/10.3406/arss.1979.2654>.

<sup>66</sup> Bourdieu Pierre et Jean-Claude Passeron. *Les héritiers : les étudiants et la culture*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1964, p.32.

<sup>67</sup> Desouches, Olivier. « La culture : un bilan sociologique ». *Idées économiques et sociales* N° 175, n° 1 (14 avril 2014): 53-60.

<sup>68</sup> Donnat, Olivier. *Les Français face à la culture: de l'exclusion à l'éclectisme*. Textes à l'appui. Paris: La Découverte, 1994.

abordant la question de l'éducation à la culture dans le système scolaire, et montre que cette éducation tend à amenuiser les disparités en termes d'accès à la culture.

Les théories de Bourdieu ont, nous venons de le démontrer, largement répandu ce que nous appellerons une perspective française de *différenciation*. Nous avons en outre pu rencontrer lors de notre étude les termes de culture *consacrée*, de culture *cultivée*, de culture *savante*, mises en opposition à la culture *populaire*. La culture ferait donc office, comme l'*habitus*, d'outil de distinction sociale. L'acception française de la culture aurait donc naturellement cette tendance à se fonder sur l'idée de prestige. L'examen sociologique de Bourdieu fut l'objet de critiques, et pour cause : le concept de légitimité demeure fort subjectif. En quoi une culture est-elle plus légitime qu'une autre ?

[...] il est clair que pour Bourdieu, qui écrit encore alors avec Passeron, la culture doit s'analyser par le haut, à partir des pratiques des élites qui consolident leur classement social par leurs classements culturels. Le schéma proposé repose sur une hiérarchie rigide qui postule une forte hétéronomie de la culture dans les milieux populaires.<sup>69</sup>

Une forme d'ethnocentrisme fut relevée dans les théories bourdieusiennes. Une hiérarchisation de la culture, entre culture légitime et culture populaire, qui tend à épaissir les cloisons entre classes sociales, ce que ne désire surtout pas un média culturel tel qu'ARTE. Les théories d'une culture légitime et dominante vont à l'encontre des principes de démocratisation culturelle développés en France. Au XVIII<sup>e</sup> siècle, la notion de culture est assimilée à l'éducation de l'esprit, et englobe les manières de vivre et de penser, le tout au sein d'un groupe social. En suivant cette définition, il est impossible qu'une culture puisse être plus légitime qu'une autre. Les travaux sur la légitimité culturelle de Bourdieu ont, d'une certaine manière, par leur force de rayonnement, retardé les analyses sur les cultures dites « populaires » ou « de masse », ce qui peut en partie expliquer que les théories de la télévision, en particulier la télévision culturelle, soient si peu répandues en France, à une époque où d'autres pays traitaient déjà la problématique. Un désintérêt pour les médias par les sociologues et intellectuels accentué par les politiques culturelles de l'État Français.

Le ministère de la Culture finance de grandes enquêtes visant à mesurer les effets des politiques publiques de démocratisation sur la fréquentation des équipements culturels,

---

<sup>69</sup> Pasquier, Dominique. « La « culture populaire » à l'épreuve des débats sociologiques ». *Hermès, La Revue* n° 42, n° 2 (2005): 60-69.

mais ne met en œuvre aucun programme de recherche sur des pratiques socialement moins sélectives, au sein desquelles, on le sait, les médias domestiques tiennent une place centrale.<sup>70</sup>

À la pensée anglaise d'une culture évaluée selon une approche anthropologique – qui elle s'est propagée à partir des *Cultural Studies* – une culture associée à la représentation des façons de vivre et de penser, une culture comme dynamique des comportements au sein d'un groupe social, s'oppose donc une approche plus restrictive de la culture légitime.

Mattelart et Neveu<sup>71</sup> défendent la théorie selon laquelle les intellectuels français rejettent en partie les *Cultural Studies*. Le rôle de l'État étant prépondérant dans la diffusion de la culture – d'une certaine culture – et faisant la promotion d'une culture d'élite, savante, cultivée, les intellectuels français auraient tendance à bannir toute forme de culture populaire. La culture est, selon eux, constituée des « grandes œuvres », des œuvres « légitimes ».

Cette place d'une culture lettrée dans la constitution même de l'identité française explique pour partie la défense par les gouvernements français d'une « exception culturelle » dans les débats de l'Organisation mondiale du commerce, tout comme la longue répugnance des intellectuels français à entreprendre une étude sérieuse des produits de la culture « de masse ».<sup>72</sup>

Dans les années 1960 se développe le courant des *Cultural Studies* en Angleterre – le premier ouvrage reconnu demeure celui de Hoggart, *The Uses of Literacy*, paru en 1957 – qui se distinguent par la défense d'un grand relativisme culturel, là où les réflexions françaises, nous l'avons vu, opposent culture légitime et populaire. Selon les disciples des *Cultural Studies*, toute culture est digne d'être propagée ou enseignée, y compris la culture de masse. Les membres du *Center for Contemporary Cultural Studies* ont, de surcroît, largement contribué aux études sur les médias, en étudiant la question de l'influence de la télévision sur ses sujets. Contrairement à la vision élitiste d'une culture analysée « par le haut », il s'agit concernant les *Cultural Studies* « d'approcher le social par le bas, d'observer le quotidien des milieux

---

<sup>70</sup> Pasquier, Dominique. « La « culture populaire » à l'épreuve des débats sociologiques ». *Hermès, La Revue* n° 42, n° 2 (2005): 60-69.

<sup>71</sup> Mattelart, Armand, et Neveu, Erik. *Introduction aux Cultural Studies*, « II. Les années Birmingham (1964-1980) : le printemps des Cultural Studies ». Repères, 2008, pages 27-47.

<sup>72</sup> Mattelart, Armand et Neveu, Erik. *Introduction aux Cultural Studies*, « Introduction », Repères, 2008, pages 3-7 Consulté le 15 juillet 2019. Disponible en ligne à l'adresse suivante : <https://www-cairn-info.proxy.scd.univ-tours.fr/introduction-aux-cultural-studies--9782707154262.htm>.

populaires. Les Cultural Studies naissent d'un refus du légitimisme, des hiérarchies académiques des objets nobles et ignobles. Elles se fixent sur la banalité apparente de la publicité, des émissions de distraction, des modes vestimentaires. L'étude du monde populaire lui-même porte infiniment moins sur les figures héroïques des dirigeants que sur la sociabilité quotidienne des groupes, le détail des décors, pratiques et coutumes. »<sup>73</sup>

À la tradition jacobine d'État centralisé française s'oppose directement les *Cultural Studies* anglo-saxonnes, comme le souligne très justement Olivier Moeschler<sup>74</sup> dans son article dédié en partie à l'intégration des *Cultural Studies* en France.

Plusieurs facteurs expliquent ce long rendez-vous manqué entre les *cultural studies* et la sociologie française. [...] Déjà, par son anti-universalisme : en France, on sent le « poids d'une culture et d'une doxa républicaines, jacobines, universalistes-abstraites », alors que les *cultural studies* postulent l'enracinement « local » de la culture, la pluralité de ses usages (Ibid.<sup>75</sup>). Autre problème, son anti-légitimisme : ce courant naît d'un « refus du légitimisme, des hiérarchies académiques des objets nobles et ignobles » (Ibid., p. 36), qui contredit la conception française de la culture.<sup>76</sup>

L'évocation des thèses de Bourdieu, et de la position de l'intelligentsia française face aux *Cultural Studies* démontrent que la perspective française en termes de culture est – ou a été – plus élitiste et restrictive. Marc Fumaroli, dans son essai consacré à *L'État Culturel*<sup>77</sup> français, finit de confirmer cette assertion.

Dans cet essai sur l'implication de l'État dans les affaires culturelles, Fumaroli démontre que le fait que la culture soit une affaire d'État ancre cette dernière, d'un point de vue définitoire et conceptuel, dans les pratiques culturelles. Le Français amalgamerait « milieu culturel » et « milieu intellectuel », tant il attacherait le premier aux beaux-arts, aux expressions artistiques. Les pratiques culturelles s'élargissent cependant, car les pratiques loisirs se sont

---

<sup>73</sup> Mattelart, Armand, et Neveu, Erik. *Introduction aux Cultural Studies*, « II. Les années Birmingham (1964-1980) : le printemps des Cultural Studies ». Repères, 2008, pages 27-47, consulté le 13 juillet 2019. Disponible en ligne à l'adresse suivante : <https://www-cairn-info.proxy.scd.univ-tours.fr/introduction-aux-cultural-studies--9782707154262.htm>.

<sup>74</sup> Moeschler, Olivier. « Allers-retours. Les usages des cultural studies par la sociologie ». *SociologieS*, 7 mars 2016.

<sup>75</sup> Mattelart, Armand, et Neveu, Erik. *Introduction aux Cultural Studies*, Paris, Éditions La Découverte, page 74

<sup>76</sup> Moeschler, Olivier. « Allers-retours. Les usages des cultural studies par la sociologie ». *SociologieS*, 7 mars 2016, consulté en ligne le 14 juillet 2019 <http://journals.openedition.org/sociologies/5323>.

<sup>77</sup> Fumaroli, Marc. *L'État culturel: une religion moderne*. Paris: Editions de Fallois, 1991.

vues revalorisées au cours des dernières décennies, une tendance au « tout culturel » que déplore Fumaroli.

Ce qui m'avait plus généralement saisi dans le mot, au fond nihiliste, de « culture », tel qu'il est employé désormais avec une fréquence torrentielle, et cela quel que soit son domaine d'application, c'est qu'il se comporte partout où il sévit avec l'avidité et la célérité d'enzymes gloutons, déglutissant et faisant disparaître les notions distinctes d'art (peinture, sculpture, architecture, musique, littérature), d'artisanat, de style, de beauté, d'éducation, de métier, de talent, dans une confusion « pseudonysiaque » ou tout, en fin de compte, fait ventre, et vendre.<sup>78</sup>

Fumaroli, tout en traitant de la question de la culture d'élite, dénonce l'intervention de l'État dans les affaires culturelles, et accuse le Gouvernement de se prétendre seul garant de la démocratisation culturelle, une ambition qui serait, qui plus est, loin de toucher la majorité des citoyens français.

Le texte mère proclamait le droit de tous aux « œuvres capitales », et le devoir de l'État de transformer ce droit en fait. [...] il n'est pas indispensable de l'exercer soit même, mais on est tenu d'admirer l'État de la faire en notre nom, avec un pourcentage infime de nos impôts. [...] On peut aussi s'interroger sur les vrais désirs de ce « plus grand nombre », qu'on nous représente comme assoiffé de cette même culture dont quelques privilégiés auraient le monopole. [...] Comment croire que tous, indistinctement, souhaitent communier dans le même culte élitiste des « œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France » [...] ?<sup>79</sup>

L'étude des politiques culturelles françaises montre un attachement à la *pratique culturelle*, une pratique des beaux-arts évoquée dans les ouvrages que nous avons cités, alors que la conception plus large de la culture, comprenant mœurs et traditions, est moins visible.

Cependant, si les consciences collectives françaises associent la culture à son sens élitiste, celui de la culture légitime, il serait mal fondé, approximatif, de réduire l'histoire de cette notion à ce paramètre seulement, en omettant de mentionner e.g. l'importance de l'Éducation

---

<sup>78</sup> Fumaroli, Marc. « « Culture » contre Éducation ? » *Le Debat* n° 135, n° 3 (2005): 80-88. Disponible en ligne à l'adresse suivante <https://www-cairn-info.proxy.scd.univ-tours.fr/revue-le-debat-2005-3-page-80.htm> consulté le 01 juillet 2019.

<sup>79</sup> Fumaroli, Marc. *L'État culturel: une religion moderne*. Paris: Editions de Fallois, 1991, pages 52-53.



Populaire en France, dont l'acmé est estimée à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, mais dont on retrouve les traces un siècle en arrière, dès les Lumières, qui amorcèrent une vague de lutte contre l'obscurantisme. En France s'est diffusée la volonté d'éducation pour tous, vérifiable en l'occurrence dans le rapport de Condorcet présenté en avril 1792 à l'Assemblée Législative, baptisé *Rapport et Projet de Décret relatifs à l'organisation générale de l'instruction publique*. Égalité et droits à l'instruction sont les pierres angulaires du rapport, en témoignent ces quelques lignes :

Diriger l'enseignement de manière que la perfection des arts augmente les jouissances de la généralité des citoyens et l'aisance de ceux qui les cultivent ; qu'un plus grand nombre d'hommes deviennent capables de bien remplir les fonctions nécessaires à la société, et que les progrès toujours croissants des lumières ouvrent une source inépuisable de secours dans nos besoins, de remèdes dans nos maux, de moyens de bonheur individuel et de prospérité commune ; cultiver enfin, dans chaque génération, les facultés physiques, intellectuelles et morales, et, par-là, contribuer à ce perfectionnement général et graduel de l'espèce humaine, dernier but vers lequel toute institution sociale doit être dirigée : tel doit être l'objet de l'instruction ; et c'est pour la puissance publique un devoir imposé par l'intérêt commun de la société, par celui de l'humanité entière.<sup>80</sup>

Geneviève Poujol nous rappelle dans son article sur l'Éducation Populaire l'importance des écrits de Michel de Certau, qui décrivait ce mouvement comme réaction à la « mise à mort de la culture populaire dans les années 1850-1890. »<sup>81</sup> L'Éducation Populaire fut pratiquée et soutenue par différents courants en France. L'on connaît bien le mouvement ouvrier et l'on confond d'ailleurs parfois – à tort – éducation populaire et éducation ouvrière. La classe ouvrière cherchait certes à préserver valeurs morales et culture, mais surtout celles attachées à leur propre classe. Le courant chrétien fut particulièrement actif dans son combat pour l'éducation, dès 1860, et donnera naissance à différents mouvements dont la Jeunesse Étudiante Chrétienne (JEC) ou encore la Jeunesse Agricole Chrétienne (JAC). Le mouvement chrétien disposait d'une orientation catholique, mais aussi un versant protestant, plus proche des théories laïques à propos de la question de l'éducation. Le courant laïc, justement, estimait que l'obscurantisme était perpétué par l'Église. On peut en retenir la création en 1866 de la

---

<sup>80</sup> Condorcet, Nicolas (de). « Rapport et projet de décret sur l'organisation générale de l'Instruction publique ». *Enfance* 42, n° 4 (1989): 7-32. Disponible à l'adresse suivante <https://doi.org/10.3406/enfan.1989.1898>, consulté le 10 juillet 2019.

<sup>81</sup> Poujol, Geneviève. « Éducation populaire : une histoire française ». *Hermès, La Revue* n° 42, n° 2 (2005): 126-30.

Ligue de l'enseignement, puis l'école républicaine de Jules Ferry en 1881. L'Éducation Populaire se développait ensuite par le biais du Front Populaire en 1936, sous la forte influence de Léo Lagrange. Marc Fumaroli cite à ce sujet les écrits de l'ethnologue et homme politique Jacques Soustelle, écrits datant de juin 1936 :

Ouvrons les portes de la culture. Brisons les murailles qui entourent comme un beau parc interdit aux pauvres gens une culture réservée à une élite de privilégiés.<sup>82</sup>

Nous retiendrons aussi la création en 1943 de Peuple et Culture, dont le manifeste publié en 1945 rappelle l'importance du développement culturel populaire.

La culture populaire ne saurait être qu'une culture commune à tout un peuple. Elle n'est pas à distribuer. Il faut la vivre ensemble pour la créer.<sup>83</sup>

Les années 1960, nous y reviendrons, marquent un nouveau tournant avec la création dès 1959 du Ministère de la Culture. La Culture est alors associée à la création, aux pratiques culturelles. L'Éducation Culturelle devient peu à peu « Animation Socio-Culturelle »<sup>84</sup>, puis en 1999, le conseil Culture-Éducation est instauré, et ouvre la voie à de nouvelles chartes dont les objectifs sont la multiplication d'actions pédagogiques, sociales et culturelles, et reconnaissent le rôle de l'éducation populaire dans la diffusion de la culture. Est encore active aujourd'hui la Direction de la Jeunesse, de l'Éducation Populaire et de la Vie Associative, la DJEPVA. Ces quelques précisions nous permettent donc de nuancer notre propos quant à la légitimation de la culture en France, qui s'est peu à peu atténuée pour tendre vers ces actions populaires. La notion élitiste de l'art pour l'art s'est dissipée dès la fin des années soixante avec la campagne de démocratisation culturelle, et sont apparues d'autres formes d'art, comme les graffitis, les musiques contemporaines... puisque culture et patrimoine artistique sont liés, un nouvel héritage culturel s'est formé de fait aux cours des décennies.

Si la vision élitiste de ce qu'est la culture en France s'est largement déplacée vers une conception plus large, celles des *pratiques culturelles*, nombre d'énarques lui attribuent un sens noble, à l'instar de Jérôme Clément, que nous avons eu le privilège d'interviewer, et qui

---

<sup>82</sup> Fumaroli, Marc. *L'État culturel: une religion moderne*. Paris: Editions de Fallois, 1991, page 82

<sup>83</sup> Manifeste disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.peuple-et-culture.org/spip.php?article48> consulté le 12 juillet 2019.

<sup>84</sup> Idem.

s'est ainsi positionné en grand défenseur de la culture française – ce qui bien sûr ne l'a pas empêché de mener à bien le projet de télévision culturelle franco-allemande, et d'en rester le directeur pendant plus de vingt ans. Auteurs de nombreux ouvrages, il y assume sa position. Son *Urgence Culturelle*<sup>85</sup> est de ce point de vue un écrit révélateur de sa pensée, mais gardons en tête que l'écriture de cet essai fut une réaction à ce que Jérôme Clément considère comme l'appauvrissement, la décadence de la politique culturelle française, et qu'il y traite les enjeux de la francophonie. Il est donc tout à fait normal que ces propos aient une saveur plus ethnocentrée, et ne révèlent en rien un désintérêt pour une culture européenne, voire mondiale, bien au contraire. Il nous semble tout de même pertinent de relever quelques formules de l'auteur, ces dernières dénotant un attachement tout particulier à la culture des beaux-arts, à la culture du beau, lui pour qui « l'épanouissement personnel passe par la découverte de la beauté. »<sup>86</sup> Véritablement engagé dans la sauvegarde du patrimoine culturel français, Jérôme Clément le fait savoir, et cela sans la moindre ambiguïté.

Paris et la France symbolisent aux yeux du monde cet esprit de Lumières, une ville d'intellectuels et d'artistes, un pays de beauté, un mélange créatif et joyeux pour certains, si menaçant pour d'autres. La France est une nation de culture. C'est notre histoire. C'est ainsi qu'elle est perçue par le monde entier. Il ne faut pas seulement le constater. Il faut en être fier et le revendiquer.<sup>87</sup>

Jérôme Clément regrette en outre une baisse considérable du niveau de culture générale de l'élite, pour qui la question culturelle ne peut donc pas être traitée véritablement et dans son entièreté. L'une des raisons de son réquisitoire est la dérive constante de tout ce qui touche au culturel vers l'économique, et il suit ainsi les traces de Bourdieu, en conjuguant culture et lien social.

Ce que la culture apporte à l'individu et à la collectivité n'a pas de prix et ne se quantifie pas. [...] La culture est une composante essentielle du lien social, elle est au cœur d'un projet collectif de société. Mais il n'y en a plus aujourd'hui, et la culture ne trouve plus sa place.<sup>88</sup>

---

<sup>85</sup> Clément, Jérôme. *L'urgence culturelle*. Paris: Bernard Grasset, 2016.

<sup>86</sup> Ibid. page 11.

<sup>87</sup> Ibid. page 12.

<sup>88</sup> Ibid. page 96.

Il se rapproche même des théories de l'École de Francfort, sur lesquelles nous reviendrons, en affirmant que « la culture est un art avant d'être une industrie. »<sup>89</sup> Forte de son lien social, la culture doit – quelle qu'en soit la définition personnelle qu'en fait Jérôme Clément – être accessible aux publics. Il attache une importance toute particulière à l'accès à la culture. La culture est un service public, et c'est une des raisons pour lesquelles il a consacré l'ensemble de sa vie professionnelle à la culture.

J'ai créé une entreprise culturelle pour accomplir une œuvre d'intérêt général.<sup>90</sup>

Comment ARTE, dirigée donc par un grand défenseur de la culture française, se situe-t-elle dans cet environnement a priori culturellement franco-allemand ? En quoi est-elle représentative d'une volonté franco-allemande ? France et Allemagne ne partagent pas les mêmes codes en termes de culture, alors comment ARTE s'est-elle constituée, quelle(s) problématique(s) a-t-elle du contourner ? Lors de notre entretien, Jérôme Clément nous confiait que le support télévisuel résolvait finalement (en partie) la problématique :

Nous n'allions pas nous lancer, même si nous en avons discuté, dans une discussion de fond sur ce qu'est la culture. Nous savions que les mots ne correspondent pas au même concept, qu'ils ne sont pas porteurs de la même signification. La seule façon de résoudre le problème, c'était d'être pragmatiques : nous faisons de la télévision, dans différents genres, le documentaire, la fiction, le cinéma. Quel type de films allons nous retenir, et comment définir la ligne éditoriale de chacune des cases ? Nous ne nous demandions pas à chaque fois est-ce de la culture ou non ? Cela venait dans la conversation, bien sûr, mais nous avons résolu le problème de façon pragmatique et non pas théorique.<sup>91</sup>

### *Quelles différences avec l'Allemagne ?*

Afin de cerner les principales différences d'acception de la *culture* en France et de la *Kultur* en Allemagne, nous avons dans un premier temps centré notre recherche aux dictionnaires de langue française et allemande. Alors que sur sa version web, le *Larousse* présente la culture comme l'ensemble des connaissances acquises par un individu, comme « enrichissement de l'esprit par des exercices intellectuels »<sup>92</sup>, sa version éditée en 2015 mentionne le caractère

---

<sup>89</sup> Ibid. page 130.

<sup>90</sup> Ibid. page 169.

<sup>91</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

<sup>92</sup> <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/culture/21072>.

sociologique et civilisationnel du terme, la culture comme « ensemble des coutumes, des manifestations religieuses, artistiques, intellectuelles qui caractérisent un groupe, une société ; civilisation [...] », la *Kultur* est quant à elle définie dans le *Brockhaus* comme « Gesamtheit der geistigen, sozialen und künstlerischen Ausdrucksformen und Leistungen einer menschlichen Gemeinschaft (Sprache, Ethik, Religion, Erziehung, Wissenschaft, Politik, Gesellschaft, Technik, Wirtschaft, Kunst, usw.)<sup>93</sup> », une définition elle aussi civilisationnelle. La définition de la *Bildung* allemande nous semble tout à fait pertinente à mentionner, puisqu'elle rappelle celle de la culture française, une culture associée aux acquis intellectuels :

Geistige und innere Formung, Vervollkommnung, geistiges und inneres Geformtsein des Menschen, vielseitiges Kenntnisse, verbunden mit Geschmack, Urteil, Sinn für Wert.<sup>94</sup>

La culture se présente aussi comme un système de communication, un système de diffusion et de distribution de l'ensemble des acquis et des conduites d'un groupe donné. Camilleri et Cohen-Emerique insistent en outre sur le caractère non héréditaire de la culture.

La culture est l'ensemble plus ou moins fortement lié des significations acquises les plus persistantes et les plus partagées que les membres d'un groupe, de par leur affiliation à ce groupe, sont amenés à distribuer de façon prévalente sur les stimuli provenant de leur environnement et d'eux-mêmes, induisant vis-à-vis de ces stimuli des attitudes, des représentations et comportements communs valorisés, dont ils tendent à assurer la reproduction par des voies non génétiques.<sup>95</sup>

Un caractère non héréditaire génétiquement, mais héréditaire socialement, dans le sens où chaque génération transmet cette culture. La culture ne pouvant être transmise de manière naturelle, Camilléri s'appuie sur le terme d' « artificiel ». La culture détermine les représentations et les conduites, elle permet d'installer de manière pérenne une vie en groupe.

L'ordre culturel est 'artificiel' au sens propre du terme, c'est-à-dire qu'il est fait par l'art de l'homme. Il est distinct de l'ordre naturel.<sup>96</sup>

Cette définition « large » de la culture – de l'allemand *erweiterter Kulturbegriff* – conduit à repenser les phénomènes culturels, en incluant des facteurs très concrets, jusqu'alors

---

<sup>93</sup> « Ensemble des expressions et accomplissements spirituels, sociaux et artistiques d'une communauté humaine (langue, éthique, religion, éducation, sciences, politique, sociétés, technique, économie, art, etc). »

<sup>94</sup> « Formation intellectuelle et spirituelle, perfection, formation intellectuelle et spirituelle de l'Homme, connaissances plurielles, combinées avec goût, jugement, sens des valeurs. »

<sup>95</sup> Camilleri C. & Cohen-Emerique M., *Chocs de cultures*, 1989, p.27.

<sup>96</sup> Camilleri. « Culture et sociétés : caractères et fonctions ». *Revue de l'Association des amis de Sèvres* (n°4), décembre 1982, p.16.

déconsidérés au sein du champ culturel, notamment par la partie française, très attachée nous l'avons démontré, à une définition plus élitiste de ce qui est culturel et ce qui ne l'est pas. La culture ainsi définie est finalement omniprésente dans l'ensemble des versants du quotidien, elle inclut des éléments traditionnels visibles, tels que les arts, mais aussi les arts culinaires, la mode, les musiques contemporaines, et imperceptibles, à l'instar des valeurs et des comportements.

L'UNESCO est, d'une certaine manière, à l'origine de cette acceptation plus large de la culture, désormais reconnue tant en France qu'en Allemagne :

Neben den klassisch-humanistischen Kulturbegriff trat der sogenannte « erweiterte Kulturbegriff », der mit Elementen der Kulturanthropologie, Ethnologie und Soziologie angereichert wurde. Kultur umfasste so nicht mehr nur Produkte der Schönen Künste, sondern auch Verhaltensweisen wie Aneignung von Wissen, Lebensstil, Bedürfnis nach Mitteilung, Möglichkeit des Verhaltens gegenüber sich und seiner Umwelt sowie den demokratischen Zugang zur Kultur (UNESCO 1973).<sup>97</sup>

Cette acceptation plus large de la culture avait pour objectif précis de favoriser le respect des cultures voisines, ainsi que d'une ouverture sur l'*Autre*. La déclaration de l'UNESCO de Mexico sur les politiques culturelles tenue en 1982 réaffirma cette large acceptation de la culture.

[...] dans son sens le plus large, la culture peut aujourd'hui être considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances.<sup>98</sup>

Mais la définition culturelle se fonde sur une disharmonie de perception entre la France et l'Allemagne. La culture résulte des valeurs et représentations partagées à grande

---

<sup>97</sup> « Aux côtés du concept classique humaniste de la culture est apparu ce que l'on a appelé 'concept élargi de la culture', enrichi par des éléments anthropologiques, ethnologiques, et sociologiques. La culture ne comprenait alors plus seulement les produits des beaux-arts, mais aussi les comportements tels que l'acquisition de savoirs, les modes de vie, le besoin d'information, les possibles réactions internes et vers l'environnement, ainsi qu'un accès démocratique à la culture. », cité depuis Haupt Ulrike, *Interkulturalität, Mögliche Ursachen und Konsequenzen am Beispiel des Deutsch-Französischen Interaktionsprozesses im Management*, Diplomarbeit an der Universität Mannheim, Diplomica Verlag GmbH, 1996, p.14.

<sup>98</sup> UNESCO, Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles, Conférence Mondiale sur les politiques culturelles, Mexico City, 26 juillet – 6 août 1982, disponible à l'adresse suivante <http://www.culture.gouv.fr/Media/Thematiques/Egalite-et-diversite/College-de-la-Diversite/Declaration-de-Mexico> consulté le 18/02/2018.

échelle – sans oublier pour autant la dimension individuelle ou la sphère familiale, qui transmettent elles aussi une part de culture – et l’Allemagne – comme la France – a fondé sa culture en réaction à son histoire politique et territoriale, cette dernière étant particulièrement riche en événements traumatisants comme fédérateurs, et donc propices à la constitution d’une culture plurielle. L’Allemagne dispose d’une grande richesse culturelle, qui se définit par sa pluralité : une pluralité que l’on retrouve à l’échelle des arts, dans les multiples courants artistiques, philosophiques, idéologiques ou religieux qui ont vu le jour au sein du territoire germanique. Les grands bouleversements qu’a vécus l’Allemagne ont largement participé aux grandes mutations socio-culturelles.

Les territoires germaniques étant morcelés, la bourgeoisie intellectuelle a cherché à s’unifier par la culture et la langue. Le concept de *Kultur* se rapproche donc – et doit d’ailleurs être traduit ainsi en français – d’une approche civilisationnelle. À la bourgeoisie allemande s’opposait la noblesse allemande, une noblesse plus attachée à la conception française de la culture, et donc intimement liées aux Lumières.<sup>99</sup> Le terme *Kultur* en Allemagne dispose d’une grande portée nationale, la *Kultur* savante, qui représenterait le génie du peuple germanique. À cette *Kultur* s’opposerait la civilisation française, celle des Lumières. Aujourd’hui en France, la culture est porteuse d’un sens sociologique, ethnologique, et englobe les mentalités et les mœurs, les coutumes et les rites. Les élans de démocratie culturelle en France, que nous avons déjà rapidement évoqués, ont eu pour conséquence la désignation de nombreux phénomènes sociaux sous ce vocable : l’on parle désormais aisément de culture d’entreprise, de culture cinématographique, de culture musicale, ces dernières désignant finalement de manière plus large les connaissances acquises dans ces domaines ; une notion de connaissance, de savoir, d’éducation que l’on pourrait assimiler à l’allemand *Bildung*.

---

<sup>99</sup> « Dans les territoires germaniques, éclatés jusqu’à la fin du XIXe siècle, la bourgeoisie intellectuelle veut créer l’unité de la nation en se fondant sur la culture et la langue partagée, à l’opposé de la France universaliste, dont le concept de culture se rapproche de celui de civilisation. La noblesse allemande, à laquelle s’oppose cette bourgeoisie, se réfère précisément à la France dont elle parle la langue. La Kultur devient donc particulariste et la culture universaliste » [...] « La France de l’Ancien Régime a défini la culture par rapport à sa révolution, l’Allemagne par rapport à son unité nationale » Roth, Catherine & Carsten, Wilhelm. « Médias culturels et Interculturalité : regards croisés France-Allemagne ». Revue française des sciences de l’information et de la communication, n° 9 (1 septembre 2016), disponible l’adresse suivante <https://doi.org/10.4000/rfsic.2451>. Consulté le 18/02/2018.

Paradigme culturel et transferts culturels se co-déterminent étroitement, l'un permettant l'observation des autres. Comme le démontrent Espagne, Werner et Morin<sup>100</sup>, théoriciens des transferts culturels, toute culture s'affirme dans sa relation avec une autre.<sup>101</sup> L'on observe souvent les paradigmes culturels par le biais des transferts culturels, ce qui induit la notion d'influence d'une culture sur l'autre ; et une forme de *mémoire culturelle* allemande est bien présente en France. Si la culture nationale se définit par rapport aux grands mouvements sociaux de cette même nation, alors les transferts culturels dépassent la simple transmission des grands canons littéraires, philosophiques ou scientifiques. Ainsi, en guise d'exemple, il est utile de rappeler que l'introduction de la philosophie allemande en France au XIXe siècle a directement influencé l'histoire culturelle française. Si la culture élargit les savoirs, elle comporte des fonctions plus profondes, internes, et influence directement le système de la culture d'accueil dans laquelle elle s'ancre. La réception d'un bien culturel dans l'une ou l'autre sphère nationale varie de manière significative. Chaque culture se constitue différemment, et la comparaison des mouvements culturels entre la France universaliste avec ceux d'une Allemagne morcelée illustre parfaitement nos propos.

La question des contacts et de l'influence d'une culture sur l'autre est passionnante, mais cette démarche comparative exige à veiller à ce qu'aucune culture ne soit pas perçue comme dominante sur l'autre. Et pourtant, la culture française a adopté cette position dominante aux XVIIIe et XIX siècles, ceci expliquant que la bourgeoisie allemande ait imité les cercles de la noblesse française, et attribua de fait à la culture une notion de « culture cultivée ».<sup>102</sup> Il existe entre culture et rayonnement à l'international une inévitable corrélation. La France rayonnait sur l'Europe et en avait conscience. La Révolution Française, puis la Philosophie des Lumières n'ont fait que renforcer cette posture.

---

<sup>100</sup> Espagne, Michel, et Werner, Michael. *Transferts, les relations interculturelles dans l'espace franco-allemand: XVIIIe et XIXe siècle*. Travaux et mémoires de la Mission historique française en Allemagne, Göttingen. Paris: Éd. Recherche sur les civilisations, 1988.

Espagne, Michel. *Les transferts culturels franco-allemands*. Paris: Presses universitaires de France, 1999.

Morin, Edgar. *Sociologie*. Paris: Fayard, 1984.

<sup>101</sup> « la culture serait un circuit métabolique qui, en joignant l'infrastructure au superstructurel, assure les échanges entre individus et fait communiquer les expériences existentielles et les savoirs constitués » dans Morin, Edgar. *Sociologie*, Paris, Fayard, 1984, p.341 et suivantes, Espagne, Michel & Werner, Michael. « La construction d'une référence culturelle allemande en France : genèse et histoire (1750-1914) » *Annales* 42, n° 4 (1987): 969-92, p. 970. <https://doi.org/10.3406/ahess.1987.283428>.

<sup>102</sup> « On se rappellera qu'en Allemagne, au XIXe siècle, la notion de culture fut valorisée comme culture cultivée – sciences, arts et lettres – par une bourgeoisie nationale qui se l'attribuait. Elle laissait alors, aux membres de sa noblesse, une civilisation se résumant aux seules belles manières, imitées par la noblesse française », Demorgon, Jacques. « L'interculturel entre réception et invention. Contextes, médias, concepts ». *Questions de communication*, no 4 (1 décembre 2003): 43-70. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.4538>, page 56, consulté le 18/02/2018.



La culture française des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles passe généralement pour avoir été peu ouverte sur le monde extérieur. Historiquement, cet égocentrisme est fondé sur une position dominante à l'intérieur de l'Europe. Forte de son rayonnement auprès des élites européennes, la culture nationale se suffisait pour ainsi dire à elle-même. La Révolution a repris en la politisant cette attitude qui, il faut le souligner, est largement antérieure à l'éveil des nationalismes et se confond pour une large part avec l'universalisme des Lumières.<sup>103</sup>

La notion de culture contient une dynamique collective, bien que les phénomènes individuels soient eux-aussi prépondérants. La France et l'Allemagne ont toujours été en contact, des contacts historiques, politiques, intellectuels qui ont fait se construire un nouveau paradigme culturel. D'un point de vue historico-politique, notons que le mouvement révolutionnaire en France s'opposait à la Réforme allemande, une critique de la Réforme qui a mené les Allemands à un mouvement de réflexion plus profond sur les textes. Le protestantisme, né en Allemagne, est ainsi fondé sur la triade luthérienne *sola scriptura, sola fide, sola gracia*. La *grâce seule (sola gracia)* se situe en opposition avec la pensée catholique selon laquelle le Salut de l'Homme dépend de ses bonnes œuvres, et indique que le Salut dépend uniquement de la Grâce Divine. Le *Sola Fide* (la foi seule) y est donc intimement lié, la foi rend l'Homme juste et le conduira à Dieu. L'Écriture seule (*Sola scriptura*) désigne la Bible (*die Heilige Schrift*) comme unique autorité. Alors que le catholicisme place l'Église et ses représentants comme figures et autorités en mesure d'interpréter les Écrits, Luther propose dans sa réforme de faire de la Bible l'autorité suprême. Ce qui ne figure pas dans la Bible est rejeté, le texte est primordial, et les protestants allemands ont ainsi développé une analyse critique des textes divins. L'*Heilige Schrift* est fondamental chez les protestants allemands, ce qui n'est pas le cas en France où le catholicisme domine. À la critique textuelle allemande s'oppose la culture esthétique française, fondée sur la rhétorique. Ainsi, « alors qu'en France l'étude des auteurs est dictée par le souci de cultiver une forme rhétorique, l'Allemagne au contraire critique les textes et tente de fonder sur cette critique un système spéculatif ».<sup>104</sup> Le flux d'enseignants et philosophes allemands venant exercer en France au début du XIX<sup>e</sup> a permis de soulever ce type de dissensions. Intellectuels et universitaires ont largement participé aux transferts culturels, et des différences de méthodologies ont été relevées par Werner et Espagne :

---

<sup>103</sup> Espagne M. & Werner M. « La construction d'une référence culturelle allemande en France » 1987, p.971.

<sup>104</sup> Ibid., p. 972.

[...] au paradigme français fondé sur la répétition, l'imitation, la paraphrase d'un modèle immuable, répondrait le paradigme allemand.<sup>105</sup>

Nous pouvons en outre nous fonder sur quelques-unes des réflexions de Reinhart Koselleck, qui établit brillamment le portrait de ces paradigmes culturels. Des paradigmes qui se sont constitués au cœur même de l'histoire des nations, et qui constituent l'ensemble des origines identitaires, ces dernières étant profondément ancrées dans les grands tournants historiques, en témoignent les analystes du siècle des Lumières et de la Révolution.

À la critique plus spécifiquement allemande s'oppose la crise politique française.<sup>106</sup>

Nietzsche quant à lui ne manquait pas de souligner le rapport particulier de l'Allemagne avec le « bon-goût », et toute la complexité du « beau » dans la culture et dans « l'âme » allemandes.

Quelle indifférence rustique à l'égard du « bon goût » ! Quel voisinage du plus noble et du plus vil ! Quel désordre et quelle richesse dans toute l'économie de cette âme.<sup>107</sup>

Alors qu'Espagne et Werner évoquent cette position dominante de la France vis-à-vis de l'Allemagne, une « surdétermination permanente, chaque paradigme récupérant des éléments du paradigme voisin en les intégrant à son propre système »<sup>108</sup>, n'oublions pas que la France cherchait tout de même à intégrer dans sa propre culture les grandes œuvres des nations voisines, en particulier l'Allemagne. Une « mode allemande » naquit lors de la crise politique française, et ce malgré la dissension culturelle que nous avons évoquée, la référence à l'Allemagne en littérature française cautionnait une forme d'intellectualisme, à l'instar des écrits de Mme de Staël<sup>109</sup>, ou encore la forte prégnance de la philosophie Kantienne. En France, la référence à l'Allemagne redore le prestige intellectuel, et ce non seulement dans le champ littéraire et philosophique sur lequel nous nous attardons ici, mais tout autant les sciences ou encore l'économie.

---

<sup>105</sup> Ibid., p.974.

<sup>106</sup> Ibid. p.975.

<sup>107</sup> Nietzsche, Friedrich, Giorgio Colli & Cornélius Heim. *Par-delà bien et mal: prélude d'une philosophie de l'avenir*. Paris: Gallimard, 1971, p.162.

<sup>108</sup> Espagne & Werner, « La construction d'une référence culturelle allemande en France » 1987, p.975.

<sup>109</sup> Staël, Anne-Louise-Germaine, et Balayé, Simone. *De l'Allemagne*. Paris: GF Flammarion, 1993. Staël, et Simone Balayé. *De l'Allemagne*. Tome 2. Paris: Garnier-Flammarion, 2001.

Prise au sens plus étroit et plus traditionnel, la Révolution française a ouvert la culture nationale à l'intrusion de la philosophie allemande.<sup>110</sup>

Les transferts culturels sont donc largement influencés par les conjonctures politiques, et en fonction des enjeux politiques et sociaux qui en découlent, la culture de l'*Autre* se voit assimilée, réappropriée, parfois rejetée. Pour ne citer qu'un exemple parmi tant d'autres, la musique acte aussi cet élan de réappropriation des biens culturels allemands, ainsi, le peuple français se voit attribuer avec fierté le french-cancan, pourtant originaire des partitions de Jacques Offenbach, compositeur...allemand.

Les cultures sont plurielles, et sont régies par leur propre système – tout système culturel interagit avec son système politique – ainsi que par des éléments externes à ce système. Le fait de s'appuyer sur les études des transferts culturels permet de démontrer que le système de toute culture d'accueil peut être bouleversé par l'arrivée de nouveaux paradigmes. Ainsi, Espagne et Werner, via l'étude des flux d'ouvrages et d'enseignants, ont pu constater de nombreuses divergences entre les méthodologies d'apprentissage et d'assimilation des cultures françaises et allemandes, des méthodes elles-mêmes fondées sur un antagonisme culturel issu de l'histoire politique de chacune des deux nations.

La culture est un véritable système, à l'origine de l'organisation des sociétés, elle s'est installée progressivement au cours de l'histoire des sociétés<sup>111</sup>, et est en mesure d'orienter l'Homme ; elle « influence tous les secteurs des activités humaines. »<sup>112</sup> Ces secteurs d'activité auxquels fait référence Jacques Demorgon sont, selon lui, les quatre grands constituants et usages sociétaux : la religion, la politique, l'économie et l'information. Il existe des liens et des mouvements culturels internes à chaque secteur, et toute forme sociétale, associée aux secteurs d'activités qui s'y expriment, se transforme en *courants culturels*, et contribue à un ensemble de modifications culturelles, linguistiques, sociales,

---

<sup>110</sup> Espagne & Werner, idem, p.977.

<sup>111</sup> Jacques Demorgon propose de désigner quatre grande formes sociétales « communautaire-tribale, royale-impériale, nationale-marchande, informationnelle-mondiale » voir Demorgon, Jacques, et Hess, Rémi. *Critique de l'interculturel: l'horizon de la sociologie*. Anthropologie. Paris: Économica Anthropos, 2005, p.5.

À ce sujet, voir encore Merckens, Hans, et Demorgon, Jacques. « Les Cultures d'entreprise et Le Management Interculturel. », s. d., 153.

<https://www.ofaj.org/media/n-16-les-cultures-d-entreprise-et-le-management-interculturel.pdf>.

« Au début de l'ère chrétienne, à travers toutes sortes d'expressions concrètes variables, on peut dire, de façon synthétique, que deux *grands courants culturels historiques* sont à l'œuvre en Europe d'abord plus juxtaposés et affrontés qu'enchevêtrés. Par exemple, pour se limiter ici à deux pays, en Allemagne, particulièrement au nord et à l'est, des *cultures communautaires* se protègent victorieusement des *cultures impériales, romaines puis catholiques* qui l'emportent largement en France. Il en résulte une orientation qui fluctuera mais se maintiendra plutôt vers la *diversité sociétale* en Allemagne et vers l'*unité sociétale* en France. » page 89.

<sup>112</sup> Demorgon, J. *Complexité des cultures et de l'interculturel: contre les pensées uniques*, 2015, p.5.

offrant à chaque société sa singularité. La nouvelle forme de société dans laquelle nous évoluons à présent, « informationnelle-mondiale », soulève de nouvelles interrogations sur le concept culturel, puisque les nouveaux supports, les nouvelles techniques, participeraient à une forme d'homogénéisation des cultures et des sociétés. Un nouveau rapport à l'information et une accélération des flux culturels et informationnels dont ARTE sait profiter nous le démontrerons. Demorgon appelle « items » l'ensemble des éléments culturels susceptibles d'être isolés, comprenant les habitudes vestimentaires, alimentaires. La diffusion de ces items est à l'origine de l'expansion de telle ou telle culture, de sa diffusion hors de ses frontières nationales, régionales, voire même familiales.

En guise de conclusion, cette définition de la culture énoncée par Jean-Paul Piriou nous paraît tout à fait adaptée, d'autant plus par l'évocation du développement d'outils techniques, et donc de fait facilement applicable au support télévisuel et numérique.

Ensemble des faits de civilisation (art, connaissances, coutumes, croyances, lois, morale, techniques, etc.) par lesquels un groupe (société, communauté, groupe social particulier) pense, agit et ressent ses rapports avec la nature, les hommes et l'absolu ; système de hiérarchisation des valeurs ; ne se manifeste pas seulement dans les formes d'expression culturelles mais aussi à travers la religion, les structures politiques, l'organisation familiale, l'éducation, voire le développement matériel et technique.<sup>113</sup>

#### **a) ARTE : Culture ou *Kultur* ?**

Il est indispensable de revenir sur les concepts de *culture* et de *Kultur*, qui, nous allons le constater, présentent dissimilitudes et contrastes. Ces notions théoriques nous sont fondamentales dans l'étude de la programmation de la chaîne et de sa conception, puisqu'ARTE se distingue en ce qu'elle est la fusion, la combinaison, l'assemblage des cultures et esthétiques françaises et allemandes. Plus qu'une simple association, qu'une combinaison des deux concepts de *culture* et de *Kultur*, c'est bien un ensemble de réflexions sur la valeur, la teneur culturelle des contenus à mettre à l'écran qui a joué un rôle décisif pour les programmeurs et chefs d'unité et de rédaction de la chaîne.

---

<sup>113</sup> Clerc, Denis & Piriou, Jean-Paul. *Lexique de sciences économiques et sociales*. La Découverte, « Repères », 2011, disponible à l'adresse suivante <https://www-cairn-info.proxy.scd.univ-tours.fr/lexique-de-sciences-economiques-et-sociales--9782707158901.htm> consulté le 21 mai 2019, p.50.

Den Franzosen bedeutet *civilisation* ungefähr das gleiche wie den deutschen Kultur, *culture* ist dagegen so viel wie Bildung des Geistes und des Geschmacks.<sup>114</sup>

La culture de chacun des deux pays s'est donc façonnée selon leurs conjonctures externes et internes respectives, et l'« égocentrisme » à la française que mentionnent Werner et Espagne donne lieu à une définition individualiste de la culture, englobant des notions d'éducation, de culture générale, que les Allemands apparentent plutôt au terme *Bildung*, la *Kultur* faisant quant à elle référence à un caractère collectif, une culture de groupe, celle du peuple, prenant en compte des références certes artistiques, mais aussi patrimoniales et ethniques, ce que le Français traduirait par *civilisation*. Le concernant, la *civilisation* désigne effectivement l'inverse de la *barbarie*, et se traduit donc concrètement par le fait de dépasser l'ordre naturel par l'art, l'art de vivre en société, l'art au sens d'artificiel – contre la nature.

La civilisation française présente un ensemble de règles, de coutumes et d'usages dont l'objet est de maintenir le niveau général au-dessus de la nature brute. En réalité, le Français se reconnaît tout de suite, quand il a été élevé conformément à cet idéal, à la politesse de ses manières, à la correction de son langage, à la noblesse de son esprit et de son cœur, où une forte culture gréco-latine s'allie à un sens chrétien de la nature et de la vie.<sup>115</sup>

C'est donc bien le terme de *civilisation*, qui, selon Gaultier, englobe les notions de coutumes, d'usages et de tradition, d'*Alltagskultur*. Mais le Français a développé dans l'idée de civilisation un rapport de dominance, une culture nationale qui se préoccupe peu des différences entre peuples, qui donne toute son importance aux règles de bienséances, des règles qui, *in fine*, définissent l'honnête homme bourgeois. Côté allemand, la culture interroge les autres nations, s'interroge sur les autres nations, une culture que l'on pourrait qualifier « d'altruiste », un regard sur l'*Autre* résultant du morcèlement de l'État Allemand, qui n'a accédé que tardivement à une forme d'unité politique, et de fait, d'unité culturelle. La *Kultur* apparaît dans un antagonisme social en Allemagne, une opposition entre la bourgeoisie et l'aristocratie. Alors que la noblesse allemande imite le modèle de civilisation française, la bourgeoisie, affaiblie par la Guerre de Trente ans, cherche à s'en distancier, pour défendre sa propre culture, s'opposant même à la civilisation française. Finalement, la bourgeoisie

---

<sup>114</sup> « la *civilisation* des Français correspond en tous points à la *Kultur* allemande, la *culture* est en revanche synonyme d'éducation de l'esprit et du goût » dans De Man, Hendrik. *Vermassung und Kulturverfall. Eine Diagnose unserer Zeit*, München, 1952, p.10.

<sup>115</sup> Gaultier, Paul. *L'Ame Française*, Paris, Flammarion, 1936, p.310.

allemande incarne « d'une manière bien plus pure et plus spécifique la classe moyenne que leurs homologues français. »<sup>116</sup>

‘Culture‘ ist in Frankreich als etwas Hochgeistiges angesehen, als humanistisches Bildungsideal, aber nicht als Alltagskultur.<sup>117</sup>

En langue française, le mot *culture* désigne dans l’imaginaire collectif l’ensemble des connaissances d’un individu, des connaissances relatives à l’éducation de l’esprit, au « bon goût ». Cette notion de culture individuelle française esquisse un réel contraste avec une notion plus collective, et ce même si les deux concepts se confondent parfois, puisque la culture individuelle dépend de la connaissance d’une culture collective. Le concept de *culture* est porteur d’une signification plus étroite, considéré même comme élitiste pour la partie allemande et sa vision bien plus large de sa *Kultur*.

Dem engen, eher elitären, klassisch-humanistischen Kulturbegriff der Franzosen mit einem begrenzten Themenspektrum steht der weite Kulturbegriff der Deutschen gegenüber.<sup>118</sup>

La *culture* en France est plutôt perçue comme un idéal d’éducation, une définition qui se situe bien loin de celle de l’*Alltagskultur* allemande. Cette nuance, sur certains abords contradictoire, a posé nous le verrons quelques problèmes lors de la conception d’une programmation culturelle commune, franco-allemande.

[...] l’obstacle pour la mission culturelle fut « l’ancienne vanité française » de penser que les Français sont les gardiens de la civilisation européenne, une tendance impérialiste crainte par les Allemands, dont le « Kultur » comprend les mœurs et même le folklore.<sup>119</sup>

Outre-Rhin, l’acceptation bien plus large offre des possibilités elles aussi plus variées en termes de programmation. Ainsi, les programmeurs allemands d’ARTE imaginaient très bien pouvoir s’intéresser à des domaines d’application de la vie courante, tels les loisirs, ou l’alimentation. Au départ profondément ancrée dans cet héritage franco-français que fut La Sept, une partie des contenus considérés comme *culturels* pour la partie française furent jugés

---

<sup>116</sup> Elias, Norbert. *La Civilisation des Mœurs*, Paris, Calmann-Lévy, p.14.

<sup>117</sup> « La « culture » est considérée en France comme quelque chose de très spirituel, comme un idéal d’éducation humaniste, mais pas comme une culture du quotidien » dans Rothenberger, Liane. *Von elitär zu populär? Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte*, 2008, p.115.

<sup>118</sup> « Au concept étroit de la culture française, plutôt élitiste, classique et humaniste, dont l’éventail thématique demeure limité, s’oppose une conception large de la culture allemande » dans Schmid, Dieter: *Der Europäische Fernsehkanal ARTE. Idee und Rechtsgestalt nach deutschem und europäischem Recht*. Berlin, 1997, p.28.

<sup>119</sup> Emanuel, Susan. *La télévision et la culture en France : à la recherche d’une chaîne culturelle européenne*, Rennes, 1992, p.199.

élitistes par ses voisins allemands, une *Hochkultur* trop peu accessible en télévision. Ces derniers se réfèreraient en effet à une définition proche de celle de Hans-Joachim Klein, qu'est la suivante :

Heute versteht man unter Kultur die raum-zeitlich eingrenzbare Gesamtheit gemeinsamen materieller und ideeller Hervorbringungen, internalisierter Werte und Sinndeutungen sowie institutionalisierter Lebensformen von Menschen.<sup>120</sup>

Ainsi, comme le décrit Emanuel dans sa thèse, « la SEPT a constamment modifié ses conceptions de la culture afin de satisfaire les hommes politiques, les hommes artistiques, l'industrie du câble, et les diffuseurs étrangers [...] Par exemple, sont sortis en même temps en 1991 une plaquette de luxe pour le public français et un communiqué de presse sur la création de la CCE. La première parle de la culture en tant qu'oubliée du contenu des autres chaînes [...] » concernant la seconde, sur la Chaîne Culturelle Européenne, « l'accent n'est pas posé sur le *Bildung*, mais sur *Kultur*, une compréhension sociale de la culture qu'on trouve plus souvent en dehors de la France. »<sup>121</sup>

Lors de sa constitution, la Chaîne Culturelle Européenne dut préciser sa définition de la culture dans son Contrat de Formation. Puisque créée au départ par la partie française uniquement, il fut nécessaire de rédiger clairement quelle conception de la culture serait visible dans la programmation, et le sens large fut retenu, en partie pour convenir à la partie allemande.

Le Groupement a pour objet de concevoir, réaliser et diffuser ou faire diffuser [...] des émissions de télévision ayant un caractère culturel et international au sens large.<sup>122</sup>

La culture chez ARTE s'inscrit finalement dans l'élargissement des horizons. La culture demeure l'une des notions les plus ambiguës à traiter, dans le sens où elle semble à la fois connue de tous, tout en étant polymorphe, indéfinissable précisément car en mutation constante, et soumise aux points de vue des sociétés dans lesquelles elle s'ancre et s'exprime.

Si la conscience collective française fait prévaloir la culture bourgeoise, la culture des beaux-arts, par rapport à ses autres constituants, plus diversifiés, il existe bien en France une

---

<sup>120</sup> « L'on entend aujourd'hui par *Kultur* l'ensemble délimité dans l'espace et le temps des réalisations matérielles et immatérielles communes, des valeurs et interprétations intériorisées, tout comme modes de vie institutionnalisées de l'Homme » dans Klein, H.J., *Kultur* dans : B. Schäfers (dir.) *Grundbegriffe der Soziologie*. Opladen 1998, p.196.

<sup>121</sup> Emanuel, S. *La télévision et la culture en France*, 1992, pp.200-201.

<sup>122</sup> Article 2. Objet du Groupement, Premier point du Contrat de Formation.

acceptation large de la notion culturelle. Hans-Jürgen Lüsebrink propose de déterminer deux spécifications de la culture, la culture des « textes et des beaux-arts », puis la culture liée aux « mentalités. »<sup>123</sup> La première caractérisation s'attache à celle de la culture bourgeoise, de la culture instruite, que nous avons déjà mentionnée, équivalente de la *Bildung* allemande. Une culture qui englobe tout ce qui peut être défini comme œuvre d'art, et l'art s'étant renouvelé, voire même popularisé, de nouvelles formes telles que la bande dessinée ou la musique contemporaine ont rapidement été reconnues comme éléments culturels, et ce par ailleurs plus rapidement qu'en Allemagne. Cette culture, dont les confins se sont un tant soit peu enrichis, demeure ancrée dans un contexte de bourgeoisie intellectuelle. Le cinéma, fut, de la même manière, intégré au cercle culturel, et si cinéma et télévision disposent d'un passé commun, que l'un peut être considéré comme le pendant de l'autre, avec quelques similitudes sur le travail de l'image, la télévision reste mal aimée, non incluse au 7<sup>e</sup> art, et de fait, non incluse dans le champ culturel. Le terme de « culture » a pris forme dans des domaines plus précis, et sont apparus les termes de « culture cinématographique », de « culture musicale » ou encore de « culture culinaire » plus récemment.

Ce que Lüsebrink décrit ensuite comme « culture des mentalités » englobe la sphère anthropologique, proche du concept de *Kultur*. En ce sens, la culture peut-être définie comme l'ensemble des composantes à l'origine du bon fonctionnement, de la bonne organisation des sociétés à laquelle cette dernière se rattache. Cette définition nous est pratique par sa grande malléabilité. Elle inclut en outre la notion d'ancrage géographique, d'ancrage social, notion qui a été déterminante dans le cadre de la genèse d'ARTE et de la constitution de sa programmation. Les cultures sont certes en mesure de dépasser les frontières nationales, mais leurs interactions sont parfois source d'incompréhension. Différentes problématiques ont ainsi dû être contournées par les concepteurs du projet de télévision commune, tant il fut délicat pour la partie française de ne pas considérer la culture nationale allemande comme une entité unifiée, contrairement à la sienne.

La culture est indissociable de la notion d'identité, elle habilite l'Homme à dépasser son identité propre pour susciter chez lui un intérêt collectif, constituer une identité collective, amener à une nouvelle perception de *Soi* et de *l'Autre*. La culture peut être perçue comme un flux, flux qui oscille en permanence entre *l'Alter* et *l'Ego*. Cette « culture des mentalités »,

---

<sup>123</sup> Lüsebrink, Hans-Jürgen. *Les concepts de "Culture" et d'"Interculturalité"*. *Approches de définitions et enjeux pour la recherche en communication interculturelle*, Université de Saarbrücken, Bulletin N°30, avril 1998.



acception très large, englobe d'une certaine manière la culture des « textes et des médias », elle contient effectivement les champs rattachés au style et aux modes de vie, et de fait, inclut les cultures cinématographique ou culinaire que nous avons mentionnées. L'élargissement des données considérées comme culturelles dans le cercle des textes et des médias conduit à une fonte progressive des frontières entre culture cultivée et culture civilisationnelle.

## **b) ARTE et les codes culturels.**

Codifier, c'est à la fois *mettre en forme* et *mettre des formes*. Il y a une *vertu propre de la forme*. Et la maîtrise culturelle est toujours une maîtrise des formes.<sup>124</sup>

Culture [...] taken in its wide ethnographic sense is that complex whole which includes knowledge, belief, arts, morals, law, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society. The condition of culture among the various societies of mankind, in so far as it is capable of being investigated on general principles, is a subject apt for the study of laws of human thought and action.<sup>125</sup>

La culture est, nous venons de le montrer, liée à la notion d'identité. La pluralité des cultures détermine les diversités identitaires, et si la définition bourgeoise française a encore un impact fort dans les consciences collectives, l'acception anthropologique et sociale de la culture comme constituant identitaire est désormais bien ancrée. C'est cette culture spécifique qui est apte à être diffusée, transférée, et sur laquelle les programmeurs d'ARTE se sont appuyés pour mener à bien leur mission de reconnaissance, de compréhension de l'*Autre*. La culture influence les réactions, les attitudes de chaque individu, elle permet d'une part de rapprocher les groupes sociaux, mais peut aussi être à l'origine d'incompréhensions, d'éclatement de ces mêmes groupes. La culture, si elle est partagée par un groupe, si elle constitue l'ensemble des connaissances et des acquis d'un même groupe, est à même d'harmoniser ce dernier. La définition de Ladmiral et Lipiansky est en ce sens pertinente, puisqu'elle propose de rattacher la culture aux « modes de vie d'un groupe social : ses façons de se sentir, d'agir ou de penser, son rapport à la nature, à l'homme, à la technique et à la

---

<sup>124</sup> Bourdieu, Pierre. « Habitus, code et codification ». *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 64, n° 1 (1986): 40-44, page 40. Disponible ligne à l'adresse suivante <https://doi.org/10.3406/arss.1986.2335>.

<sup>125</sup> « La culture [...] dans son sens ethnographique large, est cet ensemble complexe comprenant la connaissance, la croyance, les arts, la morale, le droit, les coutumes et toutes autres capacités et habitudes acquises par l'Homme en tant que membre de la société. La condition de la culture parmi les diverses sociétés de l'humanité, dans la mesure où elle peut faire l'objet d'études sur des principes généraux, est un sujet propice à l'étude des lois de la pensée et de l'action humaines. » dans Tylor, E.B. *Primitive Culture : Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art and Custom*. London : J. Murray, 1871

création artistique. La culture recouvre aussi bien les conduites effectives que les représentations sociales et les modèles qui les orientent [...] »<sup>126</sup> Ainsi pensée, la culture englobe tout ce qui appartient au domaine de l'acquis, et est inhérente à une forme d'apprentissage social.

La *culture* française, par opposition à la *Kultur* allemande, désigne des valeurs identitaires, une tradition de l'« honnête homme », instruit, noble, des valeurs que l'allemand a par ailleurs pu percevoir comme valeurs élitistes.

Die französische „culture“ [...] meint die Einhaltung bestimmter Spielregeln einer elitären Gesellschaftsschicht wie Bildung, Wissen, Geschmack, Takt, Lebensstil.<sup>127</sup>

Culture et construction identitaires sont définitivement liées, et la France et l'Allemagne se sont respectivement constituées sur un antagonisme. La France est héritière d'une tradition monarchique, d'une religion, d'une royauté influente, unifiée. Le pouvoir centralisé de la France a participé au rayonnement de sa grandeur, et l'on a inculqué très tôt au Français des valeurs profondes d'égalité et de liberté à l'échelle nationale. Les nations européennes perçoivent en France des idées de grandeurs certes bénéfiques à la constitution d'une nation solide, d'une Grande Nation, mais le Français a, lui, de son côté, développé une forme d'ethnocentrisme, et a pu et peut être considéré comme prétentieux par ses voisins européens. Le citoyen français, de par sa culture universaliste, serait ainsi peu apte à assimiler la culture allemande, cette dernière allant totalement à l'encontre des idéologies d'une nation unifiée. Outre-Rhin en effet, l'Allemagne s'est constituée sur une tradition de conflits territoriaux. Historiquement ancrée dans le Saint-Empire Romain Germanique jusqu'en 1806, régie en partie par des princes électeurs, les *Kurfürsten*, l'Allemagne est désormais structurellement fédérale, et le pouvoir des *Länder* est incomparable à celui des régions françaises. L'idée de nation s'est donc constituée de manière antagoniste, le pouvoir de la nation s'est intensifié en France lors de la Révolution, alors que l'idée de nation allemande ne s'est constituée que par bribes, tardivement, sans embrasser les mêmes théories. Le morcellement territorial de l'Allemagne est bien connu et traité dans de nombreux ouvrages, mais n'omettons pas de mentionner le fait que l'État allemand a aussi connu une nette fracture culturelle, une véritable

---

<sup>126</sup> Ladmiral, Jean-René & Lipiansky, Edmond Marc. *La communication interculturelle*. Bibliothèque européenne des sciences de l'éducation. Paris: A. Colin, 1989, pp.8-9.

<sup>127</sup> « La 'culture' française [...] signifie le respect de certaines règles d'une classe sociale élitiste telles que l'éducation, la connaissance, le goût, le tact, le style de vie. » dans Glocker, Notker, 1967, *Die Entwicklung von Zivilisation und Culture in Frankreich seit 1930*. In: Knobloch, Johann & Moser, Hugo u.a. (Hrsg.): *Kultur und Zivilisation. Europäische Schlüsselwörter*, Band 3. München, p.56.

révolution théologique lors la Réforme Luthérienne au XVI<sup>e</sup> siècle. Avant que les religions catholiques, protestantes et calvinistes ne soient reconnues sur le territoire allemand par la Paix d'Augsbourg de 1555, les États Princiars ne parvenaient pas à se concilier. Chaque Prince eut ensuite la liberté de faire prévaloir la religion de son choix dans son État. L'Allemagne n'est donc pas non plus unifiée de confession. Plus récemment, la construction du Mur de Berlin en août 1961 a une fois encore participé à une division de la Nation allemande.

À cette approche française centrée sur l'État et l'assimilation culturelle s'oppose la conception allemande, 'différentialiste' [...] qui s'appuie sur le *Volk* (peuple), communauté originelle. Le sentiment national allemand est né avant l'État-Nation imparfait, incarné par l'Empire de 1871-1918. Détachée du concept abstrait de citoyenneté, l'idée allemande de nation n'avait rien de politique. Communauté organique de culture, de langue et, sous l'effet de l'anthropologie dix-neuviémiste, de race, la nation se présentait comme un fait ethnoculturel. [...] En France, la monarchie bureaucratique a fait naître une conception politique et territoriale de la nation. En Allemagne, l'absence de coïncidence entre l'État et la nation a longtemps fait coexister des structures supranationales avec une pluralité d'unités politiques étatiques plus ou moins souveraines, favorisant ainsi le développement d'une conception ethnoculturelle de la nation.<sup>128</sup>

Culturellement, Français et Allemands ont donc développé un rapport à l'*Autre*, des codes culturels différents à l'intérieur comme à l'extérieur de leurs propres frontières. Cette tradition de centralisme d'un côté, de fédéralisme de l'autre, justifie bon nombre de différences culturelles d'un côté et de l'autre du Rhin. Au socle commun que partagent les Français s'oppose une Allemagne dispersée. S'en suit une communication plus implicite entre Français, sûrs de leur commune appartenance, de leurs références similaires. L'Allemagne dénote socialement moins de distance hiérarchique, mais s'est vu développer une communication plus directe, et ce du fait d'un contexte commun plus difficilement perceptible.

---

<sup>128</sup> Ménudier, Henri. « Citoyenneté et Nationalité en France et en Allemagne (R. Brubaker) ». Encyclopædia Universalis, disponible à l'adresse suivante <http://www.universalis-edu.com.proxy.scd.univ-tours.fr/encyclopedie/citoyennete-et-nationalite-en-france-et-en-allemande/>. Consulté le 27 décembre 2018.

Jede Kultur hat ein bestimmtes Kommunikationssystem. Jede produzierte und rezipierte Information ist – bewusst oder unbewusst – kulturell konditioniert.<sup>129</sup>

La culture est en définitive assimilable à un système de codes, d' « items » propres à chaque individu. Chaque sujet est porteur d'une culture, elle-même influencée par le système social dans lequel elle s'ancre. La culture n'est pas un concept figé. Elle désigne l'ensemble des composantes communes à chaque groupe social. En se référant à l'acceptation prônant le caractère collectif de ce qui est « culture », la culture comme pratiques et croyances partagées par une communauté, la culture comme ensemble des conduites et représentations sociales, il est plus aisé de comprendre la destinée de la Chaîne Culturelle Européenne. La culture est un outil systémique de construction identitaire, et l'acquisition de la culture de l'*Autre*, ou a minima sa compréhension, permet à un individu lambda de s'y rattacher, et favorisera son intégration dans le groupe partageant ces codes culturels. ARTE tente de mettre à l'antenne les codes culturels français et allemands pour en favoriser le rapprochement, la compréhension, et participer ainsi à la construction européenne.

L'interculturel se fonde et s'exprime dans une relation d'interdépendance avec l'acceptation culturelle de la nation qui lui est propre, ainsi, l'hétérogénéité des définitions culturelles française et allemande induit une hétérogénéité des individus français et allemands dans leur rapport avec l'*Autre*, une hétérogénéité dans leur interculturalité. À l'Allemagne qui a préservé sa tradition fédérale et soutient les cultures régionales s'est longtemps opposée une France forte de son unité nationale, sur les plans culturels et linguistiques notamment. Au sentiment national français s'oppose le régionalisme allemand.

L'idée d'interculturel est étrangère à la conception française de la nation et de l'éducation. La nation française s'est construite en réduisant les langues et les cultures régionales, en instaurant une langue et une culture communes, au service d'une nation unie. L'école a été l'un des principaux instruments de cette unification. L'édification d'une conscience nationale garante de l'homogénéité de la nation s'est faite par la réduction des différences et par l'adhésion des dominés.<sup>130</sup>

Comme le souligne ici Demorgon, les variations culturelles de l'une et l'autre nation induisent des rapports différents à l'interculturel.

---

<sup>129</sup> « Chaque culture engendre un système de communication qui lui est propre. La création comme la réception de tout discours varie selon les racines culturelles. », Machill (Hg.) *Journalistische Kultur. Rahmenbedingungen im internationalen Vergleich*. Opladen, 1997, pp. 17-153.

<sup>130</sup> Demorgon J, Lipiansky E.M. (dir) *Guide de l'interculturel en formation*, Paris, Retz, 1999, p.21.

Avant de nous intéresser de manière plus approfondie aux notions d'interculturalité et de communication interculturelle, il nous a semblé pertinent de proposer quelques réflexions sur des termes pouvant s'y apparenter et susciter quelques confusions.

### c) Le projet d'ARTE, multi-, pluri-, trans- ou interculturel ?

Comme nous avons pu l'évoquer, la multiplicité des définitions de la culture rend le terme d'interculturalité d'autant plus complexe à saisir. Les termes de multi-, pluri-, ou de transculturalité englobent des notions très proches. En proposer la distinction nous a paru fondamental. L'ensemble de ces termes est assez peu traité dans les dictionnaires communs, il convient donc d'en proposer une rapide clarification. Seul, le terme « culturel » est, nous l'avons vu, porteur de multiple sens, et si ces préfixes semblent se recouper, ils se doivent d'être utilisés à bon escient afin d'éviter toute ambiguïté. Ces termes ont en commun qu'ils renvoient à la question de l'*Alter*. Ils appartiennent donc à un environnement commun, s'entrecroisent et sont tous les quatre des vecteurs de l'altérité.

Cependant, le *multiculturel* désigne la coexistence, la cohabitation de plusieurs cultures, le tout dans une sphère unique, qu'elle soit géographique ou sociale. Les cultures cohabitant dans cet environnement défini sont reconnues comme telles, sans qu'il n'y ait de notion de rapprochement. Dans une société multiculturelle, la notion de contact est écartée, les cultures se situent les unes à côté des autres, dans un cercle commun, sans jamais se pénétrer ou influencer sur l'autre.

Le *pluriculturel* est très proche du multiculturel, puisqu'il indique lui aussi la présence de multiples cultures dans un cadre commun, sans réelles interactions. La différence réside dans le fait que le pluriculturel tend à une valorisation de cette multiplicité des cultures, il induit des valeurs communautaires et d'appartenance plus forte que le multiculturel, qui ne fait qu'abriter plusieurs cultures sous le même toit. Le pluriculturel assume la diversité, la reconnaît, et les cultures auront tendance à converger plus naturellement.

Ces deux termes semblent donc similaires, mais il faut les traiter de manière indépendante puisqu'ils ne qualifient aucunement de processus ou de dynamiques, contrairement au transculturel et à l'interculturel. Le multi- et le pluriculturel sont des états, stables. Le trans- et l'interculturel sont en mouvement, et interviennent dans un processus de construction sociale.

L'*interculturel* est directement affecté aux concepts de dialogue, d'interaction entre les cultures. La coexistence des cultures est là aussi sous entendue, mais ces dernières échangent

désormais. L'interculturel est une dynamique, une dynamique de dialogue en faveur de la construction identitaire et culturelle. L'interculturel mène à des mutations dans chacune des cultures concernées. Lui est associé la volonté de compréhension de l'autre, de rapprochement des cultures. L'interculturel joue sur l'interaction, une interaction entre cultures.

Le *transculturel* désigne l'aboutissement des relations entre cultures distinctes. Le transculturel est palpable lorsque l'on « regarde du côté de ce qui rassemble les personnes, les groupes, les sociétés. »<sup>131</sup> Le transculturel mène aux métissages culturels, il fait entrer les cultures en dialogue, un dialogue en mesure de les transformer. La mutation culturelle est le fruit du transculturel. Le transculturel est inséparable de la notion de transfert culturel, et l'on peut en ce sens considérer le transculturel comme l'un des résultats de l'interculturel.

D'après Lüsebrink, toute forme de médiation, de contact, d'échange entre cultures induit un processus de transfert culturel. L'ensemble des constituants et même de simples fragments d'une culture sont alors véhiculés vers une autre culture, et se met en place une dynamique de communication, de transmission d'éléments sources vers une cible.

Les processus de transfert culturel concernent les formes de médiation entre cultures, c'est-à-dire, les biens et pratiques culturels qui sont transférés et reçus dans la culture-cible : informations, discours, textes, institutions, et modes d'action et, par conséquent également, la dimension culturelle du transfert d'objets, de produits et de biens de consommation.<sup>132</sup>

Les cultures isolées sont donc du ressort du *multiculturel*, alors que l'affirmation de leur coexistence tient du *pluriculturel*. L'interaction et le dialogue, dans une volonté de compréhension, s'enracinent dans l'*interculturel*, et le *transculturel* désignerait ainsi le produit fini, métissé. Au contact du multiculturel qui touche plusieurs cultures se constitue le transculturel qui évoque la relation entre ces cultures. L'interculturel embrasse la notion d'influence, de variation d'une culture par rapport à une autre.

Les bornes de ces quatre termes étant désormais délimitées, la question du passage, de la mutation d'une situation simplement multiculturelle à interculturelle se pose. Une fois la pluralité des cultures admise comme telle, la situation multiculturelle devient pluriculturelle.

---

<sup>131</sup> Demorgon, Jacques. *Complexité des cultures et de l'interculturel*, 2015, p.14.

<sup>132</sup> Lüsebrink, H-J. « Kulturtransfer – methodisches Modell und Anwendungsformen » pp.213-226, in Tömmel I, dir. 2001, *Europäische Integration als Prozess von Angleichung und Differenzierung*, Opladen, Leske & Budrich, cité depuis Vatter, Christoph. « La recherche interculturelle. État des lieux en Allemagne ». *Questions de communication*, n° 4 (1 décembre 2003): 27-41, disponible à l'adresse suivante <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.4527>, consulté le 14 décembre 2017.

L'interculturel se charge de déceler les éventuels freins de communication et de compréhension entre les individus porteurs de leurs cultures respectives, plurielles, puis de les éviter ou les dépasser. L'interculturel désigne la jointure entre les cultures, leur permettant de s'articuler. Les études anthropologiques sur la culture montrent que ces dernières sont toutes issues d'un modèle, que chaque modèle ne peut être étudié en le comparant simplement à un autre, car chaque code culturel est légitime, chaque code s'est formé dans un contexte bien particulier, qui lui est propre. L'individu interculturellement compétent s'efforcera donc de se détacher de toute catégorisation, de saisir l'ensemble des codes et des structures culturels, de les comprendre, de ne pas se laisser influencer par son propre imaginaire et ses propres codes pour éviter la formation de stéréotypes.

Selon Camilleri, il faut considérer la situation interculturelle « comme une dimension d'une construction plus vaste qui intègre une analyse et un effort multiformes incluant les autres aspects de la vie de la cité. Car les systèmes culturels sont attachés à des individus et groupes insérés dans des structures sociales, occupant des positions inégales, entretenant des conflits d'intérêt, de pouvoir : ce qui engendre des problèmes économiques, sociaux, politiques. »<sup>133</sup>

L'interculturel est donc, de fait, indissociable de la notion de communication. Avant de nous intéresser aux théories de l'interculturel en communication, il est nécessaire de proposer quelques réflexions plus précises sur la notion propre d'interculturel, et ce non pas seulement en le comparant à ces pendants que sont le multi- le pluri- et le transculturel. Il était fondamental de se pencher sur ces différentes notions, car ces dernières participent toutes aux interactions culturelles. En appliquant ces théories aux fonctions d'ARTE, il est possible d'affirmer qu'un projet audiovisuel et culturel tel ARTE permet de dépasser ce que nous pouvons nommer le « point zéro » d'une société multiculturelle que serait l'Europe, en mettant concrètement en place des interactions par le biais de la télévision. Bien avant ARTE, des processus d'échanges et de transferts culturels, de savoirs et de techniques, se sont mis en place dans les frontières de l'Europe. L'Europe est donc tantôt pluriculturelle, tantôt multiculturelle, selon des occurrences et rencontres aléatoires. ARTE peut être considérée comme média interculturel par sa *démarche volontariste* de compréhension de l'*Autre*, sa volonté de multiplier les échanges entre nations, de faire figure d'articulation entre les cultures – à minima – françaises et allemandes. Les produits qu'elle diffuse sont de l'ordre du *transculturel* : ils parachèvent la coproduction franco-allemande, et ne donnent pas

---

<sup>133</sup> Camilleri, Carmel. « Les conditions structurelles de l'interculturel ». *Revue française de pédagogie* 103, n° 1 (1993): 43-50, p.48.

uniquement à voir la culture de l'*Autre*, mais sont eux-mêmes hybrides, produits d'un métissage car pensés pour un public large.

S'il existe des paradigmes sociaux relativement stables, car inhérents à l'histoire sociale et politique des nations, comme le développent Koselleck, Werner et Espagne, Demorgon, et que les codes culturels sont issus de grands événements politiques et moraux, il serait erroné de penser que les cultures puissent être stables. À partir de paradigmes culturels communs, une culture nationale (dans son sens purement territorial) a pu se fonder, mais elle reste en mouvement perpétuel, elle tend à se modifier et est finalement propre à chaque individu. L'interculturel ne peut donc se contenter de relier deux cultures.

L'interculturel est, nous venons de le démontrer, pluridisciplinaire, une pluralité rendue visible par les multiples termes utilisés pour évoquer cette notion. Et nous serons effectivement menée à évoquer l'interculturel, l'interculturalité ou encore la communication interculturelle. L'on retrouve même le terme « d'interculturalisme », en témoigne l'article de F. Mariet publié en 1999, *Le difficile interculturalisme des médias*<sup>134</sup>. Dans nos sociétés contemporaines, face à la diversité des populations, la multiplicité des sociétés et des cultures, la minimisation des distances via les médias modernes, la recherche interculturelle a pris une valeur considérable. De véritables formations à l'interculturel se sont développées afin de faciliter et promouvoir le dialogue et son ouverture à l'international, faire naître a minima un sentiment de compréhension entre les cultures, au mieux une coexistence entre ces dernières.

## **2) ARTE : L'interculturel, la culture en mouvement.**

Les premières questions et théories de l'interculturel furent traitées en réaction aux phases d'immigration dans les années 1960-70, puis relancées par la mondialisation dans les années 90. La multiplication des moyens de communication vers l'international a tout autant dynamisé les débats. Les études sur l'interculturel avaient pour but précis de prévenir et gérer les possibles malentendus dans les différents – et multiples – lieux de rencontre interculturelle : notamment entre universitaires, dans les entreprises à portée internationale et autres multinationales, les organismes internationaux ou encore lors de rencontres politiques. Edward Twitchell Hall est à l'origine des premières considérations sur l'interculturel, puisqu'il fut chargé de mettre en place un système de compréhension de l'*Autre*, au profit du

---

<sup>134</sup> Mariet F. *Le difficile interculturalisme des médias*, 1999, pp. 193-207 dans Abdallah-Pretceille M., Porcher L. (dirs, *Diagonales de la communication interculturelle*, Paris, Ed. Anthropos. ), 1999.



*dialogue*, et ce dans le cadre précis des échanges diplomatiques, économiques et administratifs. Sur la base de ces travaux d'origine américaine, les États-Unis étant historiquement le premier environnement propice à l'interculturel, ces théories se sont vues appliquées à l'échelle européennes. En 1971 est fondée la *Society for Intercultural, Education, Training and Research (SIETAR)*. La discipline interculturelle s'étend, dans un contexte de mondialisation et de concurrence.

L'interculturel trouve donc ses sources dans les relations internationales, dans les questions de flux migratoires puis de construction européenne. L'histoire de l'Europe se fonde sur une histoire de la mobilité, et a engendré de nombreuses problématiques auxquelles l'interculturel tâche de répondre. Les sociétés modernes et développées s'individualisent, et dans une Europe en construction, politique comme morale, l'ethnocentrisme est perçu comme un danger. Les cultures doivent dépasser leur caractère national pour tendre vers une entité plus large, celle de l'Europe.

La construction européenne ne peut se faire en profondeur si elle ne comporte pas la possibilité d'une meilleure compréhension des identités singulières des pays européens ; et la possibilité, pour les cultures cultivées et médiatiques, de travailler à l'évolution des cultures nationales.<sup>135</sup>

L'interculturel en Europe est profondément lié à l'histoire franco-allemande. La construction européenne s'est étendue à partir de l'axe franco-allemand ; une volonté de rapprochement de ces deux peuples portée par leurs dirigeants respectifs, Adenauer et De Gaulle, à l'origine par exemple de l'Office Franco-Allemand pour la Jeunesse (OFAJ). L'institut fondé en 1963 promeut certes le dialogue interculturel, mais est ancré dans une dimension de pérennité en s'adressant à la jeunesse. Les études de l'interculturel, menées aux États-Unis furent transportées en Europe par les conférences du SIETAR. Les ouvrages d'Edward T. Hall et de Mildred Reed Hall<sup>136</sup> furent découverts en France et en Allemagne dans un contexte de valorisation des relations interculturelles, confortée par les discours de l'UNESCO à la fin des années 70. Pour le bien de la construction européenne, et tant sur un plan politique, qu'économique et social, pour le maintien de la paix, la question de la communication interculturelle s'est développée.

---

<sup>135</sup> Demorgon, Jacques, Lipiansky, Edmond-Marc, Müller, Burkhard & Nicklas, Hans. *Dynamiques interculturelles pour l'Europe*. Paris, Éd. Anthropos, coll. Exploration interculturelle et science sociale, 2003, p.2.

<sup>136</sup> Edward T. Hall & Mildred R. Hall. *Les différences cachées. Une étude de la communication internationale*, 1984.

### a) Quelques théories.

Le champ de la recherche interculturelle nous semble le plus à même de traiter la problématique de la diffusion de biens culturels via ARTE, tout comme le rapprochement culturel franco-allemand, d'un point de vue politique et économique, comme au sein des équipes de la chaîne. La notion d'interculturalité est à associer à celle de dynamique, de processus, et c'est cette dynamique que nous avons été menée à observer dans les locaux de la chaîne franco-allemande, un aspect qui détache la recherche interculturelle d'une unique recherche anthropologique.

Nous nous référons en grande partie aux théories de E.T. Hall, Hofstede, Demorgon, Ladmiral et Lipiansky. Au vu de la complexité de cette notion, nous étendons cependant notre champ de recherche et renvoyons à d'autres théoriciens de l'interculturel. Et pour cause, nous l'avons déjà montré, le caractère polymorphe de ce qu'est la culture a une incidence directe et profonde sur ce que peut être l'interculturel.

Jacques Demorgon souligne la complexité définitoire du terme d'interculturalité dans son rapport à la culture. L'interculturel, s'il est le produit de la rencontre entre deux cultures d'une part, il est, d'autre part, à l'origine de la modification des cultures en contact. L'interculturel n'aurait pas lieu d'être sans culture, mais les cultures se voient métamorphosées par l'interculturel.

*L'interculturel* se situe ainsi comme *post* c'est-à-dire après l'existence des cultures. Ou, si l'on préfère, « en aval des cultures ». La difficulté vient de ce que les cultures peuvent être elles-mêmes, déjà le produit de relations interculturelles antérieures. On a donc là un interculturel *ante* ou, si l'on préfère, « en amont des cultures ». <sup>137</sup>

La définition de l'interculturel, tout comme le concept de culture peuvent, selon l'ancrage disciplinaire des théoriciens concernés, prendre des formes diverses. Ainsi, pour un multiculturaliste, « l'interculturel ne peut être que superficiel : cuisines, habillement, modes. Il lui paraît être plutôt de l'ordre d'un transculturel limité qui s'ajoute aux cultures sans les changer. »<sup>138</sup> Pour un différencialiste, l'interculturel est synonyme de danger, car il sous-entend l'idée de domination d'une culture sur l'autre, et ce malgré toutes les bonnes volontés des acteurs engagés.

---

<sup>137</sup> Demorgon, J. *Complexité des cultures et de l'interculturel*, 2015, p.37.

<sup>138</sup> Demorgon, Jacques. « L'interculturel entre réception et invention. Contextes, médias, concepts ». *Questions de communication*, n° 4 (1 décembre 2003): 43-70, disponible à l'adresse suivante <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.4538> p.56, consulté le 10 février 2018.

Le concept de culture développé par Hofstede est celui d'un « *acquis* par socialisation nationale. » La culture est le résultat d'un processus de socialisation, est demeure, de ce fait, en mutation permanente, une mutation culturelle amorcée par l'ensemble des expériences sociales de tout individu, tant dans son cercle privé, que dans ses interactions, dans les écoles, sur son lieu de travail. À titre d'exemple, Christoph Barmeyer cite la sphère étudiante, les étudiants étant selon lui – et selon les thèses de Hofstede, « culturellement « *conditionnés* » par les contenus de l'apprentissage, les techniques de transmission des connaissances et l'environnement social de l'école et de l'université, et développent des modes de pensée et de travail en conséquence. »<sup>139</sup>

Pour E.B. Tylor, la culture est un « ensemble complexe incluant les savoirs, les croyances religieuses, l'art, la morale, les coutumes ainsi que toute disposition ou usage acquis par l'homme vivant en société. »<sup>140</sup> L'on retrouve cette notion *d'acquis*, effectivement indissociable de ce qui est culturel, si l'on considère la culture comme l'ensemble des éléments et références participant à la construction de l'individu et lui permettant d'interagir avec ses pairs.

Face à la culture comme *acquis*, comme *code* – code à la fois individuel et collectif – l'interculturel fait figure de *procédé*, de processus dynamique d'interprétation, de ré-interprétation des codes de l'*Autre*. Le passage d'un fait culturel à une situation interculturelle équivaut au passage d'un simple repérage de codes culturels à leur préhension, leur décryptage, à la mise en place d'une approche relationnelle, d'une situation de contact, pragmatique, qui transforme les acquis culturels en *conduites culturelles*. Chaque individu étant porteur d'une culture, tout individu est habilité à développer des compétences interculturelles.

La culture, quelle que soit la définition qu'on en donne, c'est le sujet individuel qui la vit, l'incarne, la porte, est traversée par elle, et par là même, la rend vivante. L'enjeu est extrêmement important d'affirmer que l'option interculturelle est d'abord intersubjective, présente au plus près des exigences personnelles propres. Cela signifie, par conséquent, que le travail d'échange, d'articulation, de liaison, de mise en rapport, qui donne sa chair au choix de l'interculturel, commence dans les personnes mêmes et que, dans ces conditions, nul ne peut s'en exonérer comme s'il n'était pas embarqué. Il appartient à

---

<sup>139</sup> Hofstede, Geert. *Culture's consequences ? International Differences in Work-Related Values 198*, cité depuis Barmeyer, Christoph. *Management interculturel et styles d'apprentissage: étudiants et dirigeants en France, en Allemagne et au Québec*. Québec: Presses de l'Université Laval, 2007, p.7.

<sup>140</sup> Tylor E.B. *Primitive Culture*, 1871.

chaque sujet de mettre en œuvre le parcours selon lequel l'altérité est inscrite en lui, comme lui porte sa trace dans l'Autre. C'est par là aussi qu'il est possible de montrer qu'en vérité, l'interculturel n'est pas une option simple : il est au cœur de la « réalité humaine » et personne, à ce sujet, ne peut se permettre de choisir une autre voie.<sup>141</sup>

La définition de l'interculturalité demeurera insaisissable si elle n'est pas étudiée selon ses différentes facettes, et en la considérant concrètement dans sa pratique, c'est la raison pour laquelle notre définition de l'interculturel télévisuel ne prend réellement forme qu'en fin de rédaction, une fois l'objet ARTE étudié dans sa totalité.

### **b) Interculturel ou interculturalité ?**

En s'appuyant sur des dictionnaires de langue française comme de langue allemande pour tâcher de proposer une définition de l'interculturel, nous avons pu y trouver le terme d'*interculturalité*. L'un est donc employé comme substantif, l'autre comme adjectif. L'interculturalité désignerait l'interaction entre les cultures en tant que telle, comme action ou pratique. Cette interaction a pour conséquence l'éclosion d'une réflexion sur l'*Autre*, une réflexion sur soi. L'interculturel quant à lui englobe la notion de réciprocité, de flux. À l'interculturalité qui permet une prise en compte des disparités – comme des similitudes - l'interculturel est relatif au contact, à la relation, l'interrelation entre deux cultures différentes, ainsi qu'aux modifications qui en résultent. L'interculturel est défini par Clanet comme étant « l'ensemble des processus – psychiques, relationnels, groupaux, institutionnels... - générés par les interactions de cultures, dans un rapport d'échanges réciproques et dans une perspective de sauvegarde d'une relative identité culturelle de partenaires en relations. »<sup>142</sup> Les dictionnaires communs prennent bien en compte ces deux emplois et leurs différences. L'interculturel est défini comme étant ce « qui concerne les contacts entre différentes cultures, civilisation » (Larousse ed. 2015), alors que l'interculturalité désigne une « reconnaissance, puis un dialogue et un enrichissement réciproque des cultures. » (Larousse.fr). Concernant l'*Interkulturell*, le Brockhaus et le Duden allemands s'accordent sur la notion de contact :

Mehrere Kulturen betreffend, ihnen gemeinsam, sie verbindend.<sup>143</sup> (Brockhaus)

---

<sup>141</sup> Abdallah-Preteceille, Martine, et Porcher, Louis. *Éducation et communication interculturelle*. 1re éd. L'Éducateur. Paris: Presses universitaires de France, 1996, pp. 57-58.

<sup>142</sup> Clanet, Claude. *L'Interculturel: introduction aux approches interculturelles en Éducation et en Sciences Humaines*. 2. éd. Interculturels. Toulouse-Mirail: Presses Univ, 1993.p.21.

<sup>143</sup> « Concerne plusieurs cultures, ce qu'elles ont en commun et ce qui les lie. »

Die Beziehungen zwischen verschiedenen Kulturen betreffend, verschiedene Kulturen umfassend, verbindend.<sup>144</sup> (Duden)

À propos d'*Interkulturalität*, l'on retrouve la notion de reconnaissance elle-même évoquée dans le Larousse, la prise de conscience de l'existence d'une culture différente. L'interculturalité est cependant définie comme *compétence* par le dictionnaire de langue allemande, notion sur laquelle nous reviendrons lorsque nous développerons nos hypothèses sur la communication et le dialogue interculturel.

Bewusstsein, das für die kulturelle, sprachliche oder religiöse Verschiedenheit der Mitglieder einer Gesellschaft besonders sensibilisiert ist [und auf den Respekt bzw. die Akzeptanz der Verschiedenheit ausgerichtet ist].<sup>145</sup> (Duden)

Une seconde définition, elle aussi proposée par le Duden, rattache l'interculturalité à une approche scientifique.

Wissenschaftszweig, der sich mit den individuellen und gesellschaftlichen Lebens- und Arbeitsbedingungen verschiedenen Kulturen in der globalisierten Welt befasst<sup>146</sup>

Par le biais de cette approche théorique de l'interculturel, nous sommes en mesure de garantir que la culture n'est pas uniquement le résultat de paradigmes sociaux, historiques et politiques d'un groupe – bien qu'elle en soit évidemment constitutive – ni même la simple connaissance des canons culturels, mais bien le produit d'un *dialogue*. La culture est malléable, en mutation permanente, et l'interculturel peut être défini comme le processus d'élaboration de ce dialogue entre cultures. À ce sujet, Demorgon différencie par ailleurs la « culture-produit », c'est-à-dire la culture imposée comme telle, à la « culture-procès », issue du *dialogue*.<sup>147</sup>

### c) ARTE, entre dialogue et discours interculturel ?

Dans l'ensemble de notre étude, nous manipulons les notions de *discours interculturel* et de *dialogue interculturel*, il semble donc fondamental de proposer quelques considérations

---

<sup>144</sup> « Concerne les relations entre différentes cultures, ce qui englobe ces différentes cultures, les relie. »

<sup>145</sup> « Prise de conscience particulièrement sensible de la diversité culturelle, linguistique ou religieuse des membres d'une société [et orientée sur le respect et l'acceptation de la diversité.] »

<sup>146</sup> « Branche scientifique qui traite des conditions de vie et de travail individuelles et sociales entre différentes cultures de la sphère mondialisée. »

<sup>147</sup> « De la culture dictée par le groupe, imposée comme une transcendance à celle conçue comme un dialogue avec les autres, c'est-à-dire de la culture-produit à la culture-procès » cité depuis Lemaire, Eva. « Approches inter, trans, pluri, multiculturelles en didactique des langues et des cultures. » *International Journal of Canadian Studies*, n° 45-46 (2012): 205, p.212, disponible à l'adresse suivante <https://doi.org/10.7202/1009903ar>.

définitoires. D'après les dictionnaires classiques de langue française, le *dialogue* comprend la notion d'échange, de conversation, impliquant à minima un locuteur, un récepteur. L'on parle de dialogue lorsque plusieurs individus entrent en interaction. Le terme, dans sa nuance, permet de désigner la volonté de parvenir à une entente. La définition en langue allemande du terme de *Dialog* est en tout point similaire :

[...] von zwei oder mehreren Personen abwechselnd geführte Rede und Gegenrede.<sup>148</sup>

Gespräche, die zwischen zwei Interessengruppen geführt werden mit dem Zweck des Kennenlernens der gegenseitigen Standpunkte.<sup>149</sup>

La notion de dialogue s'applique dans de nombreux domaines, politique, sociologique, philosophique, ou encore dans les sciences du langage. Le dialogue peut être non verbal, un non verbal plus ou moins usité selon les cultures.

Dans sa dimension philosophique, le dialogue est défini comme opposition au repli sur soi, et est donc synonyme d'ouverture à l'*Autre*. Appliqué à la politique, il devient synonyme d'échange, de volonté de compréhension. L'on parle bien de *dialogue franco-allemand* dans le cadre de la réconciliation. Le dialogue tisse un lien entre le *Moi* et l'*Autre*, renvoie aux notions de négociation, de consensus, de paix.

La paix n'est pas synonyme d'absence de guerre mais signifie *vivre ensemble* dans nos différences de sexe, de race, de langue, de religion et de culture tout en promouvant le respect universel de la justice et des droits de l'homme, deux principes sur lesquels se fondent cette coexistence.<sup>150</sup>

Le dialogue est l'un des socles de l'interculturalité. Dans la relation interculturelle, le dialogue doit être considéré comme moyen et non comme fin en soi. Le dialogue est un procédé, un dispositif permettant l'échange avec l'*Autre*, et comprend la notion de respect, et ce même entre cultures ou groupes d'intérêt différents. Le dialogue ouvre des perspectives de création, de mutualisation des idées. Un dialogue interculturel adapté aura des répercussions palpables, telles que l'évolution de l'ensemble des participants, la création d'un nouvel objet. Le fait de se questionner sur l'*Autre* participe à la construction d'une nouvelle image de *Soi*, permet d'accepter l'*Autre* dans sa différence. Le dialogue interculturel doit servir « d'une part, à

---

<sup>148</sup> Duden, « concerne deux ou plusieurs personnes alternant propos et répliques. »

<sup>149</sup> Duden, « Conversations tenues entre deux groupes d'intérêt ayant pour objectif de prendre connaissance des points de vue de l'autre. »

<sup>150</sup> Direction Générale de l'UNESCO, cité depuis *Construire la paix dans l'esprit des hommes et des femmes – La Mission de l'UNESCO*, disponible à l'adresse suivante : [https://fr.unesco.org/70years/construire\\_paix](https://fr.unesco.org/70years/construire_paix).

prévenir les clivages ethniques, religieux, linguistiques et culturels. Il nous permet, d'autre part, d'avancer ensemble et de reconnaître nos différentes identités de manière constructive et démocratique, sur la base des valeurs universelles partagées. »<sup>151</sup>

Appliqué au management interculturel, le dialogue mène à une nouvelle forme de coopération fondée sur la tolérance.

Dans nos sociétés de plus en plus diversifiées, il est indispensable d'assurer une interaction harmonieuse et un vouloir vivre ensemble de personnes et de groupes aux identités culturelles à la fois plurielles, variées et dynamiques. [...] Indissociable d'un cadre démocratique, le pluralisme culturel est propice aux échanges culturels et à l'épanouissement des capacités créatrices qui nourrissent la vie publique.<sup>152</sup>

La notion de *discours* diffère du dialogue en ce qu'elle implique une réelle méthodologie, qu'elle sous-entend l'existence d'une *intention* particulière. Le discours contient une valeur solennelle, une construction oratoire précise, sur un sujet spécifique et spécifié.

Je suppose que dans toute société la production du discours est à la fois contrôlée, sélectionnée, organisée et redistribuée par un certain nombre de procédures qui ont pour rôle d'en conjurer les pouvoirs et les dangers, d'en maîtriser l'évènement aléatoire, d'en esquiver la lourde, la redoutable matérialité.<sup>153</sup>

Contrairement au dialogue qui incite au consensus, le discours est porteur de risque puisqu'il est prononcé pour convaincre. En abordant les termes de « contrôle », de « pouvoirs » et de « dangers », Foucault évoque le caractère persuasif du discours, la propagande.

ARTE est parvenue à établir une forme de *discours* en faveur de la (re)connaissance des cultures. Son discours, construit méthodiquement, promulgué par le média télévisuel et le support numérique, incite au *dialogue interculturel*. Il s'agit d'une forme de discours implicite, via une ligne éditoriale et des programmations singulières, en faveur de la diversité des cultures. L'enseignement de la diversité favorise la compétence interculturelle, et le

---

<sup>151</sup> Livre blanc sur le dialogue interculturel «Vivre ensemble dans l'égalité», Lancé par les Ministres des Affaires Etrangères du Conseil de l'Europe lors de leur 118<sup>ème</sup> session ministérielle, Strasbourg, 7 le mai 2008, disponible à l'adresse suivante

[https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/source/white%20paper\\_final\\_revised\\_fr.pdf](https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/source/white%20paper_final_revised_fr.pdf).

<sup>152</sup> Déclaration Universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle, Article 2 - *De la diversité culturelle au pluralisme culturel*, 2 novembre 2001, disponible à l'adresse suivante

[http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL\\_ID=13179&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html).

<sup>153</sup> Foucault, Michel. « Entretien avec M. Foucault », *Dits et Ecrits*, Vol. 2, n°85 1971, pp. 157 – 174.

dialogue en est le meilleur intermédiaire, il permet de gérer l'ensemble des probables conflits inhérents au choc des cultures. Le dialogue interculturel offre des prédispositions à l'acceptation de la diversité et du pluralisme culturel. Via le projet ARTE, politiques et acteurs de l'audiovisuel ont fait le pari de l'établissement d'un dialogue interculturel au sein de ces équipes médiatiques afin de constituer un discours interculturel largement palpable dans leur programmation nous le montrerons, discours à concevoir comme moyen extraordinaire de compréhension et de rapprochement des peuples. Le dialogue interculturel qui s'est constitué de fait au sein des équipes d'ARTE a rencontré une volonté de pédagogie à l'interculturel, d'enseignement de l'interculturel, certes inconscient au moment de la construction de la chaîne, mais nécessaire pour répondre à sa fonction principale qu'est le rapprochement des peuples, l'amenuisement des frontières culturelles, potentielles barrières à la compréhension de ces peuples. La programmation résultant d'une équipe binationale est foncièrement interculturelle. Notre enquête de terrain et nos interviews<sup>154</sup> avaient pour objet d'étudier le succès, ou l'insuccès de cette rencontre interculturelle entre professionnels de l'audiovisuel français et allemands, de constater en quelle mesure cela a pu influencer la programmation, et quelles méthodes (traduction, ligne éditoriale, choix des plages horaires...) ont été mises en place pour contourner d'éventuelle problématiques, et pour que les missions de la chaîne soient respectées.

En visionnant les contenus proposés par la chaîne ARTE, les destinataires s'initient à une culture différente de la leur, ils sont menés à s'imprégner d'une autre langue, d'une autre esthétique télévisuelle, et donc à s'interroger sur leur propre culture, sur leur propre identité ; bref, ARTE, par le biais de la construction d'un *discours interculturel* dans sa programmation, initie un nouveau *dialogue interculturel*, cette fois-ci du côté des spectateurs et non plus du côté des employés de la chaîne, et les fait se questionner sur leur identité européenne et les rapports qu'entretient leur pays d'attachement avec l'ensemble des pays de la sphère européenne. C'est ainsi qu'ARTE promeut l'identité européenne, à travers ce que nous pouvons appeler une *pédagogie de l'interculturel*.

La recherche interculturelle répond, nous l'avons démontré, à des besoins spécifiques, et elle génère ainsi des applications concrètes. Elle permet d'expliquer certaines manifestations sociales, mais contient aussi une dimension pédagogique forte. La formation à l'interculturel est menée dans les entreprises internationales, est évoquée dans le cadre de l'intégration des

---

<sup>154</sup> Nous en exposons les résultats dans notre second axe.



migrants, permet de préserver l'*Autre* des dangers du stéréotype, permet une meilleure compréhension de l'*Autre*. Des travaux passionnants ont ainsi été menés à propos de l'éducation interculturelle, à l'instar de ceux d'Abdallah-Preteceille<sup>155</sup>, pour qui l'éducation à l'interculturel est un perpétuel va et vient entre le *Soi* et l'*Autre*.

Le but d'une approche interculturelle n'est ni d'identifier autrui en l'enfermant dans un réseau de significations, ni d'établir une série de comparaisons sur la base d'une échelle ethno-centrée. Méthodologiquement l'accent doit être mis davantage sur les rapports que le "je" (individuel ou collectif) entretient avec autrui que sur autrui proprement dit.<sup>156</sup>

La pratique pédagogique de l'interculturel en fait un véritable *outil de compréhension et de rapprochement des cultures, un outil favorisant le dialogue*.

À côté du principe d'authenticité culturelle, il convient de poser le concept de dialogue entre les cultures. Sous peine de favoriser les cloisonnements nationaux et le sectarisme sous des formes diverses, il importe d'ouvrir chaque culture à toutes les autres dans une perspective largement internationale. La spécificité, d'une part, et les relations interculturelles, de l'autre, apparaissent comme deux termes complémentaires qui donnent son équilibre à l'ensemble des activités.<sup>157</sup>

La relation, le rapport, l'interaction, voire même la confrontation des cultures donnent naissance à une situation interculturelle. Dès lors que deux cultures sont en mesure de se rencontrer, et cela peut se dérouler tant dans un contexte international que national, les individus porteurs de leur culture respective adopteront, consciemment ou inconsciemment, à bon escient ou non, une attitude interculturelle. Dans le cadre précis de la chaîne ARTE, la première de nos interrogations est celle de l'établissement d'un environnement propice à une situation interculturelle positive.

### 3) ARTE, sphère d'interculturel « volontaire ».<sup>158</sup>

L'interculturel prend en compte l'ensemble des disparités culturelles, des différents codes sociaux, tout en tâchant d'en distinguer les similitudes. L'interculturalité ouvre la voie à

---

<sup>155</sup> Abdallah-Preteceille, Martine. *Vers une pédagogie interculturelle*. Paris : Anthropos, 1996.

<sup>156</sup> Ibid. p.40.

<sup>157</sup> Clanet, Claude. *L'interculturel*. Introduction aux approches interculturelles en Education et en Sciences Humaines, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 1993, p.24.

<sup>158</sup> Nous empruntons le terme à Jacques Demorgon, (voir p.55 sur l'interculturel volontaire dans Demorgon, Jacques, et Rémi Hess. *Critique de l'interculturel: l'horizon de la sociologie*. Anthropologie. Paris: Économica Anthropos, 2005.).

l'altérité, et l'individu détenteur de compétences interculturelles aura acquis une certaine flexibilité – plutôt une flexibilité certaine – pour s'adapter aux cultures inconnues, minimiser les chocs et conflits dus à cette confrontation entre cultures, et sera capable de développer un véritable *discours interculturel* en faveur du *dialogue des cultures*<sup>159</sup>. Au cours de toute situation interculturelle, en considérant l'interculturel comme le « déroulement et les formes d'expression des rencontres entre différentes cultures à tous les niveaux – journaux, médias audiovisuels, littérature, etc. »<sup>160</sup>, une situation de *communication interculturelle* est à même de se mettre en place. Une rencontre interculturelle réussie engendre un partage de connaissances, de savoirs, d'expériences. Les membres de cultures différentes, en entrant en dialogue, échangent leurs références culturelles. Se dessine alors un véritable flux réciproque entre les cultures engagées, et ces dernières en sortiront augmentées, enrichies. Du côté de l'individu formé à l'interculturel, que nous appelons « interculturellement compétent », l'ouverture au dialogue interculturel fait figure de *démarche volontariste*, de réel souhait de dépasser les encombrances résultantes des chocs culturels.

L'interculturalité est une façon particulière de vivre avec plusieurs cultures. Elle suppose, dans la société et chez les individus, un certain type de rapport aux cultures, une volonté de surmonter les obstacles de la communication qui résultent de la différence culturelle pour profiter des richesses de chacune.<sup>161</sup>

La recherche interculturelle tient plus de l'étude des rapports entre les cultures – et le pluriel est ici porteur de sens – ou encore du rapport entre l'*Ego* et *Autrui*, dans une dimension plus philosophique qu'anthropologique. Le rapport à l'Homme se doit d'être mentionné, l'individu étant au cœur de toute situation interculturelle.

---

<sup>159</sup> À propos du terme « dialogue », voir les apports d'Eckmann, Monique. « Chapitre 1. Identité – identités ». Dans *Identités en conflit, dialogue des mémoires : Enjeux identitaires dans les rencontres intergroupes*, 15-51. Le social dans la cité. Genève: Éditions ies, 2017, disponible à l'adresse suivante <http://books.openedition.org/ies/1513>.

« Si l'identité est un processus qui se construit tout au long de la vie, le dialogue des identités en est l'instrument le plus éclatant. Ce dialogue a plusieurs facettes, individuelles et intimes, sociales et politiques et se construit dans l'interaction permanente entre moi et l'autre, nous et les autres. Dans ce dialogue, chacun est amené à se positionner dans son identité ou plutôt à s'identifier – de façon sereine ou critique – à ses appartenances. »

Le dialogue, s'il contribue largement au processus d'identification, induit une attitude comparatiste. Eckmann met ici en lumière le déclenchement de rapports de force lors du dialogue entre identités. L'interaction entre le *Soi* et l'*Autre* est forte, mais chacun se réfère, consciemment ou inconsciemment, à sa propre identité, à ses propres références. Un dialogue inter-identitaire productif et non nocif ne doit pas considérer une identité comme supérieure à une autre, tout comme la rencontre interculturelle ne doit pas privilégier l'une des cultures en jeu.

<sup>160</sup> Lüsebrink, H-J. *Les concepts de "Culture" et d'Interculturalité*, avril 1998.

<sup>161</sup> Verbunt, Gilles. *La société interculturelle : Vivre la Diversité*. Seuil, Paris, 2001 p.90.

Ce qui entre en relation, ce ne sont pas des cultures ou des identités nationales, la communication implique toujours des personnes et ce sont elles qui véhiculent ou médiatisent les rapports entre cultures.<sup>162</sup>

L'interculturel sera considéré comme performant si les acteurs parviennent à s'extérioriser, se libérer du groupe culturel auquel ils appartiennent, s'ils sont capables de produire une analyse et un comportement dans une perspective plus large que leur sphère personnelle. En se détachant de tout ethnocentrisme, des préjugés et des stéréotypes, en produisant une démarche de compréhension de l'*Autre* assumée et assimilée, la situation interculturelle sera porteuse de sens. L'*Alter* et l'*Ego* sont en mesure de dialoguer si chacun met à sa disposition, ainsi qu'à la disposition de l'*Autre*, l'ensemble des éléments essentiels à la compréhension. Le *dialogue interculturel* est une démarche de mise en confiance, d'écoute et de respect, en prenant soin de ne jamais basculer dans une forme de propagande de sa propre culture en dépit de celle de l'*Autre*. Pour que tout groupe fonctionne de manière pérenne dans l'interculturel, les partenaires engagés doivent mener une réflexion profonde sur les codes culturels mis en jeu, accepter que leurs propres modèles puissent être remis en question, s'attendre à ce qu'un nouveau système puisse s'articuler, pour donner naissance à une nouvelle culture, une « culture tierce. »<sup>163</sup>

Le terme [interculturel] même implique l'idée d'inter-relation, de rapports et d'échanges entre cultures différentes. Il faut moins le comprendre comme le contact entre deux objets indépendants (deux cultures en contact) qu'en tant qu'interaction où ces objets se constituent autant qu'ils communiquent.<sup>164</sup>

L'interculturel peut être considéré comme outil facilitant la cohabitation des cultures, des cultures en mutation permanente, dont le processus évolutif doit être préservé. Chaque acteur de l'interculturalité, en acceptant que toute culture soit légitime, est en mesure de réfléchir différemment sur sa propre culture. L'interculturel s'exprime dans la pratique, en effet, les phénomènes interculturels sont des « phénomènes qui résultent du contact direct et continu

---

<sup>162</sup> Ladmiral, J-R, Lipiansky E-M. *La communication interculturelle*, 1989, p.11.

<sup>163</sup> Marandon, Gérard. « Au-delà de l'empathie, cultiver la confiance : clés pour la rencontre interculturelle », *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, num. 61-62, p.259-282, Fundació CIDOB, mai-juin 2003, disponible à l'adresse suivante :

<http://docplayer.fr/16393855-Au-dela-de-l-empathie-cultiver-la-confiance-cles-pour-la-rencontre-interculturelle.html>, consulté le 10 février 2018.

<sup>164</sup> Ladmiral J-R, et Lipiansky E-M. *La communication interculturelle*, 2015, p.10.

entre des groupes d'individus de cultures différentes, avec des changements subséquents dans les types culturels originaux de l'un ou des deux groupes.»<sup>165</sup>

Alors que quelques théoriciens critiques de l'interculturel craignent un lissage des cultures, craignent que l'interculturalité n'occulte les civilisations, n'uniformise les identités, nous prenons en compte les processus d'interculturalité comme acceptation des différences, comme *outil* favorisant la flexibilité et l'adaptabilité, mettant au contraire en valeur les diversités, qu'elles soient d'ordre idéologique, politique ou social. Plutôt qu'un lissage, il s'agit de trouver quelques points d'ancrage facilitant la compréhension, d'accepter une forme d'homogénéisation pour mettre en exergue la diversité culturelle, la diversité des valeurs morales de chacun.

Concernant les notions de flexibilité et d'évitement des conflits, qui nous intéressent particulièrement puisqu'à l'origine même de la bonne mise en œuvre d'un projet tel qu'ARTE, ainsi que de sa longévité, les apports de Gérard Marandon<sup>166</sup> nous ont été d'une grande utilité. Dans son article à propos des situations interculturelles, définies comme étant le produit de la rencontre entre individus ne partageant pas le même système de représentations et les exprimant différemment, ainsi qu'à propos de la gestion des conflits qui en résultent, l'auteur emploie le terme d'« ajustement » dans le cadre de la résolution de conflits, en considérant le conflit, comme inhérent à « un certain nombre de facteurs qui peuvent faire obstacle à la communication, en particulier : les intentions des protagonistes, leurs attentes et leurs attitudes personnelles à l'égard de l'autre personne ou de l'autre groupe. »<sup>167</sup> Il existe dans la rencontre interculturelle des facteurs de conflits manifestes telle que la langue, mais aussi des facteurs tacites, résultant de différences culturelles. Tout individu est influencé par l'environnement culturel dans lequel il s'est développé, un environnement culturel qui détermine son rapport à l'*Autre*, ainsi que son propre comportement. Dans le domaine de la communication verbale et non verbale, la différence culturelle peut induire une toute autre interprétation de l'humour, des sous-entendus et autre jeux de langage, des interprétations multiples à l'origine de malentendus.

S'il faut éviter tout débordement lors de la rencontre interculturelle, le conflit peut être profitable au groupe si ce dernier a construit des *objectifs communs*. Le désir de résolution du

---

<sup>165</sup> Devereux, Georges. *Ethnopsychanalyse complémentariste*, traduit de l'anglais par Tina Jolas et Henri Gobard. Paris, Flammarion, 1992 p.201.

<sup>166</sup> Marandon, Gérard. « Au-delà de l'empathie, cultiver la confiance », 2003.

<sup>167</sup> Idem, p.260.

conflit mène à une réflexion profonde entre les différents acteurs engagés. Il accroît la compétence de gestion de ce type de problématique. Une situation interculturelle sans conflit est finalement bien moins productive qu'une situation avec conflits. Il existe une forme de *conflits productifs*, permettant d'atteindre ces objectifs communs, de renforcer l'attachement au groupe par l'ensemble des individus concernés.

Il est évident qu'un excès de conflit doit être évité, mais l'absence de conflit est tout aussi indésirable, car elle diminue la capacité de traiter l'information complexe.<sup>168</sup>

De Dreu et Van de Vliert ont caractérisé deux types de conflits, le *conflit cognitif* et le *conflit affectif*<sup>169</sup>, des conflits respectivement productifs pour l'un, infructueux pour l'autre.

Le conflit cognitif concerne les tâches à accomplir et porte sur les objectifs et les modalités permettant de les atteindre tandis que le conflit affectif est lié à la personnalité et émerge lorsque les enjeux associés aux tâches interfèrent avec les préférences, les opinions ou les principes moraux des personnes.<sup>170</sup>

Le conflit cognitif permet de mettre en place un environnement propice au dialogue par l'argumentation. La gestion du conflit cognitif permet de constituer un projet commun, de favoriser l'échange, d'atteindre des objectifs communs. Le conflit affectif souligne quant à lui le malentendu, et diminue l'efficacité de production du groupe. Le facteur risque de désaccords augmente, et les relations menacent de se détériorer. L'image de l'*Autre* et l'image de *Soi* sont toutes deux menacées.

Le conflit cognitif peut être considéré comme fonctionnel en termes d'objectifs, de tâches et de décisions, alors que le conflit affectif s'avère dysfonctionnel, en ce qu'il contrarie les effets du conflit cognitif et dégrade le climat relationnel des échanges. (Amason & Schweiger, 1997 :105<sup>171</sup>)<sup>172</sup>

---

<sup>168</sup> De Dreu, C.K.W. « Productive conflict : the importance of conflict management and conflict issue ». Dans De Dreu & Van De Vliert (Eds.) *Using conflict in organization*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, 1997, p.10-22, p.13. Cité depuis Marandon, G. « Au-delà de l'empathie, cultiver la confiance : clés pour la rencontre interculturelle - PDF ». p.260.

<sup>169</sup> De Dreu, C. K. W. & Van de Vliert, E. "Introduction: Using conflict in organizations". Dans: C. K. W. De Dreu, C.K.W. & Van de Vliert, E. *Using conflict in organizations*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, 1997. pp.1-7.

<sup>170</sup> Marandon G., « Au-delà de l'empathie, cultiver la confiance » 2003, p.261.

<sup>171</sup> Amason, A. C. & Schweiger, D. M. "The effects of conflict on strategic decision making effectiveness and organisational performance". Dans: De Dreu, C. K. W. & Van de Vliert, E., *Using conflict in organizations*. Thousand Oaks, London: New Delhi: Sage Publications, 1997. pp. 101-115.

<sup>172</sup> Marandon G., « Au-delà de l'empathie, cultiver la confiance », 2003, p.261.

Dans l'interculturalité, les conflits sont déterminés par des facteurs certes purement culturels, propres aux représentations de chaque individu engagé dans la situation interculturelle, mais tout autant par un facteur relationnel, propre à la personnalité de chacun, qui modifie les réactions face à une situation inconnue, nouvelle, impliquant l'acceptation des constituants culturels de l'*Autre*.<sup>173</sup>

La difficulté lors de la rencontre interculturelle réside dans la gestion de la question des différences de communication. Cette capacité est propre à chaque individu, chaque individu est plus ou moins compétent dans l'interculturel, il est donc souhaitable de créer les conditions favorables à l'échange, au dialogue, pour que les conflits soient de l'ordre du cognitif et non de l'affectif. Toute situation de communication engendre un rapport à l'*Autre*, parfois complexe et ce même entre individus partageant une langue et des valeurs communes ; lorsque la situation de communication est de l'ordre de l'interculturel, cette problématique est décuplée. Il faut donc créer un environnement permettant à l'ensemble des participants de ne pas se laisser déborder par l'affectif, de faire en sorte que ces derniers ne considèrent pas la situation conflictuelle comme une agression, comme une offense à leurs propres cultures, mais bien comme l'occasion de profiter de chacune des expériences, aussi diverses soient-elles, pour en tirer le meilleur parti et avancer ensemble à l'élaboration d'une tâche commune. Finalement, lors d'un processus de communication interculturelle, les conflits et tensions permettent l'échange, leur dépassement permet la création. Nous avons cherché à le démontrer lors de notre analyse de terrain à Strasbourg, où nous avons pu vérifier qu'ARTE s'est constituée dans une tradition d'évitement du conflit d'une part, dans sa structure juridique, d'autre part dans la rencontre effective des cultures professionnelles françaises et allemandes, là où le conflit fut inévitable.

#### *Au choc des idées jaillit la lumière.*<sup>174</sup>

Un véritable processus de créativité, de renouveau, de création naît de la confrontation des opinions et des cultures. Le dialogue permet d'échanger, de générer de nouvelles idées. Est fréquemment utilisé le terme de « chocs culturels », l'idée de choc n'étant pas à interpréter de

---

<sup>173</sup> Marandon mentionne à ce sujet les *conflits de valeur* : « Ces valeurs, auxquelles la plupart des gens n'ont pas un accès véritablement conscient, ont un poids souvent considérable sur les rencontres interculturelles et les rationalisations visant à expliquer les malentendus ne font que renforcer le rôle déterminant des différences de valeurs.

Du fait même que ces valeurs sont constitutives de la personnalité, toute remise en cause, toute menace, dont elles peuvent être l'objet, sont vécues sur le mode défensif et sont inductrices de conflits affectifs, pouvant donner lieu à des réactions d'animosité [...] » dans Marandon G. « Au-delà de l'empathie, cultiver la confiance », 2003, p.271.

<sup>174</sup> Nicolas Boileau, philosophe et écrivain français, XVIIe .

manière péjorative, mais bien comme contact, comme rencontre entre cultures, comme outil constitutif de l'identité de chacun. Nombreux sont les ouvrages évoquant les chocs entre cultures, lorsque ces groupes sociaux sont menés à se rencontrer, de manière aléatoire, volontaire ou par nécessité. Nous pouvons citer à ce sujet l'œuvre de Samuel Huntington, parue en 1996, *Le choc des civilisations*<sup>175</sup>, qui fut l'objet de moult réactions. L'auteur tâche d'y structurer les relations internationales non pas en se fondant sur des aspects géopolitiques ou idéologiques, mais culturels. Les oppositions culturelles qu'il dégage sont nommées « civilisationnelles ». Il identifie ainsi neuf civilisations<sup>176</sup> en restant profondément influencé par la dimension religieuse. Il définit la civilisation comme « le mode le plus élevé de regroupement et le niveau le plus haut d'identité culturelle dont les humains ont besoin pour se distinguer des autres espèces. Elle se définit à la fois par des éléments objectifs, comme la langue, l'histoire, la religion, les coutumes, les institutions, et par des éléments subjectifs d'auto-identification. »<sup>177</sup> Pour en revenir à la terminologie de « choc culturel », notons que cette qualification paraît négative dans le sens où elle met en exergue l'idée d'incompréhension de l'*Autre*, le conflit, voire la non-productivité. La communication interculturelle entre alors en jeu et tente de répondre à cette problématique. La communication interculturelle se profile comme solution aux malentendus, favorise un environnement d'échange, voire la constitution d'une sphère sociale tierce.

[...] un choc culturel, défini comme une réaction de dépaysement, plus encore de frustration ou de rejet, de révolte ou d'anxiété, en un mot, c'est une expérience émotionnelle et intellectuelle qui apparaît chez ceux, qui, du fait des circonstances ou de par leur profession, se trouvent hors-jeu dans leur contexte socioculturel, se trouvent engagés dans l'approche de l'étranger : ce choc, pour autant qu'il soit analysé et travaillé, est un moyen important de prise de conscience de sa propre identité sociale.<sup>178</sup>

Alors, et uniquement dans cette acceptation, le choc culturel peut être source de créativité. Au cœur de la pratique interculturelle, il est à l'origine de la constitution d'une « culture tierce. » Une nouvelle culture s'engendre, unique, car propre à une rencontre interculturelle précise, une nouvelle culture à considérer comme « un espace de coopération, au sein duquel les

---

<sup>175</sup> Huntington, Samuel. *Le Choc des civilisations* (1996), trad. Jean-Luc Fidel et Geneviève Joublain, Patrice Jorland, Jean-Jacques Pédussaud, éd. Odile Jacob, coll. « Poches Odile Jacob », 2000.

<sup>176</sup> Occidentale, Américaine Latine, Africaine, Islamique, Sinitique, Hindoue, Orthodoxe, Bouddhiste, Nippone.

<sup>177</sup> Idem, Huntington, Samuel. *Le Choc des civilisations* (1996), page 40.

<sup>178</sup> Cohen-Emerique M. Choc culturel et relations interculturelles dans la pratique des travailleurs sociaux. Formation par la méthode des incidents critiques. *Cahiers de Sociologie économique et culturelle, (Ethnopsychologie)* n° 2, Décembre 1984, pp. 183-218, p.184.

partenaires se mobilisent en direction de l'atteinte de buts communs et de la satisfaction des personnes. »<sup>179</sup>

Il est donc nécessaire de favoriser le dialogue entre groupes et ce même s'il existe une ou plusieurs formes de conflits consécutifs de la rencontre interculturelle. Les protagonistes de la rencontre compétents dans l'interculturel sont aptes à créer une forme d'empathie, à se rapprocher et tâcher de comprendre l'*Autre*, malgré des méthodes ou intérêts divergents. Le dialogue prend ici toute son importance, il s'instaure pour réduire les tensions, pour favoriser la résolution de conflit, et tend à modifier les attitudes de chacun des membres du groupe impliqué. Dans le dialogue interculturel, l'individu révisé sa perception de soi.

Notre étude de terrain au sein de la structure commune d'ARTE basée à Strasbourg nous a permis d'évaluer les capacités de l'ensemble des collaborateurs à constituer cet environnement propice à l'entente, afin d'atteindre ce but commun d'échange et de transferts de biens culturels via une programmation franco-allemande à portée européenne. Ces collaborateurs doivent être conscients de leur mission interculturelle et des éventuelles concessions que cela implique pour la mener à bien.

Les expériences interculturelles tendent donc à démontrer que tout contact interculturel devient efficace lorsque les acteurs en jeu travaillent ensemble à un *but commun*. À l'inverse d'une rencontre *spontanée* qui induit fréquemment nombre de malentendus, lorsque sont mises en place les conditions nécessaires au bon fonctionnement d'une rencontre interculturelle, cette fois-ci *programmée*, l'on constate que la rencontre est productive, qu'elle finit par le devenir. Monique Eckmann relate des travaux d'Amin<sup>180</sup>, Hewstone et Brown<sup>181</sup> et Pettigrew<sup>182</sup> pour déterminer cinq conditions de réussite lors de toute rencontre :

1. L' « égalité de statut » entre les membres des groupes impliqués.
2. Une rencontre établie pour atteindre un ou plusieurs buts communs.
3. Le « soutien institutionnel » ou « l'approbation de l'entourage ».
4. Une « interdépendance coopérative sans compétition entre les deux groupes ».

---

<sup>179</sup> Marandon G. « Au-delà de l'empathie, cultiver la confiance », 2003, p.276.

<sup>180</sup> Maalouf, Amin. *Les identités meurtrières*. Paris, Grasset, 1998.

<sup>181</sup> Hewstone, Miles & Brown, Rupert. « Contact is not enough : an intergroup perspective on the "contact hypothesis" », in *Contact and conflict in Inter-group Encounters*. Oxford, Blackwell, 1986.

<sup>182</sup> Pettigrew, Thomas F. « Intergroup Contact Theory », in *Annual Review of Psychology* N° 49, pp. 65-85, 1998.



5. Un environnement et des contacts propices à la constitution d'un sentiment de « proximité » entre les individus, « voire d'amitié ». <sup>183</sup>

Demorgon consacre lui aussi quelques réflexions en relation directe avec les éléments que nous venons d'aborder, puisqu'il distingue dans son approche deux types de relations interculturelles, l'une *factuelle*, donc de fait, par la rencontre spontanée et aléatoire entre cultures ; l'autre *volontaire*, lorsque les protagonistes s'attèlent à constituer un contexte commun, un environnement favorisant la compréhension entre chacun des porteurs de cultures concernés par la rencontre dont il est question.

Quand les acteurs humains, avec leur culture, sont en relation, cette relation, sous toutes ses formes, est nécessairement *interculturelle*. Elle n'est pas, pour autant, voulue comme telle. On parlera d'un 'interculturel factuel'. Par contre, quand, aujourd'hui, tout un ensemble de discipline se développe, visant à permettre de meilleures relations entre personnes, groupes et sociétés de culture différente, on devra parler d'un 'interculturel volontaire'. Il est clairement voulu et énoncé comme tel. <sup>184</sup>

L'*interculturel volontaire* est « né au cours de la seconde moitié du XXe siècle, dans plusieurs domaines pratiques : les entreprises, l'immigration, la construction européenne. Il est resté dans l'actualité, sinon à la mode, en relation à la mondialisation avec le développement des échanges. » <sup>185</sup>

Dans le cadre de la chaîne culturelle européenne, directe descendante d'un élan politique en faveur du rapprochement franco-allemand <sup>186</sup>, nous nous situons dans un *interculturel volontaire*. Socle fondamental pour l'Europe, le travail de coopération franco-allemand s'est exprimé tant politiquement, économiquement que culturellement, et la création d'une chaîne à visée européenne s'est vue prise en charge par les deux partis, dans la continuité de leur travail de réconciliation. La relation entre France et Allemagne est l'exemple type d'un *interculturel volontaire*. Français et Allemands ont travaillé à leur réconciliation, ont mis en place les outils nécessaires pour y parvenir. Pour produire cette relation amicale, les manœuvres furent certes très ancrées politiquement, mais cette impulsion politique était

---

<sup>183</sup> L'ensemble des termes entre guillemets dans ces cinq points sont directement cités depuis l'ouvrage d'Eckmann, M. « Chapitre 3. Conflit, rencontre et dialogue entre Israéliens et Palestiniens ». In *Identités en conflit, dialogue des mémoires : Enjeux identitaires dans les rencontres intergroupes*, 99-145. Le social dans la cité. Genève: Éditions ies, 2017, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://books.openedition.org/ies/1515>.

<sup>184</sup> Demorgon, J. *Complexité des cultures et de l'interculturel*, 2015, p.37.

<sup>185</sup> Demorgon, J & Hess, R. *Critique de l'interculturel: l'horizon de la sociologie*, 2005, page 1.

<sup>186</sup> Nous développons dans les chapitres suivants l'histoire de la genèse de la chaîne selon l'angle des relations politiques et des politiques culturelles franco-allemandes.

indispensable dans un contexte particulier de lendemain de Guerre. Si aujourd'hui les échanges franco-allemands sont tout à fait ordinaires, si la coopération entre les deux nations est largement normalisée, si le franco-allemand fait figure de moteur dans la construction européenne, tout ceci était encore inconcevable il y a moins d'un siècle.

Des conditions favorables ont ainsi été créées pour rapprocher les peuples Allemands et Français, des conditions favorables à l'expression de l'interculturalité. L'OFAJ, que nous avons déjà cité, en est un exemple célèbre. L'office favorise l'échange et le dialogue entre jeunes français et allemands, permet à chacun de prendre connaissance des spécificités culturelles de l'*Autre*. Il s'agit bien ici, selon la définition qu'en fait Demorgon, d'un *interculturel volontaire*.

ARTE, par sa mission de rapprochement des peuples, de compréhension de l'*Autre*, s'inscrit dans le cadre d'un *interculturel volontaire*. Cet interculturel s'exprime tant dans ses contenus, à visée européenne, voire mondiale, qu'au sein même de ses équipes, dans et en dehors de ses locaux. ARTE incite à l'échange dans le cadre audiovisuel, et le transpose même à l'échelle plus large en soutenant la création, en faisant la promotion de festivals, en multipliant les rencontres entre professionnels internationaux de l'audiovisuel sur des projets communs. Nous développerons cette théorie d'*interculturel volontaire* chez ARTE dans notre rapport analytique faisant suite à notre étude de terrain, à travers quelques exemples concrets.<sup>187</sup> ARTE converge vers une *dynamique volontaire de rapprochement des peuples, de formation d'un environnement social et culturel commun*. En cherchant à constituer un dialogue entre les cultures, aussi bien du côté de la production avec l'harmonisation d'une équipe binationale, que du côté de la réception avec ses contenus à destination d'un public plurinational, ARTE fait figure de réel *média interculturel*.

L'*interculturel volontaire* favorise donc le dialogue. Nous proposons de développer quelques réflexions plus précises au sujet de la *communication interculturelle*, réflexions qui nous ont permis de mieux évaluer les interactions au sein de la structure binationale, de saisir quelles ont été, et quelles sont encore les problématiques en résultant. Notre réflexion est en grande partie fondée sur les théories de E.T. Hall et de G. Hofstede, puisque ces dernières sont directement applicables à la sphère entrepreneuriale.

---

<sup>187</sup> Voir axe second, chapitre I, page 284.

#### 4) La problématique de la communication interculturelle chez ARTE, quelques outils théoriques.

La culture comme la langue est un lieu de mise en scène de soi et des autres. Ancrée dans l'histoire, dans la relation, la culture joue et se joue des enfermements et des nominalisations, elle échappe aux définitions de clôture.<sup>188</sup>

##### *Les apports de Geert Hofstede.*

Comme nous avons pu l'évoquer précédemment, la constitution d'une culture est propre à chaque groupe social, et, admise anthropologiquement comme système, elle influe directement sur les conduites de chaque individu, hors et dans son propre groupe, dans ses rapports à l'*Autre*. Geert Hofstede<sup>189</sup> est parvenu à dégager quatre grands vecteurs suscitant de probables malentendus, à l'issue d'une étude de terrain au sein de l'entreprise IBM au début des années 1971. Ces antagonismes se produisent naturellement entre individus ou groupes d'individus de cultures nationales différentes, et tendent à modifier profondément le rapport à l'*Autre*, et, de fait, les styles de management. Si ces théories peuvent être critiquées car assez peu malléables, et surtout uniquement représentatives de la sphère d'étude spécifique que fut IBM, Hofstede a tout de même été en mesure d'étayer des indices culturels pour expliquer des conduites culturelles, indices qui nous ont été d'un grand apport puisqu'applicables à la communication interculturelle et nous ont permis d'analyser les rapports entre employés français et allemands d'ARTE, ainsi que de traiter la question du management au sein d'un tel groupe. Ces indices chiffrés, communiqués dans le premier chapitre de notre second axe<sup>190</sup>, analytique, ont servi de référence dans la constitution quelques-unes de nos hypothèses au sujet de la mise en place d'un dialogue interculturel entre les employés Français et Allemands de la Centrale de Strasbourg, et nous ont permis de mieux saisir les grands enjeux de ce contact entre cultures professionnelles.

Nous proposons ici un abrégé des grandes dimensions déterminées par Hofstede. Nous y reviendrons plus en détail dans notre rapport d'enquête<sup>191</sup>, en nous consacrant uniquement aux grandes variations culturelles ayant une influence particulière sur le quotidien des employés

---

<sup>188</sup> Abdallah-Preteceille, M. & Porcher, L. *Education et communication interculturelle*, 1996, p.61.

<sup>189</sup> Hofstede, G. *Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2001.

<sup>190</sup> Chapitre Premier : La force du dialogue interculturel au sein de la chaîne, seconde strate de l'interculturel télévisuel, 2) La confrontation des cultures professionnelles ou l'instauration d'un dialogue interculturel interne, page 340.

<sup>191</sup> Idem.

de la chaîne franco-allemande. L'ensemble des réflexions à suivre peuvent paraître stéréotypées et refléter une démarche comparative<sup>192</sup>, nous rappelons qu'il s'agit ici de théories fondées à partir des observations de Hofstede, que nous ne perdons pas de vue le fait que chaque sujet se construit socialement et culturellement à partir de ses expériences propres, que les traits de caractère et méthodes de management peuvent ainsi différer d'un individu à l'autre, quelle que soit sa nationalité. De grandes tendances semblent tout de même s'avérer vérifiables sur le terrain, nous y reviendrons.

La première dimension distinguée par le psychologue néerlandais concerne le *degré de distance au pouvoir*, ou *distance hiérarchique*. Ce degré peut être défini comme degré d'acceptation des inégalités hiérarchiques. Dans un contexte dit *élevé*, les inégalités sont acceptées. La hiérarchie est établie et acceptée ainsi, les individus en prennent conscience et acceptent ce qu'induisent les conceptions de « supérieurs » et de « subordonnés ». Dans un contexte *faible*, la hiérarchie est moins marquée, les entreprises proposent plus de travaux participatifs, les supérieurs hiérarchiques et managers ne prennent pas de décision sans prendre en compte l'avis de l'ensemble de leurs collaborateurs. France et Allemagne divergent déjà dans cette première dimension. La France établit ses rapports dans un degré élevé de distance au pouvoir, pendant que l'Allemagne établit les siens dans un degré plus faible. Le centralisme français serait à l'origine de cette distanciation. Les grandes instances, les Grandes Écoles situées en région parisienne mènent les hauts responsables à interagir dans un cercle plus fermé, à interagir plutôt avec leurs égaux, se préoccupant moins de l'apport de leurs subordonnés. De l'Allemagne décentralisée se seraient constitués des rapports plus directs entre collaborateurs, quels que soit leur échelon dans l'entreprise, des rapports directs et un intérêt pour l'avis de chacun menant par exemple à des réunions participatives.

---

<sup>192</sup> Comme le souligne Jacques Demorgon, si les cultures d'entreprise et managériale française et allemande révèlent des différences, celles-ci présentent cependant un objectif commun et non des moindres, celui du bon fonctionnement de leur entité, en cherchant un certain équilibre dans le rapport humain et la productivité. De fait, les deux cultures sont en mesure de se rapprocher en cherchant à atteindre ce but. Le sociologue s'appuie sur l'exemple des réunions pour appuyer ses propos.

« Dans toute réunion, il faut lier le souci des personnes et le souci des tâches. Trop penser aux tâches instrumentalise les personnes. Trop penser aux personnes détourne des contraintes irréductibles des tâches. Généralement, on présente ici les deux cultures, allemande et française, de façon caricaturale. La première serait plus respectueuse des tâches et moins des personnes ; la seconde plus respectueuse des personnes et moins des tâches. À partir de là, ce sera vite le malentendu tenace où chacun se donne raison à soi et tort à l'autre. On dérive vers des stéréotypes bien connus où l'on oppose efficacité et convivialité alors que les deux soucis existent de part et d'autre. En effet, les deux cultures cherchent à promouvoir le meilleur ajustement personnes – tâches. » Merkens, Hans, et Demorgon, Jacques. « Les Cultures d'entreprise et Le Management Interculturel. », s. d., 153, page 76.

La dimension suivante, le *degré d'acceptation de l'incertitude*, permet d'évaluer le rapport d'un groupe social avec l'inconnu. Dans un contexte dit élevé, Hofstede relève une forme d'anxiété des concernés, une forte prégnance émotionnelle, un besoin de structure dans les institutions. Dans un contexte faible, les individus éprouvent peu d'anxiété, ont une préférence pour le risque en restant pragmatiques. La France, par son besoin de lois et de structuration, obtient un degré d'acceptation de l'incertitude élevé. La pluralité des lois et de structures précises engendrent une capacité nette de développement, la France serait donc logiquement apte à être avant-gardiste et pionnière dans bon nombre de domaines. Cependant, et parce que l'ensemble des degrés évoqués par Hofstede se recourent et s'interpénètrent, le fait qu'il existe un nombre élevé de règles et de lois ne signifie pas pour autant que les individus les respectent à la lettre. Combiné au degré de distance hiérarchique fort, les détenteurs du pouvoir ne se sentent pas toujours concernés par les lois établies, et ne les appliquent pas nécessairement. L'Allemagne évite elle aussi l'incertitude, et si son degré d'acceptation est plus faible que ses voisins français, elle demeure une nation au degré d'acceptation de l'incertitude fort. Dans la veine des Kant, Fichte ou Hegel, les Allemands ont une nette préférence pour les démarches déductives plutôt qu'inductives. Afin de compenser leurs incertitudes, les Allemands misent sur l'expertise. Avant de s'exprimer sur un sujet, ou de tirer une conclusion qui serait, selon eux, trop hâtive, les Allemands préféreront avoir une vue d'ensemble des choses, évalueront toutes les issues possibles avant de s'exprimer sur un sujet. Cette attitude est observable lors de réunions, dans leurs prises de décisions quotidiennes, au cœur même de leur système juridique. Associé à leur faible contexte de distance au pouvoir, ils s'appuient sur l'avis de chacun avant de tirer quelque conclusion ou décision. Les écrits de Demorgon corroborent cette théorie, ce dernier décrit des « Allemands organisés, méthodiques, profonds, rigoureux. Ils respectent les ordres du jour fixés, honorent leurs engagements quant aux délais [...] »<sup>193</sup> Les Français pour leur part, toujours selon Demorgon, « ont le sens de l'improvisation, peuvent être brillants mais superficiels ou en tout cas fantaisistes. Ils bouleversent facilement un ordre du jour, ne respectent pas les délais. Ils sont plutôt oppositionnels alors que les Allemands sont plutôt consensuels. »<sup>194</sup> En France, cette *culture d'opposition* émane du système politique français, autoritaire dans un premier temps, puis centralisé, alors que l'Allemagne a hérité de son système fédéral une grande diversité politique, et une *culture du consensus*.

---

<sup>193</sup> Demorgon, J. *Complexité des cultures et de l'interculturel*, 2015, p.97.

<sup>194</sup> Ibid.

Hofstede associe à chaque société un degré de *masculinité* et de *féminité*. Dans une société dite masculine, l'on privilégie la carrière, l'excellence. Une société féminine privilégie la qualité de vie, la solidarité et le consensus. La France est ainsi considérée comme société féminine, et ce justifié par Hofstede par bon nombre de lois sociales, telles que le système médical, la sécurité sociale ou encore les trente-cinq heures. En Allemagne, la société est décrite comme masculine, avec une valeur du travail plus forte qu'en France, un système scolaire singulier qui permet aux élèves de s'orienter rapidement.

Le quatrième et dernier vecteur mis en valeur par Hofstede est le degré d'*individualisme* et de *collectivisme* des sociétés. Le degré varie selon l'intérêt que porte la société au groupe ou à l'individuel. Dans un pays à fort potentiel économique, le degré d'individualisme sera plus fort. Hofstede constate dans les sociétés individualistes une nette séparation entre vie privée et vie professionnelle, des relations franches dans la sphère professionnelle, une acceptation du conflit à condition qu'il satisfasse les intérêts personnels des individus en dialogue. Les sociétés collectivistes créent des liens de dépendance au sein des groupes, la vie professionnelle interfère donc dans la vie privée, et l'esprit d'équipe est plus fort. France et Allemagne ont développé un degré d'individualisme similaire, à cela près que les objectifs ne sont pas les mêmes. Le franc-parler prime en Allemagne, avec un système de communication très direct. L'Allemand sera honnête et ce même s'il risque de déclencher un conflit, mais ce uniquement dans le but de faire progresser, de faire réagir l'autre, cela étant directement lié avec le degré de distance hiérarchique, qui forge une communication elle aussi directe. En France, l'individualisme est plus fort encore, dans une tradition que l'on pourrait qualifier, en en grossissant les traits, de révolutionnaire et gréviste. Associé au fort degré de distance au pouvoir, et parce que les patrons, employés et syndicats échangent peu, le Français aura besoin d'un leader en cas de crise. Hofstede constate chez le Français la nécessité d'être le meilleur dans son domaine, d'être au sommet d'une activité, même si cela concerne un autre domaine que sa sphère professionnelle.

Hofstede a ajouté plus tardivement deux critères supplémentaires à ses recherches : l'*orientation à long ou court terme*, qui, comme son appellation l'indique, permet de distinguer en quelle mesure une société projette ses décisions et actions dans le futur. À ce titre, et en toute logique puisqu'associée à un degré d'acceptation de l'incertitude plus faible que les Français, les Allemands ont un système d'orientation à long terme plus développé que leurs voisins.

Le sixième et dernier degré est le degré d'*indulgence*, qui interroge sur la capacité des individus à gérer leurs désirs, selon le degré de socialisation et leur éducation. Une société *modérée* ou *restreinte* régule les impulsions de ses membres par des règles strictes, une société *indulgente* satisfait les besoins et désirs de ses membres. L'Allemagne affiche un score relativement faible, est donc catégorisée par Hofstede comme société *restreinte*, les actions de ses membres sont donc limitées par bon nombre de normes sociales, les Allemands accordent assez peu d'importance à leurs loisirs. La France n'obtient un résultat supérieur aux Allemands que de quelques points. Les scores obtenus par la France et l'Allemagne permettent de constater que le degré de distance au pouvoir est le degré le plus inégal, alors qu'il concerne directement les techniques de management et de rapport à l'*Autre* dans la sphère professionnelle. Cette thèse a été vérifiée lors de notre phase d'observation à Strasbourg dans les locaux d'ARTE. Outre l'individualisme et l'indulgence, Allemands et Français ont développé des systèmes culturels bien différents, parfois même contradictoires dans la sphère professionnelle et managériale.

### ***Les apports d'Edward Twitchell Hall.***

Edward Twitchell Hall<sup>195</sup> a développé une théorie de l'interculturel, applicable au management, sur laquelle nous avons pu nous appuyer dans le cadre l'étude de la constitution d'une entreprise télévisuelle commune. Des observations sur les relations sociales entre cultures proposées par l'anthropologue, trois grands axes sont à retenir.

Hall distingue les cultures à *haut contexte* ou *contexte riche (high-context)* des cultures à *bas contexte*, ou *contexte pauvre (low-context)*. Concernant la première, le groupe fonctionne à travers des messages implicites, n'a pas besoin de contextualiser les informations qu'il échange car il partage un socle commun fort. La communication non verbale y a toute son importance. À l'inverse, dans le cadre d'un bas contexte, les individus en relation sont contraints de préciser la teneur de leurs propos, d'être explicites, au risque de voir leur message mal interprété, et ce y compris au sein de leur propre groupe d'appartenance. Les rapports hiérarchiques y sont moins marqués tant les échanges sont dépourvus de tout ornement, contrairement aux cultures à haut contexte. Les Allemands, parce qu'ils disposent d'un discours nécessitant une structure argumentative, des informations claires, se rattachent à une culture *low-context*. L'éclatement de l'unité nationale et l'actuelle structure fédérale de

---

<sup>195</sup> À ce sujet consulter les deux ouvrages suivants :

- Hall, Edward T. & Petita, Amélie. *La dimension cachée*. Paris: Ed. du Seuil, 2014.
- Hall, Edward T. *The silent language*. New York: Anchor Books, 1990.

l'Allemagne, comme nous avons pu le décrire précédemment, est à l'origine de ces observations. Les Allemands ont besoin d'un « maximum d'informations explicites pour communiquer et interagir. »<sup>196</sup> Le Français à l'inverse, fort de son appartenance nationale, partageant un socle historique commun fort avec ses pairs, use d'un discours implicite, appartient à une culture *high-context*. Il a cependant été démontré que le Français sait jouer entre les deux types de discours, l'explicite et l'implicite, selon les situations. La rencontre entre cultures à haut contexte et à bas contexte peut mener à des malentendus, des confrontations et préjugés que le management interculturel tâche d'anticiper.

Dans un second temps, Hall introduit les notions de *cultures monochroniques* et *polychroniques*. À l'aide de ces néologismes, le théoricien traite du rapport au temps des individus appartenant à des groupes socio-culturels différents. Dans les cultures dites monochroniques, les tâches sont effectuées les unes après les autres, dans le respect de l'ordre établi afin de ne pas bousculer l'organisation globale du groupe. L'ensemble des participants est valorisé dans sa tâche à accomplir, notamment les spécialistes. L'expertise y est encouragée. Le résultat est d'ailleurs privilégié par rapport au bien être, à la qualité des relations internes au groupe. Hall inclut l'Allemagne dans les cultures monochroniques. La notion de temps est plus flexible au sein des cultures polychroniques. L'ordre du jour n'est pas toujours respecté, voir même parfois non établi. Les acteurs effectuant leurs tâches sont en mesure de changer le programme à tout moment, dénotent par ailleurs une certaine capacité d'adaptation, et sont capables d'effectuer plusieurs tâches simultanément. Plutôt que les experts, se sont les personnes polyvalentes qui sont alors valorisées. À l'inverse des cultures monochroniques, le relationnel est préféré au résultat. Le Français appartient à ce second groupe selon Hall, bien qu'il fasse une fois encore preuve de malléabilité, qu'il soit capable de faire preuve d'une grande force d'organisation pour convenir aux attentes de ses supérieurs ou collaborateurs. À l'Allemand qui préfère planifier ses rendez-vous, ses réunions, ses tâches, le Français s'attache plutôt à l'émotionnel. Concrètement et dans le cadre entrepreneurial, l'Allemand démarrera sa tâche rapidement en arrivant sur son lieu de travail, là où le Français prendra le temps de discuter avec les collègues qu'il croise, pour échanger sur des éléments de leurs sphères privées respectives. Au Français capable de prendre une décision rapidement, quitte à revenir dessus plus tard en constatant qu'elle n'était pas adaptée, l'Allemand prendra le temps de réfléchir à l'ensemble des issues possibles, se projettera un maximum pour éviter

---

<sup>196</sup> Loth, D. *Le management interculturel*, Paris, L'Harmattan, 2006, p.71.



toute modification ultérieure. Ce rapport au temps est comparable au critère *d'orientation à long terme* que décrit Hofstede.

Le dernier point développé par Hall influençant directement les cultures professionnelles de tout individu concerne le *rapport à l'espace*, nommé aussi la *distance interculturelle*. Hall use du terme de *proxémie* pour décrire ce rapport à l'espace, cette distance à l'*Autre*. L'exemple que nous avons cité précédemment illustre lui aussi ce caractère. L'Allemand, qui souhaite préserver son espace personnel, préfère ne pas s'exposer au sujet de sa sphère privée, alors que le Français cherche à créer une proximité. La gestuelle de salutation vérifie cette théorie, entre la bise préférée par les Français, et la poignée de main allemande, permettant de garder une certaine distance.

Le modèle décrit par E.T. Hall est particulièrement intéressant et nous a permis de mener notre enquête de terrain dans les locaux de Strasbourg, afin d'évaluer la capacité d'harmonisation de l'ensemble des employés de la chaîne. L'on peut cependant reprocher à ce modèle d'être parfois stéréotypé, et ne prenant que trop peu en compte les variations propres à l'individu ; des variations intellectuelles, morale ou environnementales.

Outre les apports de G. Hofstede et E.T. Hall, il semble non moins pertinent de mentionner les travaux de Fons Trompenaars et Charles Hampden-Turner<sup>197</sup>, qui s'appuient eux aussi sur l'édification, ou plutôt la caractérisation de dimensions culturelles, au nombre de sept les concernant. Ces grandes variables ont été pensées afin d'éviter nombre de situations vectrices de frustration, qui pourraient être consécutives des frictions des cultures au cœur d'organismes d'équipes multiculturelles. Le fait d'identifier ces différences culturelles font de la culture un *outil de résolution* d'éventuels conflits. Certaines des dimensions font écho aux théories de Hofstede et Hall, ainsi que de Kluckhohn, que nous avons déjà mentionné.

### ***Les apports de Charles Hampden-Turner et Fons Trompenaars.***

Trompenaars et Hampden-Turner scindent premièrement les cultures entre *universalisme* et *particularisme*. Dans les cultures où prime l'universalisme, les règles établies l'emportent sur l'aspect relationnel. Concrètement et dans la sphère entrepreneuriale, les lois et les normes doivent être appliquées et acceptées telles quelles ont été pensées et rédigées. À l'inverse, les

---

<sup>197</sup> Charles Hampden-Turner et Fons Trompenaars. *Au-delà du choc des cultures: dépasser les oppositions pour mieux travailler ensemble*. Manageris. Paris: Éd. d'Organisation, 2004.

particularistes acceptent plus aisément de les contourner, et n'hésitent pas à adopter des solutions particulières, uniques, au besoin de l'individu, ou d'un cas précis.

À partir d'un modèle similaire à celui proposé par Hofstede, la seconde dimension a pour objet les notions d'*individualisme* et de *collectivisme*. La différenciation répond à une interrogation principale : la culture étudiée donne-t-elle de l'importance à la solidarité, ou les objectifs personnels de chacun des individus sont-ils plutôt encouragés ? Lorsque le développement personnel et professionnel des sujets est associé à leur intégration dans un groupe plus large, la culture est considérée comme étant collectiviste, alors qu'une culture dite individualiste aura tendance à mettre l'accomplissement d'objectifs individuels au premier plan.

La troisième dimension, caractérisée par les termes de *neutralité/affectivité*, ou *l'objectivité/subjectivité* est fondée sur l'émotion, sur l'expression des sentiments. Les sujets de culture neutre ou objective ne témoignent pas de leurs sentiments sur leur lieu de travail, plus encore, le fait de partager ses sensations, ses envies ou ses angoisses est considéré comme une faiblesse, un comportement inapproprié. Au contraire, les cultures affectives ou subjectives considèrent de bien meilleure manière l'échange et le partage d'émotions. Parmi les conséquences directes et les éventuels sujets de discorde entre ces deux cultures, sont à noter un relationnel différent avec le manager, une communication verbale plus ou moins directe au sein des équipes, une communication non verbale plus ou moins marquée, ou encore plus ou moins d'adhésion à l'humour.

Trompenaars et Hampden-Turner distinguent ensuite les *engagements/rerelations limité(es)* ou *spécifiques* des *engagements/rerelations diffus(es)*. Dans le cas d'une culture à engagement limité, il existe une vraie différence, une vraie frontière entre vie privée, familiale, et vie professionnelle. Les relations entre employés restent professionnelles uniquement, et ces derniers adopteront une attitude qu'ils adapteront selon le statut du collègue ainsi que selon la situation dans laquelle ils échangent. Les cultures répondant à des relations diffuses favoriseraient quant à elles le relationnel entre cadres et employés. Le manager adoptera une conduite différente s'il rencontre ses subordonnés hors du contexte professionnel. Au sein des cultures dites diffuses, le fait d'entretenir de bonnes relations est synonyme de confiance, et donc de réussite, d'atteinte des objectifs, alors que les sujets de cultures limitées ou spécifiques estiment que l'engagement dans une entreprise est de fait assuré via la signature du contrat de travail. Cette dimension n'est pas sans rappeler, en certains points, les tendances

propres au *degré de distance au pouvoir* développées dans les théories de Hofstede, celles de la *distance interculturelle* chez Hall.

La dimension suivante est relative au statut de l'individu. Selon la culture, les statuts sociaux se voient *attribués* ou bien *acquis*. Le statut d'un individu est valorisé selon son âge, ses diplômes, son hérédité et son statut social (statut attribué) ou bien selon ses réalisations concrètes, ses expériences, ses résultats et ses compétences (statut acquis).

La sixième variable semble s'inspirer directement des théories de Hall et son rapport au temps, oscillant entre monochronique et polychronique, puisqu'elle distingue le *temps séquentiel* du *temps synchrone*. Les cultures à orientation temporelle séquentielle poussent l'individu à accomplir ses tâches les unes après les autres, et donc à planifier rigoureusement les réunions et les projets à venir. Dans une culture synchrone, les sujets se montrent plus agiles lorsqu'il s'agit de mener plusieurs tâches simultanément. S'ils semblent plus flexibles dans ce rapport au temps, l'on peut cependant parfois noter quelques failles organisationnelles.

La dernière dimension relevée par les deux spécialistes de la communication interculturelle est l'*orientation interne* ou *externe*, parfois aussi nommée *rapport à la nature*. Les managers de cultures à orientation interne ont en effet tendance à souhaiter le contrôle de l'environnement, de la nature, à souhaiter que tous exécutent les tâches selon la méthode définie, et feront acte d'une certaine forme d'autorité. À l'inverse, les cultures à orientations externe privilégient l'harmonie, l'entente, plus de souplesse et d'ouverture sur l'*Autre*.

Les deux chercheurs ont ainsi établi un modèle à première vue différentialiste d'analyse culturelle, non dans le but d'accentuer toute forme de stéréotypes ni de renforcer les clivages, mais bien dans le but précis de *tirer parti de la diversité*. La capacité de reconnaissance et d'identification de la pluralité des cultures constitue selon eux une *compétence interculturelle* non négligeable. Cette étude est d'un apport considérable dans la préhension de la notion de culture et de ses multiples facettes, tout en étant applicable au domaine de la communication interculturelle et à la problématique de résolution de conflits inhérents aux interactions pluriculturelles.

Les théories de Hall, Reed Hall, Hofstede, Trompenaars et Hampden-Turner démontrent à quel point la culture est intimement liée à la communication. La communication multiplie les chances de produire de la culture, de transmettre et sauvegarder un patrimoine culturel établi.

Tout l'intérêt des médias est ainsi clair, et, dans le cadre précis de notre recherche interculturelle, l'environnement en question est justement celui des médias : la télévision au moment de la création de la chaîne, désormais élargie au numérique et à ses programmes non linéaires. Il a été nécessaire pour mener notre recherche à bien de nous poser la question de ce mariage franco-allemand entre employés et collaborateurs au sein d'une chaîne de télévision et non dans un système entrepreneurial commun.

### 5) ARTE, outil de communication interculturelle ?

Les médias constituent une expérience interculturelle dans leur capacité à fournir au plus grand nombre la manifestation de la pluralité et de la diversité des cultures et des représentations nationales. En effet, « les médias offrent des espaces essentiels au dialogue indirect. Ils témoignent de la diversité culturelle de la société, mettent les cultures en contexte et proposent des plates-formes pour l'expression de points de vue divers auxquels leurs lecteurs, auditeurs ou spectateurs n'ont pas forcément accès dans leur quotidien. »<sup>198</sup>

De nos jours, une interculturelité de masse se développe par le biais des médias, le monde ouvre ses portes à la communication internationale, l'échange et le transfert d'informations est facilité par le développement des technologies. Les médias promeuvent une nouvelle culture, plus large, et il devient parfois même ardu de percevoir l'origine de certaines cultures nationales. Il n'existe en effet aucune culture non influencée par une autre. Les cultures répondent à des systèmes d'influence réciproques, et cette notion d'influence prend de l'ampleur dans nos sociétés actuelles, régies par la vitesse et l'ampleur des échanges informationnels et culturels.

Avant de proposer un développement du rapport entre les médias et la culture, il nous a semblé fondamental de nous pencher sur la notion même de *média*, que nous utilisons fréquemment par la suite.

Le terme *media* désigne les dispositifs de transmission d'idées, et prend désormais en compte l'ensemble des supports permettant la diffusion de messages sonores, visuels et graphiques. En faisant référence aux origines latines du terme, le *medium* indique la mise à disposition d'éléments de tout ordre, le *medium* comme *moyen*.

---

<sup>198</sup> Bergan, Sjur, Restoueix, Jean-Philippe & Conseil de l'Europe. *Le dialogue interculturel sur les campus universitaires*. Strasbourg, France: Conseil de l'Europe, 2009, p.188.

Un média est un support matériel qui permet d'établir une communication (écrite, orale, audiovisuelle) entre différents acteurs (producteurs, diffuseurs, usagers). Les médias sont des dispositifs complexes à la fois d'ordre sémiotique (langage écrit ou oral, images fixes ou animées), d'ordre technique (encre et papier, écran et ordinateur), d'ordre économique (financier et organisationnel) et d'ordre politique et social [...] On peut distinguer les *entreprises* médiatiques (presse écrite, radio, télévision, cinéma) des *dispositifs* médiatiques (blog, site Internet, téléphone mobile, réseaux sociaux). Ces derniers permettent de communiquer mais, généralement, n'émanent pas d'entreprises spécialisées dans le divertissement et l'information.<sup>199</sup>

La notion de médiation, de communication entre diffuseurs et récepteurs est au centre de cette définition, définition sur laquelle nous allons pouvoir nous appuyer dans le cadre de nos investigations. L'amélioration des conditions techniques joue elle aussi un rôle majeur dans la communication et la médiation. Grâce aux nouveaux moyens de diffusion, le transfert d'images vers l'étranger s'est démultiplié. Les médias jouent le premier rôle tant dans l'export que dans l'import d'images étrangères, ou vers l'étranger, et donc, de fait, un rôle majeur dans la sphère de la communication interculturelle, puisqu'un dialogue se tisse entre les nations, entre les cultures, puisque chaque individu est en mesure de prendre connaissance des actualités extérieures et internationales, avec une grande facilité.

#### **a) Les ambiguïtés de la télévision culturelle.**

Afin de mieux cerner notre acception de la *télévision culturelle*, nous nous référons aux travaux de François Jost, ces derniers faisant figure d'incontournable. Le sociologue interroge avec justesse la place de l'adjectif *culturel* dans les missions de la télévision publique. Soulignons par ailleurs qu'il prend soin de n'utiliser le terme que dans sa forme adjectivale lorsqu'il l'applique au média télévisuel.

On parle de « magazine culturel », on loue l'apport culturel d'un documentaire, mais il n'existe aucun nom pour désigner un genre spécifiquement culturel. En d'autres termes, la culture est toujours adjectivale, elle qualifie un dispositif identifiable et descriptible sous cette épithète. Elle relève donc d'un jugement de valeur qui est toujours une sorte de méta-catégorie.<sup>200</sup>

---

<sup>199</sup> Définition du Larousse ed. 2015.

<sup>200</sup> Jost, François. « Peut-on parler de télévision culturelle ? » *Télévision*, n° 2 (2011): 11-24.

Le caractère polymorphe de la culture rend en effet difficile toute esquisse de ses confins – si seulement confins il y avait. Et pour cause, « la culture selon la télévision est à l'image de Protée, prête à emprunter de multiples formes. »<sup>201</sup>

Lors d'un séminaire tenu à l'École Nationale des Chartes en avril 2018, François Jost, présent pour évoquer les métamorphoses de la culture à la télévision, mentionnait en premier lieu les missions – théoriques – de la télévision publique française : *informer, cultiver, distraire*. Une triade qu'il qualifie de dissensuelle, puisque le terme *cultiver* a longtemps permuté pour devenir *éduquer*, soulignant les hésitations des acteurs de l'audiovisuel quant à la fonction exacte de leur propre média. À elle seule, cette « devise » théorique résume les paradoxes de la télévision culturelle.

L'on peut, selon le sociologue, diviser la programmation télévisuelle en trois types : les programmes associés au *monde réel*, ceux relatifs au *monde ludique*, et enfin ceux liés à un *univers fictif*<sup>202</sup>. Ce classement en catégories distinctes permet d'appréhender le lourd combat des professionnels de l'audiovisuel, qui luttent pour ancrer leurs contenus dans l'un de ces trois *mondes*. À la question « La culture doit-elle être considérée comme un quatrième pôle ? », le professeur répond par la négative.

[...] la culture n'est pas un « pôle » en soi, elle n'est pas un angle supplémentaire qui transformerait le triangle des mondes en carré, elle est plutôt une sorte de cercle ou de sphère enveloppant les programmes fictifs, documentaires ou ludiques d'une aura légitime.<sup>203</sup>

Le « culturel » s'attache donc, d'une manière ou d'une autre, aux trois pôles que nous avons mentionnés. Un tour d'horizon succinct de l'histoire de la culture en télévision française, ponctué de quelques gloses sur le rapport de tension entre ce qui touche au culturel et ce qui touche à l'éducatif nous permettra d'y voir un peu plus clair. Dès les années 1940, la télévision aurait eu pour rôle d'*éduquer, orienter, distraire*<sup>204</sup>. Là où l'éducatif touche au scolaire, le culturel est considéré comme étant « ce qui touche au grand public ». À la fin des

---

<sup>201</sup> Ibid.

<sup>202</sup> Voir à ce sujet les théories sur la télévision de François Jost, qui se fondent entre autres sur cette stratification en *mondes*.

<sup>203</sup> Ibid. Jost, François. Les notions d'*aura* et de *légitimité* seront traitées au cours de cette partie théorique, notamment lorsque nous aborderons les théories de l'École de Francfort et de Pierre Bourdieu.

<sup>204</sup> Selon une note de Robert Bichet, sous secrétaire d'état à l'information, en 1948, et qui est moins une formule identitaire qu'une déclaration d'intention.

années 1950, l'on s'interrogeait sur la portée de la télévision. Jean d'Arcy, à l'époque directeur des programmes, précisait que le culturel en télévision est à la portée d'un « nouvel auditoire, qui n'est plus l'auditoire restreint des théâtres parisiens [...] [il] s'agit cette fois du pays tout entier. »<sup>205</sup> 1964 marquait un tournant avec la création de la deuxième chaîne. Peu à peu, la télévision publique fut perçue comme caisse de résonance des institutions culturelles. La télévision devait rendre la culture accessible au plus grand nombre. La légitimité de la télévision comme diffuseur de culture fut alors remise en cause. Par essence populaire, comment ce média peut-il répondre à de telles attentes ? Alors que l'on considère sans la moindre contestation le livre comme véhicule de la pensée, l'image touche, pour les détracteurs d'une télévision culturelle, au populaire, non à l'intellectuel. En 1968, les trois missions de la télévision prennent une nouvelle orientation, celle de l'information. Désormais, le média *éduque, informe, distrait*. L'année 1975 signait une nouvelle rupture, avec l'éclatement de l'ORTF. Pour de grandes figures de la télévision, à l'instar de Bernard Pivot, la télévision doit être faite pour le grand public, elle « n'est pas faite pour les intellectuels. »<sup>206</sup> Se dégageait alors un certain mépris pour tout ce qui touchait à l'intellectuel en télévision. Cette forte rupture est vérifiable dans les programmes télévisuels, dans lesquels l'on a en outre pu passer d'un modèle de *culture cultivée* à une forme de *promotion culturelle*.

Précisons rapidement les limites du *culturel* et de la *promotion culturelle* en télévision. Alors que la *culture* donne à réfléchir, sans s'inscrire dans un contexte particulier, la *promotion culturelle* s'appuie sur une *actualité*. Cette différenciation souligne la complexité de désignation de *la culture*. Jack Lang, qui a élargi la définition de la culture au profit de la musique contemporaine, ou encore de la bande dessinée, a fortement participé à ce nouveau paradigme, faisant même glisser la télévision dans une tradition du « *tout culturel* ». Des émissions cultes comme « *On n'est pas couché* », dont le format comme le contenu tendent à la promotion culturelle, sont alors classées « culture, connaissance, magazine » par l'INA.

[...] toute émission faisait la promotion ou la communication d'un bien culturel devint du même coup une émission culturelle.<sup>207</sup>

---

<sup>205</sup> Nous citons ici directement François Jost, lors du séminaire du 12 avril 2018 à L'École Nationale des Chartes, Paris.

<sup>206</sup> « La télévision, défend Pivot, n'est pas faite pour les intellectuels. Ils ont leurs revues, leurs journaux. La télévision est faite pour le grand public » *Le Quotidien de Paris*, 24 avril 1975.

<sup>207</sup> Ibid. Jost, François.

Dans le cas de la chaîne ARTE, il est intéressant de spécifier que le *traitement* des sujets transforme ces derniers en *contenus culturels*. François Jost le soulignait lui aussi, en s'appuyant sur un exemple concret : Une soirée consacrée à Louis de Funès, dont les films ne sont pas à *proprement culturels*, pourra, une fois ces films intégrés à un parcours historique, par exemple une étude sur le comique, être considérée comme soirée *culturelle*.

Quelles limites à la culture en télévision ? Les avis divergeront toujours. Alors que tout ce qui touche au monde réel et à la fiction en programmation peut intégrer une *tendance culturelle*, le monde ludique s'en est toujours vu écarté. Le jeu, d'un point de vue anthropologique, n'est-il pas pourtant culturel ? À quel point pouvons-nous élargir la définition de ce terme ? Selon François Jost, la diffusion de masse est « une pente naturelle vers le divertissement ». Mais celle-ci doit aussi permettre de « parler simplement de sujets difficiles ». La télévision sera alors en mesure de jouer son rôle « d'objet culturel. »<sup>208</sup> Il faudra cependant veiller à notre utilisation du terme « d'objet culturel », parfois employé avec une toute autre signification, que nous allons dès lors exposer. Dans son ouvrage *Peut-on penser à la Télévision*<sup>209</sup>, Camille Brachet fait le point sur une des problématiques majeures au sujet de la culture en télévision, en tâchant de répondre notamment à cette question définitoire, et ce à travers un format en particulier qu'est l'émission de plateau. L'auteure y montre que le discours sur les produits culturels s'entremêle et se perd dans un discours purement commercial. Il s'agirait, dans ces émissions de plateau, pourtant dites « culturelles » à l'instar d'*On n'est pas couché* déjà évoquée, de faire la promotion d'un produit uniquement, que l'on appelle pourtant « objet culturel. » Le terme est ainsi utilisé pour désigner livres, disques ou films. Si le produit en question appartient certes au champ du culturel, ce dernier est dûment sélectionné par les rédacteurs en chef de l'émission concernée et doit contenir une certaine force marchande, le but étant avant tout de « faire vendre ». S'agit-il ici de télévision culturelle ? La frontière entre valeur commerciale et culturelle semble très mince dans ce cas précis. La télévision répond à des critères commerciaux et les chaînes n'osent pas, pour des raisons évidentes de marketing et d'audience, faire la promotion d'un objet culturel qui serait plus atypique, peu apte à être vendu en masse. Des objets télévisuels peuvent être culturels, mais dans le cas évoqué ici, il semblerait que le média les détourne à son profit en sélectionnant uniquement ceux qui ont, selon une appréciation bien subjective, une certaine valeur mercantile. Les émissions de

---

<sup>208</sup> Nous citons ici directement François Jost, lors du séminaire du 12 avril 2018 à L'Ecole Nationale des Chartes, Paris.

<sup>209</sup> Brachet, Camille, Guillaume Durand, et Ardisson, Thierry. « Peut-on penser à la télévision ? La culture sur un plateau ». Le bord de l'eau INA, 2010.



plateau, même si elles apportent une certaine dimension critique en débattant autour de l'objet culturel – on peut le constater dans le format animé par Laurent Ruquier – demeurent des formats de promotion. Il s'agit ici d'une autre forme de culture, intégrée à une logique marchande et dont laquelle se détache formellement ARTE. Il ne s'agit pas non plus de la définition que nous faisons de la télévision culturelle, et il est fondamental de saisir la différence. En aucun cas ARTE ne fait la promotion d'objets culturels, elle fait plutôt la promotion d'œuvres culturelles, de chefs-d'œuvre de cinéma, de fiction, de documentaire, sans jamais essayer de « faire vendre ». Sa singularité réside aussi en cela. ARTE éveille la curiosité, ouvre d'autres horizons en donnant à voir des formats inédits comme des grands classiques de diverses cultures. Il ne s'agit pas de promotion d'objets culturels, plutôt d'un *discours culturel*, sans valeur marchande, loin des logiques commerciales que l'on observe tant sur les chaînes publiques que privées. La provenance des œuvres présentées sur ARTE étant transculturelles, l'on peut déjà parler de *promotion interculturelle*, mais nous reviendrons sur ce point dans notre analyse de la programmation.

Le débat sur la polysémie du terme *culture*, appliqué à la télévision, fut de même mis en avant par Jean-Marie Cavada lors du séminaire auquel nous avons pu assister. Selon celui qui fut le fondateur de La Cinquième, tout peut être culture, et la mission culturelle de la télévision reste de ce fait purement historique. Elle est source de débats, mais ne se concrétise pas dans la télévision moderne.

Jean-Marie Cavada évoquait la problématique de l'audience, soutenant cette théorie de délaissement du qualitatif au profit de quantitatif. Selon lui, la télévision actuelle s'éloigne de son public, ne s'y intéresse plus. La privatisation de TF1 en 1986 signe l'apogée de cette problématique, et Jean-Marie Cavada en vint à employer le terme de « malveillance de l'État »<sup>210</sup>, qui a fait se confondre industrie et audiovisuel à des fins purement économiques, déséquilibrant le paysage. La télévision publique ne se fixe plus comme paramètre la diversité, mais uniquement l'audience, et les genres nécessitant un investissement sont écartés. La télévision dérive et devient « un forum de bavardages sur tout et son contraire [...] qui est le fruit d'un mouvement d'acculturation, non pas volontaire, [...] dans l'air du temps, mais aussi du fait de la question économique et financière »<sup>211</sup>, le cahier des charges n'étant finalement qu'un instrument cosmétique. Les ressources financières (publicité et redevance) restent le point noir de ce système. Cette conjoncture budgétaire laisserait donc le quantitatif

---

<sup>210</sup> Nous citons ici directement Jean-Marie Cavada, lors de ce même séminaire du 12 avril 2018.

<sup>211</sup> Ibid.

prédominer. Jean-Marie Cavada considère que la précarité financière des chaînes publiques est un moyen de pression politique, précisant que « l'État ne considère pas l'audiovisuel comme l'une de ses institutions républicaines, qui doit être traitée comme telle » et déplorant le double pouvoir, contradictoire, du CSA, « celui de nommer, et celui de juger ceux qui ont été nommés.»<sup>212</sup> Nous retiendrons l'argument de Jean-Marie Cavada à propos de la mission culturelle de la télévision et de l'audiovisuel :

La meilleure expression de ce métier, c'est donner envie d'aller à l'authentique. En parlant littérature, de Flaubert par exemple ; qu'importe le moyen, si la télévision donne envie de lire Flaubert, c'est déjà un grand succès.<sup>213</sup>

L'évolution des caractères multiples de la télévision, de ses engagements et de sa programmation révèlent son ambiguïté. À cela se joint une définition non moins ambiguë de la culture, dont la polysémie incitait les intervenants à s'appuyer sur sa dénomination adjectivale – *culturel*. La privatisation de la télévision, la quête d'audience et les questions de financement ont largement contribué à la naissance d'un média Janusien, dans lequel règnent divertissement et contenus de piètre qualité, uniquement destinés à attirer le spectateur à moindre frais. Cet état des lieux soulève une incompatibilité entre culture et télévision, mais la question reste cependant au cœur des délibérations des chaînes publiques, en particulier France Télévision, ainsi que dans les réformes de l'audiovisuel public.

Pierre Bourdieu, dans *La Distinction*<sup>214</sup>, évoque quant à lui le pouvoir de médiation culturelle de la télévision.

[...] les nouveaux intermédiaires culturels (dont les plus typiques sont les responsables d'émissions culturelles de la radio ou de la télévision [...]), ont inventé toute une série de genres intermédiaires entre la culture légitime et les productions de grande diffusion.<sup>215</sup>

La sphère de la culture légitime, que nous avons déjà mentionnée, comprendrait tout ce qui tient de la culture savante : les arts plastiques, la musique classique, la littérature, le théâtre. Deux autres sphères sont ainsi délimitées par Bourdieu, celle du légitimable, comprenant des

---

<sup>212</sup> Ibid.

<sup>213</sup> Ibid.

<sup>214</sup> Bourdieu, Pierre. *La distinction: critique sociale du jugement*. Le Sens commun. Paris: Éditions de Minuit, 1979.

<sup>215</sup> Ibid. page 375.

éléments plus contemporains, tel que le cinéma, la musique contemporaine, le jazz ou la photographie, puis la sphère de l'arbitraire, qui comme son nom l'indique, englobe les goûts individuels. Le sociologue qualifie la photographie d' « art moyen »<sup>216</sup>, car la matière existe déjà, la photographie se situe à la frontière exacte entre création et copie. Si Bourdieu mentionne la télévision dans ces écrits, il ne la rattache clairement à aucune de ces sphères. Elle n'est en tout cas pour lui en aucun cas un objet de culture légitimée, et nous pouvons douter qu'il la situe dans la sphère du légitimable, lui qui considérait que la télévision « fait courir un très grand danger aux différentes sphères de la production culturelle [...], un danger non moins grand à la vie politique et à la démocratie. »<sup>217</sup>

Concernant la chaîne ARTE, les programmeurs semblent avoir trouvé une solution en associant leurs contenus à des thématiques larges, admises comme culturelles, traitées comme telles, et en se détachant de cette *promotion culturelle* que l'on retrouve dans des émissions dites *culturelles*, ces émissions qui restent finalement un moyen de promouvoir la sortie d'une œuvre littéraire, musicale ou encore cinématographique. La chaîne franco-allemande ne cherche pas à vendre, mais à faire réfléchir, à attiser la curiosité. La mission culturelle de la télévision semble ainsi honorée.

Il est donc possible, tout en s'intéressant à un objet culturel plus populaire, de prendre du recul, une distance critique. Se déclenche alors une forme de travail intellectuel, et ce même si le support est un support de masse ou populaire. Les pratiques ont changé, et si l'on reproche à la télévision d'accentuer la passivité de ses spectateurs, ces derniers sont tout de même en mesure de développer une activité mentale, d'interpréter ce qu'ils regardent, de développer un esprit critique. Peut-on regarder un programme populaire et en tirer profit ? Un programme populaire est-il nécessairement bas de gamme ? La question mérite d'être posée.

Les *Cultural Studies*, que nous avons déjà évoquées, fournissent une ébauche de réponse, puisque les Hoggart, Thompson et S. Hall<sup>218</sup> ont en effet redonné leurs lettres de noblesse à la

---

<sup>216</sup> Voir à ce sujet Bourdieu, Pierre. *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Minuit, 1965.

<sup>217</sup> Bourdieu, Pierre. *Sur la télévision*, Liber Edition, 1996.

<sup>218</sup> Hoggart, Richard. *The uses of literacy*. Classics in communication and mass culture series. New Brunswick, N.J., U.S.A: Transaction Publishers, 1998, publication originale : 1957, Essential Books.

Thompson, Edward P. *Customs in Common, Studies in Traditional Popular Culture*. London: Merlin Press, 1991.

Hall, Stuart, Jaquet, Christophe (Trad.) *Identité et cultures. Politiques des Cultural Studies*. Amsterdam, 2017.

culture dite *populaire*. Nous sommes en mesure d'affirmer que les nouvelles pratiques, la télévision il y a maintenant plusieurs dizaine d'années, le numérique actuellement, ne sont pas à l'origine d'une passivité de leurs publics. La question du numérique règle en tout cas le problème ; l'ensemble des chaînes de télévision s'affaire désormais à mettre en place des plateformes numériques, à développer leur visibilité sur les réseaux sociaux, afin que leurs fidèles soient tout sauf passifs : ils échangent, commentent, partagent, choisissent leurs programmes, répondent à toute sorte de sondages. La délinéarisation de la télévision est, nous avons pu le constater en nous intéressant à l'objet ARTE, la réponse ultime à cette critique de passivité.

La télévision favorise le partage avec l'*Autre*, et l'ensemble des médias doit travailler à promulguer la notion de diversité culturelle tout en protégeant ce pluralisme par la liberté de circulation des images. Ces droits ont été définis et votés par l'UNESCO en 2001.

Tout en assurant la libre circulation des idées par le mot et par l'image, il faut veiller à ce que toutes les cultures puissent s'exprimer et se faire connaître. La liberté d'expression, le pluralisme des médias, le multilinguisme, l'égalité d'accès aux expressions artistiques, au savoir scientifique et technologique – y compris sous la forme numérique – et la possibilité pour toutes les cultures, d'être présentes dans les moyens d'expression et de diffusion, sont les garants de la diversité culturelle.<sup>219</sup>

Si l'on a vu le support télévisuel blâmé, accusé de ne pas être un outil culturel, et ce parce qu'ont été prises en compte la culture cultivée d'une part et la culture médiatique de l'autre, la culture médiatique étant associée au divertissement pur seulement, et donc comme l'exact inverse de la culture cultivée ; il nous paraît correct d'affirmer qu'en associant le *culturel* à tout *système d'expression sociale*, à tout *système d'orientation de l'Homme*, la télévision – comme tout autre support numérique de diffusion de contenus – peut alors être considérée comme objet culturel. Culture et médias exercent une influence réciproque, l'un comme l'autre étant des expressions concrètes de toute réalisation humaine.

Pour Mac Luhan, les cultures se renouvellent sous l'influence des évolutions technologiques des médias. Médias, entendus, il est vrai, comme tout prolongement de

---

<sup>219</sup> Déclaration Universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle, Article 6 de la diversité culturelle et droits de l'Homme, disponible en ligne à l'adresse suivante <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127160> , consulté le 23 décembre 2018.

son action dont l'homme se dote. L'homme produit les médias mais ceux-ci le produisent encore plus, en retour, sans qu'il s'en doute.<sup>220</sup>

Les cultures ne sont pas en tout et pour tout homogènes, et l'ensemble des vecteurs de communication, y compris le média télévisuel et Internet ont la faculté de mettre à portée de main cette hétérogénéité, de montrer l'ensemble des particularités de tout groupe social, à l'échelle nationale comme internationale. Les médias sont le miroir des représentations sociales, et chaque nation dispose de ses propres codes en termes de communication. Les médias disposent d'une vocation transculturelle indéniable, et le média télévisuel a été, à ses débuts, déconsidéré car rendu responsable d'une fragmentation de la culture. Dans le cadre plus précis d'ARTE, le fait de chercher à produire un contenu interculturel à la télévision fut vivement critiqué, l'argument avancé étant celui de l'uniformisation des cultures, et donc l'effacement des particularités. Toute forme de production culturelle est pourtant en mesure de représenter la diversité, de former une unité plurielle des cultures sans uniformiser ces dernières, une unité plurielle qui donnerait sens à la pluralité des éléments culturels mis en jeu dans une Europe en construction. Les médias sont en mesure de transférer des produits culturels à grande échelle, de les faire s'exprimer à grande échelle, et permettent ainsi aux cultures de se révéler les unes aux autres. La culture diffusée par les médias est alors susceptible d'être modifiée. Accepter de transmettre des biens culturels, c'est aussi accepter leur transformation dans leur sphère d'accueil. Et pourtant, la télévision demeure la mal-aimée de la sphère intellectuelle, en témoignent les théories de l'École de Francfort.

#### **b) La télévision culturelle face aux théories de l'École de Francfort.**

Im Allgemeinen werden die Massenmedien und speziell das Fernsehen wegen eines gesamtulturellen Anspruchs der Massenkultur zugerechnet. Dieser kultur- und medientheoretische Ansatz wird besonders von kulturkritischen Anhängern der ‚Kritischen Theorie‘ der ‚Frankfurter Schule‘ wissenschaftlich verfochten.<sup>221</sup>

---

<sup>220</sup> Demorgon, J. *Complexité des cultures et de l'interculturel*, 2015, p.153.

<sup>221</sup> « Les médias de masse de manière général, et la télévision en particulier sont considérés comme *culture de masse* parce qu'ils revendiquent une culture globale, universelle. Cette approche théorique de la culture et des médias a été particulièrement défendue scientifiquement par les critiques culturels membres de la « théorie critique » de l'« École de Francfort » dans Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. 1997, p.37.

L'École de Francfort peut être considérée comme projet philosophique et sociologique fondé sur des théories marxistes. Au centre des réflexions des Francfortois, une approche singulière de la culture, des arts et des médias, avec notamment une « culture » indissociable de la Raison – raison comme conquête de la nature et de l'Homme – une « raison émancipatrice ». Les sociétés doivent, selon les théoriciens de Francfort, pouvoir émanciper leur culture de toute autorité, qu'elle soit religieuse ou politique. La culture est et doit être autonome. L'ensemble des pratiques culturelles permettrait à l'Homme de faire se manifester cette « raison émancipatrice ». L'École de Francfort a la particularité d'être représentée de manière pluridisciplinaire, des philosophes Horkheimer ou Adorno à des représentants de la sphère littéraire, avec par exemple Walter Benjamin. L'École s'est en outre vue élargir son champ disciplinaire en intégrant des économistes, des historiens. Si la philosophie de l'École de Francfort n'a eu qu'un impact moindre sur les théories médiatiques contemporaines en France, cette dernière a profondément influencé nombre d'études socio-culturelles. Il nous paraît donc judicieux d'y accorder ces quelques lignes.

Parmi les figures incontournables de l'École de Francfort, citons Walter Benjamin. Il accordait une importance toute particulière à la notion d'*aura*, qu'il traite dans son célèbre *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Reproduzierbarkeit (L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique)*. Pour Benjamin, toute œuvre d'art est unique, et doit conserver son unicité. L'*aura* fait la spécificité d'une œuvre ou d'un objet, correspond au rayonnement de l'œuvre, à sa valeur. Toute œuvre s'inscrit dans un moment précis, sur un lieu précis, elle ne peut pas être reproduite sans perdre son *aura*. Benjamin s'est tout de même intéressé à la culture de masse, le cinéma et la photographie. La reproductibilité des œuvres devient alors critère de différenciation, entre une œuvre unique, singulière, une « œuvre d'art », et une œuvre reproductible, produit de l'industrie culturelle, le produit reproductible participant au déclin des œuvres uniques.

La *théorie critique* d'Horkheimer mérite elle aussi d'être évoquée. Le philosophe a développé une théorie critique des sociétés, qui inspira notamment le mouvement de révolte étudiante dans les années 1960 par ses écrits sur l'usage de la raison. Si l'Homme s'émancipe de la Nature par la Raison, il cherche aussi à dominer cette Nature, et donc à dominer l'Homme, ce qui expliquerait en partie la montée du fascisme. Tout comme Theodor Adorno, il s'exprima vivement contre toute forme d'industrialisation de la culture : les industries culturelles et donc les médias de masse seraient des instruments de domination, à l'origine d'une attitude

déshumanisée de ses utilisateurs, faisant perdre, par leur tradition de standardisation, toute l'essence, tout l'*aura* des objets culturels qu'ils donnent à absorber.

L'une des ambiguïtés de la télévision culturelle, et la plus importante dans le cas ARTE, réside en son caractère populaire, avec une facilité d'accès à des contenus favorisant selon certains critiques la paresse intellectuelle du spectateur, une forme de décadence de l'intellect mêlée à un potentiel fort de démocratisation culturelle. La large portée de la télévision, sa capacité à diffuser toute sorte de contenus en masse et en simultané abolit les distances spatiales et intellectuelles. La télévision importe en masse des contenus dans les pièces de vie de ses récepteurs, ce récepteur est donc au centre des dispositifs et des stratégies des faiseurs de programmes. Theodor Adorno reproche ainsi au support télévisuel la diffusion à grande échelle de stéréotypes, des contenus grivois uniquement divertissants, le tout au profit d'un téléspectateur passif. Dans la veine d'Horkheimer et sa critique du progrès, Adorno manifesta une critique de la raison. Si, à l'origine, la raison fut associée à la connaissance et aux savoirs, elle se convertirait selon Adorno en accessoire de domination, qui transformerait les sociétés, déplacerait les préoccupations de l'Homme de la nature vers l'économie. L'art, qu'Adorno lie à la politique car il se profile comme un outil de dénonciation permettant à chacun d'exprimer ses protestations, est alors considéré comme produit industriel. Adorno et l'École de Francfort formulent une critique vive de la *culture de masse*, de *l'industrie culturelle*, qui reproduit les œuvres en masse et les viderait alors de toute substance. L'ensemble de ce qui concerne l'échange et la communication de masse, soient les médias, les journalistes, le cinéma, s'est largement vu rejeté par les intellectuels de l'École de Francfort. Selon eux, l'artiste doit lutter contre l'industrie culturelle ; l'individu est dominé par le flux de consommation de masse, il est réduit à un simple récepteur, passif, ne produisant pas la moindre réflexion sur les contenus qu'on lui fait absorber, et la télévision en particulier constitue le paroxysme de cette attitude propre à l'industrialisation et à la standardisation des produits culturels. Le spectateur perdrait tout regard critique, ne comprendrait et ne considérerait que l'univers social que les médias donnent à voir. Le pouvoir des médias lui ferait perdre toute notion de réalité sociale. Le caractère marchand de la culture détruit la valeur émancipatrice de cette dernière. L'École de Francfort valorise les beaux-arts, une conception de la culture en définitive relativement élitiste.

L'art et la culture sont associés à la pratique d'une part, à un « idéal transcendant » d'autre part ; une double articulation qui permettait aux théoriciens de Francfort tant de critiquer la conception bourgeoise de la culture – cette conception étant amputée de toute notion de

pratique – que de prévenir contre la simple réduction de la culture à la pratique seulement. L'on peut en outre retenir des théories d'Adorno et Horkheimer que la modernité est, d'une certaine manière, à l'origine d'une standardisation des objets culturels. Le capitalisme s'étend au domaine des biens culturels, des arts, des médias, et les progrès en termes de reproductibilité mènent à un appauvrissement de la substance même de ces objets culturels. La création se voit standardisée, et les secteurs à succès comme la radio, la télévision, la musique produisent en masse, des produits prêts à consommer, que les destinataires avalent, sans force de réaction ni de réinterprétation. Médias et culture tendent à une valeur instrumentale de domination.

Parmi les apports de l'École de Francfort, il nous semble fondamental de nous référer à une toute autre étude, inspirée de la psychanalyse, car applicable à notre réflexion sur les médias de masse et la télévision. Selon les Francfortois, la réception et la si grande influence des médias sur l'Homme est aussi liée aux mutations dans la formation individuelle de ce dernier. Il s'agit ici d'une nouvelle forme de critique de la modernité : Dans les sociétés modernes, la figure du père, et de manière plus globale la famille, jouent un rôle moins important. L'Homme, en quête d'une forme d'autorité, dans son besoin d'appartenir à une sphère plus large que la sphère purement individuelle, dans un processus de socialisation donc, se tournera vers les instances lui procurant cette impression d'appartenir à un champ plus large. Les médias de masse feraient ainsi, par leur pouvoir de médiation, figure de nouvelle instance de référence.

D'autres critiques émanent du caractère industriel de la télévision, à l'instar de Dominique Wolton et Hervé Bourges, qui se sont publiquement affichés hostiles à la création de ce qui allait devenir ARTE. Pierre Bourdieu s'inscrit, nous l'avons vu, dans la même veine que celle d'Adorno. Cependant, toute création télévisuelle, puisqu'elle s'ancre dans une histoire, dans une langue, dans un pays ou une région, est de fait culturelle. Son caractère commercial, qui s'exprime en particulier sur les chaînes de télévision privées, ouvre effectivement la porte à des contenus de piètre qualité, et participent à une forme d'uniformisation dans le divertissement. Il est pourtant possible de constituer un discours médiatique aux contenus culturels « libérateurs » selon les termes d'Adorno.

Un examen des propositions que fait ARTE le démontrera, la culture sur la chaîne franco-allemande permet au spectateur de s'émanciper, la culture affichée à l'écran n'est pas vide de toute substance. La chaîne culturelle franco-allemande fait figure d'exception et s'ancre dans



un paysage audiovisuel favorisant pourtant le divertissement et le retour sur investissement. Alors que bon nombre de critiques craignaient un lissage des cultures via la conception d'une chaîne culturelle européenne, nous affirmons que le lissage se trouve plutôt du côté des chaînes privées, ces dernières ne se privant pas d'acheter en masse des concepts et formats de divertissement aux grandes télévisions américaines, ne proposant pas la moindre réflexion, n'offrant aucune particularité culturelle ou esthétique. En se rapprochant dans le domaine de l'audiovisuel et du culturel, France et Allemagne se sont portées garantes d'une culture européenne, qu'elles font subsister dans un paysage audiovisuel en faveur de l'audimat, la mettant en danger.

Selon une approche purement anthropologique, en partant du postulat que les cultures sont constituées de l'ensemble des expressions et manifestations sociales, on peut alors affirmer qu'elles disposent toutes de traits communs, quel que soit leur ancrage national, et qu'elles sont de fait toutes aptes à dialoguer, à amorcer une dynamique interculturelle. Le support médiatique favorise cette potentialité de rencontre entre cultures, et ARTE a été constituée à ces fins précises : Les nations européennes sont à même de s'articuler, et la Chaîne Culturelle Européenne doit promouvoir cette conscience européenne en devenir, en rendant palpable et visible une forme de réciprocité culturelle. Les cultures n'ont, selon Oliver Hahn, « aucune frontière géopolitique ou topographique », elles disposent toutes de composantes interculturelles, elles ont toujours été menées à se rencontrer, à échanger, une force de diffusion que la télévision peut amplifier.

[Denn] Kulturen kennen per se keine geopolitischen und topographischen Grenzen. Daher beinhalten Kulturen - bewußt oder unbewußt - seit eh und je interkulturelle Komponenten [...] Jede kulturelle Evolution besteht aus einem komplexen Prozeß der Diffusion im stoffwechselphysiologischen Sinne, der Passage kultureller Elemente von einer Kultur und Gesellschaft in eine andere.<sup>222</sup>

À l'inverse des théories de l'École de Francfort, nous prenons le parti de développer l'idée que la diffusion de masse est un vecteur de diffusion culturelle, et peut même favoriser la pratique culturelle, un principe de *pratique* pourtant défendu par ces théoriciens mêmes. Le cadre théorique des fondateurs de l'École de Francfort d'une culture émancipatrice de la

---

<sup>222</sup> « Les cultures ne connaissent en soi aucune frontières géopolitiques ni topographiques. Les cultures ont par conséquent – consciemment ou non – toujours inclut des composantes interculturelles [...] Chaque évolution culturelle comprend un processus complexe de diffusion au sens métabolique et physiologique, consistant à faire passer des éléments culturels d'une culture et d'une société à une autre » dans Hahn, O. ARTE: *der europäische Kulturkanal*, 1997, pp. 36-37.

raison fut conçu dans un contexte particulier, dans un rapport étroit entre culture et médias d'une part, entre mutations sociales et économiques d'autre part. La question de la reproductibilité de l'œuvre était donc centrale, mais les médias ne sont plus aujourd'hui ce qu'ils étaient lors de ces premières considérations. Avec les nouveaux outils que sont le numérique et plus récemment les réseaux sociaux, la diffusion de contenus en tout genre s'est encore accélérée et amplifiée. Ces nouvelles applications ont totalement bouleversé les médias tout comme la communication, en termes de forme comme de contenu, et posent donc de nouvelles questions sur la diffusion des biens culturels. ARTE, forte de son statut de chaîne expérimentale, n'a pas hésité à prendre le chemin du numérique, et s'en sert désormais aisément pour diffuser ses contenus culturels. Nonobstant les théories de Francfort, nous n'y voyons pas ici un appauvrissement qualitatif des contenus, mais au contraire un outil prodigieux de démocratisation culturelle. Le numérique et la délinéarisation de la programmation sont désormais au cœur des stratégies de l'ensemble des chaînes de télévision, l'important étant désormais de s'adapter aux pratiques de consommation des publics – que le contenu soit culturel, comme c'est le cas avec ARTE, ou non.

Emmanuel Tourpe, que nous avons pu rencontrer à Strasbourg, responsable des antennes linéaires et non linéaires, nous indiquait d'ailleurs que l'expertise première requise en terme de programmation demeure la « maîtrise des publics, une connaissance extrêmement fine des publics. Les fondements, la règle d'or, l'expertise première de toute programmation, c'est une extrême bonne compréhension de deux choses : les publics, et l'offre [...] Il faut vraiment une maîtrise, non seulement des publics en général, mais des usages, des motivations, et des catégories socio-professionnelles. Ce sont les trois clés fondamentales à connaître pour des publics. »<sup>223</sup>

À la critique du « téléspectateur passif » qu'ont formulée Adorno et Horkheimer, nous répondrons ceci : Pourquoi ne pas s'appuyer sur cette attitude à l'origine certes passive du téléspectateur pour lui proposer des contenus de qualité, et l'éduquer ainsi à une forme de pratique culturelle ? C'est en tout cas la mission semble s'être donnée ARTE. La télévision peut être culturelle si et seulement si l'on se donne les moyens de constituer une programmation culturelle. Des hommes et des femmes engagés dans ce projet ont su le mener à bien sur la chaîne franco-allemande. La mission culturelle est clairement prise en charge par ARTE, ce qui lui a valu des reproches d'élitisme. Le public d'ARTE a toutes les cartes en

---

<sup>223</sup> Emmanuel Tourpe, interview du mardi 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

main pour ne pas être un spectateur passif, et le fait qu'ARTE se soit déployée sur d'autres supports multiplie les possibilités en termes de réflexion et d'interaction, nous y reviendrons dans notre chapitre consacré à l'évolution des supports et stratégies de la chaîne.<sup>224</sup>

### c) La question de l'imaginaire collectif : la culture ou les cultures ?

La télévision est capable de simplifier l'accès à tout contenu culturel qualitatif, le public ayant plus de facilités à allumer son téléviseur qu'à se déplacer dans une salle de cinéma, un théâtre, un opéra. La télévision permet en outre à tout individu de se constituer un *imaginaire collectif*. L'ensemble des images données à voir en télévision se fonde sur une culture commune, des traditions et une esthétique partagées. Cette notion d'*imaginaire collectif* renvoie à l'interculturalité et au *sentiment d'appartenance commune*. ARTE a été imaginée dans le cadre du rapprochement franco-allemand et de la construction européenne, et les programmeurs ont tâché, à travers des contenus transversaux et une information européenne, de faire naître un sentiment d'appartenance à l'Europe. Et de fait, la télévision est une « industrie en masse de l'image, capable par ses références, et ses récurrences de susciter un sentiment d'appartenance collective. »<sup>225</sup>

Il existe bien un rapport conflictuel entre culture et télévision, nous l'avons montré. La grande problématique de l'audiovisuel est qu'il se situe à la juste frontière entre économie et culture. Nombreux sont les acteurs de la sphère culturelle en désaccord avec cette valeur marchande de la télévision, qui ne rejettent pas pour autant l'idée que la télévision offre des possibilités de rayonnement, de visibilité aux objets culturels qu'elle présente. Un paradoxe certain s'est installé entre la culture et la télévision. La télévision dispose d'une dimension hybride, entre forte prégnance culturelle et commerciale. Mais la force de la télévision, et il s'agit là d'une des raisons pour laquelle ARTE a été constituée, réside en sa grande capacité à susciter l'intérêt d'un public de masse. Si ARTE fut affublée d'une étiquette élitiste, et que ses audiences restent relativement humbles en comparaison avec les chaînes les plus populaires françaises et allemandes, elle a su fonder sa notoriété grâce à ce support facile d'accès qu'était la télévision, que sont aujourd'hui le numérique, et les réseaux sociaux.

Un support de diffusion culturelle n'a pas pour unique objectif la diffusion et la protection des grandes œuvres, et ARTE diffuse une culture dans sa plus large définition, une culture

---

<sup>224</sup> Voir axe second, chapitre II, 2) ARTE, un discours médiatique hybride ? Analyse globale de la programmation, page 497 et suivantes.

<sup>225</sup> Dagnaud, Monique. *Les artisans de l'imaginaire: comment la télévision fabrique la culture de masse*. Paris: Colin, 2006, p.191.

anthropologique et contemporaine, une culture miroir d'un imaginaire collectif, et qui est en mesure d'en constituer un nouveau. L'imaginaire est effectivement en mutation permanente, se construit et s'élargit indéfiniment. La définition de ce qu'est un *objet culturel* s'est par ailleurs elle aussi élargie. Alors que la télévision a toujours peiné à être considérée comme objet culturel « légitime » pour reprendre les termes bourdieusiens, alors que certains arts n'atteignent pas la légitimité des beaux-arts, d'autres ont trouvé avec le temps une légitimité certaine, à l'instar de la bande-dessinée, devenue 9<sup>e</sup> art, ou plus récemment les jeux-vidéos, qui se sont vu attribuer un festival sur le modèle des Césars, le trophée Pégase, qui récompense les acteurs du jeu-vidéo avec des catégories proches de celles que l'on retrouve dans les prix de cinéma et de littérature, de l'« excellence narrative », au prix du « meilleur univers sonore ». C'est finalement la *création* qui se voit ainsi valorisée, et ARTE n'a par ailleurs pas manqué le coche et s'intéresse au jeu-vidéo depuis quelques temps. Ne serait-ce pas là la définition d'une télévision *culturelle* ? Une télévision comprenant une programmation qui s'intéresse aux nouvelles pratiques, à la création, aux comportements récents ? ARTE semble de plus en plus se tourner vers cette voie, tout en poursuivant son attachement à la diffusion de contenus plus proches d'une culture dite « noble » avec les opéras, les pièces de théâtre, les soirées historiques.

La France, malgré son attachement à la culture des beaux-arts, semble avoir accepté plus rapidement que son homologue allemand ces nouvelles formes d'expression, comme a pu nous le décrire Emmanuel Suard<sup>226</sup>.

La notion de culture n'est pas la même ; elle est, pourrait-on dire, plus large en Allemagne, elle implique quelque chose de plus sociétal, de plus civilisationnel. C'est une première ambiguïté qu'il faut surmonter. La deuxième ambiguïté c'est que, lorsque l'on parle de la culture au sens français, c'est-à-dire la culture au sens des beaux-arts ; et tout ce qui est ancré dans ce champ là ; et lorsque l'on prend l'équivalent allemand, il devient paradoxalement plus étroit que le sens français. Vous avez toute une série de champs qui sont entrés dans la culture, notamment dans les années 70 et 80, à commencer par le cinéma puis ensuite des éléments tels que la bande dessinée, des éléments en télévision, les séries, les jeux vidéo dernièrement... Tout ceci est entré plus tôt dans le champ culturel en France qu'en Allemagne. Et donc, par exemple, s'il est vrai que parler de la BD n'est plus un sujet maintenant en Allemagne, ça l'a été. Dans le champ culturel des années 90 ce n'était pas du tout évident. Les Allemands étaient plutôt fermés à la BD, cela représentait pour eux ces Comics américains qui se vendaient dans les gares,

---

<sup>226</sup> Directeur de la Gestion et est membre du Comité de Gérance d'ARTE GEIE.

essentiellement Marvel, et deux autres pays avec les français d'Asterix et Lucky Luke, puis Tintin en Belgique. Depuis dans les années 2000 s'est développée une BD à la fois allemande et des romans graphiques, ce qui a changé la donne [...] <sup>227</sup>

ARTE cherche à garantir, nous le verrons, la diffusion d'événements et de manifestations culturelles en tout genre, et ne se profile pas comme la « télévision des élites », mais comme une télévision de qualité. Les programmeurs français et allemands ont travaillé ensemble à élargir les contenus plus étroits que proposait l'ancêtre de la Chaîne Culturelle Européenne, La SEPT, franco-française. En s'appuyant sur un support de diffusion de masse, et sur une large définition de la culture, les programmeurs d'ARTE proposent des contenus au capital culturel fort mais accessibles. La définition allemande de la *Kultur* offre des possibilités d'élargissement de la programmation tout en restant culturelle et qualitative, ainsi, ARTE, et nous développons cela dans le second axe de notre étude, diffuse en connaissance de cause des émissions de vulgarisation scientifique, de découvertes culinaires, de tradition ou de religion, qu'elle parvient à inclure dans une dimension culturelle.

Als 'Kulturfernsehen' ist damit ein Programmeingebot zu betrachten, das die Gesamtheit der Geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Faktoren, die das Wesen einer Gesellschaft oder einer gesellschaftlichen Gruppe ausmachen, berücksichtigt. <sup>228</sup>

Français et Allemands n'ont cependant pas la même perception de la télévision, encore moins d'ARTE.

La conception dominante en France de l'audiovisuel depuis De Gaulle comme instrument de politique culturelle et d'information publique se retrouve dans la volonté du côté français de faire d'ARTE un instrument de la politique culturelle étrangère et en particulier de la francophonie. Cette conception française d'ARTE comme « émetteur » de messages politiques et culturels s'oppose à l'approche allemande qui perçoit ARTE plutôt comme un forum du dialogue interculturel. <sup>229</sup>

---

<sup>227</sup> Emmanuel Suard, directeur de la gestion et membre du Comité de Gérance d'ARTE GEIE, interview du 25 mars 2019 dans les locaux d'ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>228</sup> « Par 'télévision culturelle' il faut entendre une offre de programmes qui prend en compte l'ensemble des facteurs mentaux, matériels, intellectuels et émotionnels qui constituent l'essence d'une société ou d'un groupe social » dans Meckel, Miriam. *Fernsehen ohne Grenzen? Europas Fernsehen zwischen Integration und Segmentierung*. Studien zur Kommunikationswissenschaft, Bd. 3. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994. p.301.

<sup>229</sup> Bachellerie, Jean, Vaillant, Jérôme & Deutsch-Französisches Jugendwerk. 40e anniversaire *du traité de l'Élysée et de l'OFAJ: vers une refondation des relations franco-allemandes? ; La genèse du Traité de l'Élysée ; ses champs d'application et la coopération franco-allemande*. Paris: Septentrion, 2002.

Si les définitions de la *culture* se recoupent parfois, divergent d'autres fois, cela est dû, nous l'avons démontré, à la constitution même de chacune des sociétés en jeu. La culture émane de systèmes propres, et est propre à chaque nation. Les différentes acceptions de la culture ont pour conséquence directe des approches toutes aussi variables, visibles à travers l'étude des politiques culturelles menées par chaque État. France et Allemagne ont façonné des politiques culturelles – et audiovisuelles – qui leur sont propres, et leur étude nous permettra de mieux saisir l'ensemble des difficultés auxquelles ont été confrontés les bâtisseurs d'ARTE afin d'harmoniser au mieux deux systèmes a priori incompatibles.

La télévision est pourtant en mesure de jouer un rôle de producteur de culture, de médiation culturelle, tant sa capacité à dépasser les frontières est exacerbée. La télévision doit être l'outil offrant une facilité d'accès culturel à un public n'y ayant pas ou peu accès ; un outil susceptible de constituer un environnement propice à la compréhension de nouveaux éléments socio-culturels. Oliver Hahn a lui aussi développé à propos de la télévision quelques réflexions au sujet de son aptitude à transférer des items culturels, en insistant sur le caractère « d'instrument de traduction », de « transcription » d'une culture vers une autre, que porte ce média.

Die fernsehjournalistische Kulturrepräsentation ist als Instrument zu verstehen, das die in und für eine Zielgruppe transferierten kulturellen Elemente einer Ausgangskultur unmittelbar, ‚übersetzt‘ indem es diese visualisiert, also für die Rezipienten einer Zielkultur ‚lesbar‘ macht.<sup>230</sup>

L'insertion d'éléments d'une *culture source* dans une *culture cible* doit encourager la discussion, la compréhension, le dialogue, afin que l'une et l'autre culture puissent s'appropriier ces éléments, les transformer éventuellement, pour les intégrer à leur propre environnement culturel, et constituer ainsi un socle culturel commun, favoriser une forme d'acculturation – en considérant l'acculturation comme l'ensemble des conséquences résultant d'un contact entre cultures diverses.

Les médias sont donc en mesure d'endosser le rôle de médiateurs culturels, de mettre en place un dialogue entre les cultures, de s'exprimer à l'échelle de l'interculturel, de brasser les cultures, et, de cet amalgame, produire et diffuser un contenu transculturel, aux influences

---

<sup>230</sup> « La représentation culturelle télévisuelle doit être considérée comme un instrument de 'traduction', et ce de manière immédiate, d'éléments culturels d'une culture source vers un groupe cible en les visualisant, c'est-à-dire en les 'rendant lisibles' pour les destinataires de cette culture cible » dans Hahn, O. ARTE: *der europäische Kulturkanal*, 1997, p.58.

diverses, de participer à une forme d'éclectisme culturel visible à l'écran. Ce métissage culturel semble être palpable dans la programmation d'ARTE. Alors que l'on a opposé culture des médias et culture d'élite, ARTE tâche de bâtir un pont entre les deux. La culture d'élite, sophistiquée, plutôt à destination d'intellectuels ou d'individus déjà formés à ce type de contenus, se mélange à une culture des médias, une culture qui se répand aisément, constituée et mise à l'écran pour être accessible, sans pour autant sombrer dans le populaire ou le divertissement, ni la simplicité approuvée par la majorité.

Puisque la télévision participe grandement à la construction identitaire, puisque la production télévisuelle fait figure de jonction entre l'imaginaire et le public, qu'elle est en mesure de diffuser des contenus culturels dans une sphère large, nous pouvons considérer ce média, et désormais l'ensemble des médias – Internet inclus – comme outils de communication interculturelle. Désormais, tout individu peut entrer en contact avec un autre. Les sociétés sont multiculturelles, interagissent et s'influencent réciproquement. Le satellite, et donc la télévision, désormais le numérique et Internet ont largement participé à l'éclatement des frontières de l'imaginaire. Si les médias sont des outils de communication interculturelle, « l'interculturalité n'est pas donnée par les médias, elle doit se construire dans leur consommation. Les médias sont l'occasion d'expérience interculturelle, ils ne sont pas interculturels a priori. »<sup>231</sup> Les médias favorisent la rencontre interculturelle, facilitent la communication extérieure et l'accès aux contenus internationaux. Cultures et identités sont profondément liées, et se construisent dans un rapport étroit à l'*Autre*, par la rencontre, par le dialogue.

#### **d) Le devoir de mémoire d'ARTE.**

À l'image de Demorgon, que nous avons déjà cité, Régis Debray<sup>232</sup> caractérise lui aussi des grandes formes sociétales, ces dernières apparaissant chronologiquement et étant déterminées par les grandes mutations techniques et technologiques. Impossible donc d'évoquer le travail de mémoire de l'objet télévisuel sans y faire référence. Selon le philosophe, les anciennes techniques influencent les nouvelles, et cet ensemble constitue une partie des fondements de l'interculturel. Les quatre grandes formes sociétales qu'il décrit sont la mnémosphère (la transmission orale), la logosphère (les écritures de la parole Divine), la

---

<sup>231</sup> Mariet, F. « Le difficile interculturalisme des médias » dans Abdallah-Prétceille, M. & Porcher, L. (dir.) *Diagonales de la communication interculturelle*, 1999, pp.193-207.

<sup>232</sup> Debray, Régis. « Les Révolutions médiologiques dans l'Histoire ». *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), 2000, n° 1, p. 4-12. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2000-01-0004-001>.

graphosphère (imprimerie) et la vidéosphère (médias et multimédias). Ces quatre grandes formes fondent l'interculturel mais sont avant tout des supports de *mémoire*. Interculturalité et mémoire sont donc intimement liées. Le concept de mémoire joue en effet un rôle particulièrement important, dans le sens où les acteurs de toute situation interculturelle sont porteurs d'une mémoire, collective et individuelle<sup>233</sup>, qu'ils transmettront, sciemment ou non. L'interculturel peut être défini, d'une certaine manière, comme la capacité à construire un espace social commun, et donc la capacité à constituer une mémoire collective à partir des références de chacune des cultures impliquées.

[...] la représentation officielle du passé possède à la fois une dimension historique et une dimension de fiction, de construction imaginaire, le but étant de donner à l'histoire un sens parmi d'autre.<sup>234</sup>

L'identité sociale de chaque individu est la résultante d'une construction de *Soi* dans le rapport à l'*Autre*. La rencontre avec autrui, dans un contexte historique et social donné, est donc constitutive de l'identité, et comme la culture, elle n'inclue aucun caractère héréditaire, même si la sphère familiale joue un rôle considérable, culture et identité ne sont pas transmises par voies génétiques. La construction de *Soi* comporte la notion de *mémoire*, l'appartenance sociale et culturelle est intimement liée à une forme de *mémoire collective*, un sentiment d'appartenance qui se développerait plus aisément au cœur de frontières communes. L'identification d'un individu est liée à l'histoire de son « groupe d'appartenance », groupe à l'échelle nationale, régionale ou familiale.

---

<sup>233</sup> Au sujet de la mémoire, des mémoires collectives et individuelles, voir les théories de Jan Assmann. « La mémoire ne se construit pour l'Homme que dans un processus de socialisation. Ce n'est certes que l'individu qui dispose d'une mémoire, mais cette mémoire est marquée collectivement. La question de la mémoire collective n'est donc pas à comprendre de manière métaphorique. Les collectifs n'ont certes pas de mémoire, mais ils déterminent la mémoire de leurs membres. Les souvenirs même les plus personnels ne peuvent naître que de la communication et de l'interaction entre groupes sociaux. Nous ne nous souvenons pas uniquement de ce que nous apprenons des autres, mais aussi de ce que les autres nous racontent, de ce qui, chez l'autre, nous renforce et nous reflète de manière significative » Cité depuis Assmann, Jan. *Das kulturelle Gedächtnis: Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. 7. Auflage. Beck'sche Reihe 1307. München: Verlag H.C.Beck, 2013, pages 35-36. „Gedächtnis wächst dem Menschen erst im Prozeß seiner Sozialisation zu. Es ist zwar immer nur der Einzelne, der Gedächtnis „hat“, aber dieses Gedächtnis ist kollektiv geprägt. Daher ist die Rede vom „kollektiven Gedächtnis“ nicht metaphorisch zu verstehen. Zwar „haben“ Kollektive kein Gedächtnis, aber sie bestimmen das Gedächtnis ihrer Glieder. Erinnerungen auch persönlichster Art entstehen nur durch Kommunikation und Interaktion im Rahmen sozialer Gruppen. Wir erinnern nicht nur, was wir von anderen erfahren, sondern auch, was uns andere erzählen und was uns von anderen als bedeutsam bestätigt und zurückgespiegelt wird.“

<sup>234</sup> Rosoux, V.B., *Les usages de la mémoire dans les relations internationales, le recours au passé dans la politique étrangère de la France à l'égard de l'Allemagne et de l'Algérie de 1962 à nos jours*, Bruxelles, Edition Bruylant, 2002, p.403.



Les identités sociales se construisent dans les rapports sociaux du présent, mais se nourrissent du passé, qu'il soit construit ou imaginé.<sup>235</sup>

ARTE, pour justifier sa vocation culturelle et de rapprochement des peuples, s'est elle aussi lancée, nous pourrions le constater, dans un travail de mémoire, perceptible dans sa programmation, qu'elle tâche de prolonger sur tous ses supports. Au même titre que la création d'ARTE, la réconciliation franco-allemande est le fruit d'un travail de mémoire, de constitution d'une mémoire collective pour la paix. Les discours et impulsions politiques ont joué en ce sens, avec la création d'instituts franco-allemands, à l'image de l'OFAJ, qui symbolise par ailleurs les grands élans de recherche interculturelle. La construction progressive d'un imaginaire commun franco-allemand induit un sentiment de compréhension, de rapprochement des peuples. Cela est, nous le verrons dans le chapitre suivant, vérifiable via l'étude chronologique du rapprochement franco-allemand à travers de grandes décisions politiques. Un rapprochement qui a mené à la création d'ARTE ; et la chaîne culturelle franco-allemande poursuit ce travail de mémoire.

La mission d'ARTE s'ancre en outre tout à fait dans les réflexions de Ladmiral et Lipiansky sur l'interculturel :

Les rencontres interculturelles [...] ont souvent pour visée de favoriser une meilleure compréhension et une meilleure entente entre les peuples et par là d'éliminer des sources de conflits, de malentendus ou de xénophobie.<sup>236</sup>

ARTE, à travers sa diffusion binationale, tente de mettre à l'écran les représentations sociales des peuples européens, ainsi que leurs actualités politiques et informationnelles. Cette programmation commune a pour but, si ce n'est de forger une identité à caractère collectif, à minima d'amoindrir les différences et stéréotypes entre nations françaises et allemandes, de profiter des savoirs et des expériences de chacun pour constituer une programmation la plus qualitative possible.

La mission d'ARTE s'est fondée sur ce principe, une programmation bâtie par un groupe franco-allemand, à teneur européenne, devait être en mesure de constituer une *mémoire*

---

<sup>235</sup> Eckmann, Monique. « Chapitre 1. Identité – identités ». In *Identités en conflit, dialogue des mémoires : Enjeux identitaires dans les rencontres intergroupes*, 15-51. Le social dans la cité. Genève: Éditions ies, 2017, disponible à l'adresse suivante <http://books.openedition.org/ies/1513>.

<sup>236</sup> Ladmiral, Jean-René & Edmond Marc Lipiansky. *La communication interculturelle*. 4e édition. Traductologiques 5. Paris: Les Belles lettres, 2015, p.158.

*commune, collective.* À ce sujet, Jan Assmann<sup>237</sup> est une figure incontournable. L'égyptologue a développé ses théories de la culture en étroite relation avec les médias et la communication, qui, selon lui, constituent une mémoire commune.

Le média est indispensable aux identités collectives dans la mesure où il diffuse les canons partagés, fondés selon lui essentiellement sur la construction du présent par le passé et la mémoire.<sup>238</sup>

Assmann propose de dissocier *mémoire communicative* et *mémoire culturelle*<sup>239</sup>, l'une étant transmise de manière orale entre individus, au risque d'être modifiée ou de disparaître au cours des décennies, l'autre, la *mémoire culturelle*, est diffusée par l'outil médiatique, elle s'appuie sur un support de diffusion, dépasse les âges et participe donc à la constitution d'une mémoire collective, partagée par une communauté elle aussi en mesure de la diffuser de manière pérenne.

Das *kommunikative* Gedächtnis umfaßt Erinnerungen, die sich auf die rezente Vergangenheit beziehen. Es sind Erinnerungen, die der Mensch mit seinen Zeitgenossen teilt.<sup>240</sup>

La mémoire culturelle dispose de ressources de diffusion concrètes, sa transmission est institutionnalisée et s'exprime lors de commémorations officielles, dans les musées ou encore les livres. Elle est destinée à forger une conscience collective au sein du groupe dans lequel elle évolue.

Das *kulturelle* Gedächtnis richtet sich auf Fixpunkte in der Vergangenheit. Auch in ihm vermag sich Vergangenheit nicht als solche zu erhalten. Vergangenheit gerinnt ihr vielmehr zu symbolischen Figuren, an die sich die Erinnerung heftet.<sup>241</sup>

La télévision nationale joue bien ce rôle de constitution et de sauvegarde d'une mémoire culturelle, et de ce fait, de construction identitaire. Mais ARTE n'est pas une télévision

---

<sup>237</sup> Voir Assmann, Jan. *Das kulturelle Gedächtnis: Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. 7. Auflage. Beck'sche Reihe 1307. München: Verlag H.C.Beck, 2013.

<sup>238</sup> Selon les théories d'Assmann et d'Anderson au début des années 90, cité depuis Roth, Catherine & Carsten Wilhelm. « Médias culturels et Interculturalité : regards croisés France-Allemagne ». *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 9 (1 septembre 2016), disponible à l'adresse suivante : <https://doi.org/10.4000/rfsic.2451>.

<sup>239</sup> „Kommunikatives und kulturelles Gedächtnis“ dans Assmann, Jan. *Das kulturelle Gedächtnis*, 2013.

<sup>240</sup> « La mémoire communicative inclut des souvenirs liés au passé récent. Ce sont des souvenirs que l'Homme partage avec ses contemporains. » dans Assmann, Jan. *Das kulturelle Gedächtnis*, 2013, p.50.

<sup>241</sup> « La mémoire culturelle se concentre sur des points fixes du passé. Ici encore, le passé ne peut être préservé en tant que tel, mais il se fige en figures symboliques, figures dans lesquelles s'ancre la mémoire. » Ibid. p.52.

nationale, et si la France et l'Allemagne ont bien un passé commun, ce passé demeure dans les consciences collectives un passé belliqueux. Là où la télévision nationale est capable de constituer un sentiment identitaire fort, d'éveiller un processus de socialisation, ARTE, en tant que télévision binationale, qui plus est à destination européenne, a la lourde tâche d'enclencher un processus de *resocialisation*, de réconciliation, de nouvelle entente.

En assimilant toute forme d'expression culturelle et esthétique à une forme d'éducation culturelle, il devient possible d'intégrer le média télévisuel à la sphère culturelle. Son caractère sociologique l'ancre dans une définition anthropologique des cultures. La télévision participe à sa manière – et d'ailleurs même dans le divertissement – à la constitution d'une *mémoire collective*. En s'appuyant sur cette notion de mémoire collective, la forme télévisuelle, pourtant rejetée par nombre d'intellectuels, se voit admise comme outil sociétal et donc culturel de fait. Le caractère équivoque de la notion de culture, appliqué au média télévisuel se résorbe finalement. ARTE, en choisissant de traiter des événements culturels par exemple, élargit sa définition et se détache du caractère élitiste qu'on lui reprochait sous La SEPT.

#### **6) Politiques culturelles et audiovisuelles en France et en Allemagne : entre dissension et homologie.**

Les notions de développement culturel et de politique culturelle englobent des approches variables, qu'elles soient économiques, sociales ou encore territoriales. Nous allons tâcher de démontrer que la gestion des politiques culturelles est profondément ancrée dans l'acception culturelle du pays concerné. France et Allemagne ont donc naturellement constitué leurs propres politiques culturelles. Malgré de fortes dissensions et des structurations hétéroclites, nous avons pu remarquer que les deux États étudiés partagent des objectifs communs de diversité culturelle, d'aide à l'accès à la culture. Nous proposons donc une rapide évocation des grands mouvements de l'histoire des politiques de la culture française et allemande, afin de révéler ces divergences, notamment en termes de pratiques culturelles. Nous nous sommes attachée à mettre l'accent sur le lien entre culture et audiovisuel. Les nouvelles pratiques numériques ont de fait modifié les pratiques culturelles, et ce de part et d'autre du Rhin. Une mutation vers le numérique qui a fortement influencé l'ensemble des chaînes de télévision, dont ARTE, qui a considérablement déployé son offre sur le web, et totalement repensé son offre antenne pour l'harmoniser avec le numérique.

Outre une politique certaine de démocratisation de la culture, France et Allemagne ont fait du digital une des pierres angulaires d'accès à la culture.

Les produits culturels ne sont pas des marchandises. Si Theodor Adorno a largement diffusé cette pensée, la France défend elle aussi cette position, et a développé une politique culturelle prônant des valeurs de démocratisation et d'exception culturelle. Les valeurs républicaines de la France, son passé révolutionnaire et sa tradition mécénale, largement engagée sous Napoléon, ont placé la culture au centre des délibérations politiques de l'hexagone. L'acceptation culturelle des Français tend à une sauvegarde du patrimoine, des beaux-arts, de la *haute-culture*. L'État se porte garant et responsable du patrimoine culturel français. Si tous les gouvernements ont favorisé un soutien indéniable à la culture, les politiques culturelles françaises ont vécu un tournant à la fin des années 50. La culture devint officiellement une affaire d'État, lorsqu'un ministère lui est dédié sous la houlette d'André Malraux, en 1959, afin de « rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, et de favoriser la création des œuvres d'art et de l'esprit qui l'enrichissent. »<sup>242</sup> Une politique de démocratisation culturelle et d'accessibilité, cependant encore très orientée « franco-française ». L'on songeait dès la fin des années 1950 à proposer une télévision de qualité, en particulier pour répondre à la présence toujours croissante des contenus américains, un paysage audiovisuel français en déclin pour nombre de professionnels de l'audiovisuel public et de politiques, à cause de ces contenus importés. Au sujet de la libéralisation de la culture et donc de la culture en télévision, Adorno soulignait son déclin et son lien de parenté avec la communication :

En général, les critiques de la culture s'enivrent d'idoles tirées de l'antiquité vers la chaleur douteuse et volatile de l'ère libérale, qui rappelle les origines de la culture à son déclin... Ainsi que la culture s'est élevée dans le marché, le commerce, la communication et la négociation, comme façon distincte dans la lutte pour la préservation individuelle, ... donc la culture, considérée comme 'nécessaire pour le social' selon les règles classiques,

---

<sup>242</sup> Voir au sujet des politiques culturelles françaises les écrits de Philippe Poirrier, en particulier *Politiques et pratiques de la culture*. Les Notices. Paris: la Documentation française, 2010, ainsi que Girel, Sylvia. « Philippe Poirrier (dir.), *La Politique culturelle en débat. Anthologie (1955-2012)* ». Lectures, 19 juillet 2013. <http://journals.openedition.org/lectures/11946> et Poirrier, Philippe. L'État culturel en débat dans Coutinho, Ana Paula, De Fatima Outerinho Maria & De Almeida José Domingues (Ed.), *La force (In)tranquille des années quatre-vingt : questions posées à la culture française*, Lasemainefr 2012, Porto, Universidade do Porto. Faculdade de Letras, 2013, pp.118-140. Disponible à l'adresse suivante <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/10930.pdf> consulté le 17 février 2018.

dans le sens de se reproduire économiquement, est en fin de compte réduite à ce qu'elle était au début : simple communication.<sup>243</sup>

En 1961 sont créées les Maisons de la Culture par décision d'André Malraux, création illustrant au mieux la volonté de l'État de démocratiser l'accès à la culture. Les Maisons de la Culture allaient devoir participer à effacer quelques obstacles à la démocratisation culturelle, élever le niveau culturel tout en rendant cette dernière accessible, et avant tout proposer des systèmes d'éducation à la culture égalitaires. Malgré un budget faible, le ministre de la culture développait ses actions culturelles pour répondre aux objectifs qu'il a clairement fixés. Sa politique de « planification culturelle » se voit critiquée car contradictoire par sa forte teneur économique. Moultes critiques émanent de la sphère intellectuelle, et se font vives du côté de ceux qui estiment que Malraux n'exerce une politique qu'en faveur de la culture d'élite, une *culture cultivée*. Une vision limitée et un rejet des médias de masse allant justement à l'encontre de l'idée de démocratisation pourtant tellement évoquée. Dans les années 1960, les responsables de chaînes évoquent eux aussi la démocratisation culturelle, rendue possible par le biais de la télévision. Les politiques culturelles de De Gaulle ont attaché la culture aux Beaux-Arts. Le Président en fonction a ainsi mené une politique pédagogique d'éducation à la culture. Cela fut perceptible en télévision avec l'apparition d'émissions littéraires, historiques ou patrimoniales. La télévision devenait instrument d'éducation, de diffusion de connaissance, une culture de masse critiquée par les Wolton, les Morin, ces derniers s'exprimant en défaveur d'une forme de standardisation de la culture. En France, les médias et l'audiovisuel constituent un enjeu politique fort, bien moins développé dans les autres pays européens.

Pour le premier ministre de George Pompidou, Jacques Chaban-Delmas, la culture relève de l'éducation, et de l'information. La notion de culture est dorénavant assimilée dans son sens anthropologique, et sur le « beau » prône désormais la diversité, la création. Alors que Georges Pompidou établissait en 1971 un rapport faisant état d'un échec de la démocratisation culturelle en France, le ministère Duhamel pour les affaires culturelles modernisait les politiques culturelles de l'État en réaffirmant le rôle des collectivités locales avec la création du Fond d'Intervention Culturelle (FIC). Une charte culturelle avec l'ORTF<sup>244</sup> fut adoptée afin que cette dernière repense son action de soutien au cinéma et verse une compensation financière pour pallier au manque à gagner dû au passage de films de cinéma en télévision. La

---

<sup>243</sup> Adorno, Theodor. « cultural Criticism and Society », dans Davison, P. Myersohn, R., & Shils E. (dir.), *Literary Taste, Culture and Mass Communications*, vol. 1 Cambridge : Chadwick, 1978, pp. 107-122, cité depuis Susan, Emanuel. *Télévision et Culture en France*, 1993, pp. 13-14.

<sup>244</sup> Office de Radio-Télévision Française.

signature de la Convention de Coopération Culturelle allait faire entrer cinéma et télévision dans un rapport d'interdépendance. La création de nombreux festivals et d'évènements culturels ont été institués par Jacques Duhamel, par ailleurs largement engagé dans la sauvegarde du patrimoine.

Très tôt, la France s'est intéressée à l'image, avec le cinéma dès les années 40. L'audiovisuel fut ensuite largement soutenu par l'État. La France a ainsi mis en place une politique de quotas de diffusion en faveur du cinéma français et européen, pour les longs comme pour les courts-métrages. Au début des années 1980, le Ministère de la Culture a renforcé sa politique de démocratisation culturelle, en donnant plus de place à la création par le citoyen. Le budget pour la culture augmentait alors, et l'on considérait la culture selon deux acceptions distinctes, d'une part l'*héritage national*, d'autre part les *valeurs citoyennes*.

Alors que la France exprime une incertitude quant à la médiatisation de la culture, ainsi que sur le rôle culturel de la télévision, il existe une télévision éducative en Allemagne via les troisièmes chaînes régionales fondées par l'ARD<sup>245</sup> à partir de 1949, les *Dritten Programme*. Une télévision éducative elle aussi critiquée par certains partis Outre-Rhin, notamment les établissements scolaires traditionnels, comme l'a souligné Inge Gräßle dans sa thèse dédiée à la chaîne franco-allemande, précisant que les *Dritten* furent, comme a pu l'être La SEPT, puis ARTE, considérés comme élitaires.

Die Anerkennung des Fernsehens als Bildungsinstrument ist ihm jedoch von Zuschauern und traditionellen Bildungseinrichtungen versagt geblieben. Das Kooperationsangebot des Fernsehens an Schulen, Hochschulen und Volkshochschulen wurde kaum genutzt (von Rüden 1985). Die „Dritten“ wurden für elitär gehalten.<sup>246</sup>

Inge Gräßle établit en outre un lien étroit entre les fonctions éducatives des *Dritten* et les réflexions en France menées par le Collège de France à propos d'une télévision culturelle et éducative au milieu des années 1980.

---

<sup>245</sup> Abréviation de *Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten*, en français « Groupement des établissements de radiodiffusion de droit public. » La structure audiovisuelle publique regroupe ainsi l'ensemble des radiodiffuseurs du territoire fédéral allemand.

<sup>246</sup> « Les téléspectateurs et les établissements traditionnels ont cependant refusé de reconnaître la télévision comme instrument d'éducation. L'offre de coopération de la télévision dans les écoles, les universités et hautes écoles spécialisées n'a été que peu effective. Les « Dritten » étaient considérés comme élitaires » dans Gräßle, Inge, *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, 1995, p.97.

Die Gründungsanliegen der Dritten Programme erinnern in ihrem Bildungsanspruch an das Collège de France in Frankreich und seine Vorschläge einer Kultur- und Bildungsprogramms für Frankreich 1985.<sup>247</sup>

En France, le Compte de Soutien à l'Industrie des Programmes Audiovisuels (COSIP) fut fondé en 1986 pour favoriser et développer encore la production, cette fois-ci sans critères culturels. Fort de sa tradition de soutien, l'État mit en place de nombreuses aides financières à l'échelle régionale. Le CNC se chargeait quant à lui des productions indépendantes, tant dans le cinéma que dans l'audiovisuel. L'on dénombre par ailleurs en France trois grands types de programmation, et d'aides financières associées. Les films de cinéma en premier lieu, qui bénéficient tous d'un soutien à la production, puis les productions audiovisuelles dite « aidées », qui entrent dans les genres de la fiction, du documentaire, de l'animation ou de l'information et bénéficient elles aussi d'un soutien financier, et enfin les productions audiovisuelles « non aidées », qui concernent les programmes de flux, donc créés selon une logique commerciale.

Un réel engagement en faveur de la culture s'est développé en France dans le courant des années 1980, une *politique volontariste* amorcée par le nouveau gouvernement de gauche, une politique de soutien conduite entre autres par François Mitterrand et Jack Lang. Le rôle de l'État est de simplifier l'accès à la culture, de favoriser la création. Pour parvenir à ces fins, la culture est donc déplacée vers les collectivités, une nouvelle valeur territoriale, régionale facilitant l'implication des publics et élargissant les pratiques. Le décret du 10 mai 1982 affirme cette politique de décentralisation de gestion des affaires culturelles par les préfets :

Le préfet de la région assure le contrôle administratif de la région, de ses établissements publics et de ses établissements publics interrégionaux qui ont leur siège dans la région.<sup>248</sup>

Ce même décret souligne l'importance de l'accès à la culture par tous. Les Français doivent pouvoir pratiquer la culture et s'abroger des barrières sociales qu'ils s'imposent :

---

<sup>247</sup> « Les préoccupations initiales des *Dritten* rappellent, dans leur revendications didactiques, Le Collège de France et ses propositions en faveur d'un programme culturel et éducatif en France en 1985 », *ibid.* page 98.

<sup>248</sup> Décret n°82-390 du 10 mai 1982 relatif aux pouvoirs des préfets de région, à l'action des services et organismes publics de l'État dans la région et aux décisions de l'État en matière d'investissement public, Article 2 abrogé par le Décret n°2004-374 du 29 avril 2004 - art. 87 (V) JORF 30 avril 2004, disponible en ligne à l'adresse suivante <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000698706&dateTexte=20040429>

Le ministère chargé de la culture a pour mission : de permettre à tous les Français de cultiver leur capacité d'inventer et de créer, d'exprimer librement leurs talents et de recevoir la formation artistique de leur choix ; de préserver le patrimoine culturel national, régional ou des divers groupes sociaux pour le profit commun de la collectivité tout entière ; de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit et de leur donner la plus vaste audience ; de contribuer au rayonnement de la culture et de l'art français dans le libre dialogue des cultures du monde.<sup>249</sup>

Alors que ce décret souligne certes un intérêt purement national pour la culture, la notion de « rayonnement » retient notre attention. La mondialisation d'une part, la diffusion d'une culture nationale d'autre part, a en effet joué un rôle important dans les actions culturelles françaises. Catherine Tasca, ministre de la francophonie, fixe dans son décret du 17 janvier 1990 un certain nombre de quotas en faveur de la langue française au cinéma et dans l'audiovisuel. Ainsi :

Pour chacun de leurs programmes, les éditeurs de services de télévision réservent, dans le nombre total annuel de diffusions et de rediffusions d'œuvres cinématographiques de longue durée, au moins :

1 - 60 % à la diffusion d'œuvres européennes

2 - 40% à la diffusion d'œuvres d'expression originale française [...]

Les œuvres cinématographiques de longue durée d'expression originale française ne doivent pas représenter moins de 35 % du nombre total annuel de diffusions et de rediffusions, y compris aux heures de grande écoute.<sup>250</sup>

La culture devient européenne dès 1992, et pour que la France puisse participer à cet élan d'affinité et de compréhension entre les peuples d'Europe, ses acteurs politiques préféreront la notion de « diversité culturelle » à celle de l' « exception culturelle », afin de se détacher d'une position considérée comme dominante de la « haute culture à la française », quelque peu condescendante dans le champ européen. Jacques Toubon, ministre de la culture et de la francophonie entre 1993 et 1995 sous Mitterrand, s'exprime quant à lui en faveur

---

<sup>249</sup> « Ministère de la Culture. Organisation ». Bulletin des bibliothèques de France (BBF), 1982, n° 6, pp. 353-354. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1982-06-0353-002> . ISSN 1292-8399.

<sup>250</sup> Décret n°90-66 du 17 janvier 1990 pris pour l'application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux concernant la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles par les éditeurs de services de télévision. NOR: MICT9000015D Version consolidée au 30 avril 2019.

Chapitre Ier : Obligations de diffusion d'œuvres cinématographiques, Article 7 Modifié par Décret n°2004-1481 du 23 décembre 2004 - art. 2 JORF 30 décembre 2004, disponible en ligne à l'adresse suivante : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000342173&categorieLien=cid> .



d'une politique culturelle qui préserverait l'identité culturelle européenne. Sans pour autant s'opposer aux États-Unis, ce dernier souhaite promouvoir la diversité culturelle dans le bassin européen, lutter contre toute forme de libéralisation des produits culturels, et contre la prééminence américaine. Les actions d'accès à la culture et de réduction des fractures sociales se sont poursuivies au cours des ans, et les secteurs de la culture et de la communication se sont rapidement rapprochés pour n'être traités que par un seul ministère, le Ministère de la Culture et de la Communication, et ce dès 1978 dans le Gouvernement de Giscard d'Estaing avec Jean-Philippe Lecat. Alors que le Gouvernement cherche à faciliter l'accès à la culture, la question de l'importance du rôle des médias de masse se pose. La culture, pour être transmise, et surtout accueillie, nécessite un moyen de communication de masse, facile d'accès, familial et apprécié par toutes les couches sociales. La télévision et son caractère familial, ludique, sympathique, répond plutôt bien à cette problématique de diffusion de la culture à grande échelle. Culture et audiovisuel ne font qu'un, et Catherine Trautmann, à la tête du ministère de 1997 à 2000, participait ainsi à la création du Holding France Télévisions, que nous évoquons dans les chapitres suivants. Catherine Tasca lui succéda pour la période de 2000 à 2002. Elle relança la promotion de la diversité culturelle et la lutte pour l'égalité d'accès à la culture en agissant notamment dans les écoles. Elle renouvela la décentralisation de la culture aux côtés de son secrétaire d'État Michel Duffour. Les deux années suivantes, Jean-Jacques Aillagon fut nommé ministre de la Culture et de la Communication. Ce dernier commanda à Catherine Clément un rapport sur l'offre culturelle en télévision, rapport faisant état d'une dégradation certaine du service public, ce dernier ne proposant des contenus culturels qu'aux heures de faible écoute. Depuis 2017, le ministère chargé de la culture répond de nouveau à la simple appellation « Ministère de la Culture », mais comprend un département « communication ». Ce dernier « propose, coordonne et met en œuvre les actions de communication relative à la politique culturelle conduite par la direction générale. »<sup>251</sup>

Alors que la France et sa politique d'exception culturelle se targuent – mis de côté nombre d'enjeux économiques – de participer largement à la création, à l'innovation artistique, au soutien des producteurs, à la sauvegarde du patrimoine cinématographique et audiovisuel, la télévision française n'a toujours comporté que peu d'éléments culturels dans sa programmation.

---

<sup>251</sup> Cité depuis le site suivant : <http://www.culture.gouv.fr/Nous-connaître/Organisation/La-direction-generale-des-patrimoines/Departement-de-la-communication>

En Allemagne, la culture est très tôt présente sur le média télévisuel et rapidement sur différentes chaînes, contrairement à la France où La Sept a été créée pour combler ce vide et fait figure de niche. Nombres de magazines culturels sont présents sur les deux premières chaînes allemandes ARD et ZDF, ainsi que sur 3Sat.<sup>252</sup> Là où les Français évoquent l'exception culturelle, les Allemands préfèrent mentionner *l'existence d'expressions artistiques ancrées dans des cultures (Künstlerische Ausdrucksformen sind in den Kulturen verwurzelt)*<sup>253</sup> En effet, comme nous avons pu le démontrer, les cultures naissent d'antagonismes politiques et territoriaux, il est donc tout à fait normal que l'Allemagne, fédérale, et la France, centralisée, n'aient pas développé le même rapport à la culture, et donc, de fait, de politiques culturelles similaires. L'Allemagne puise sa diversité culturelle dans son organisation fédérale, alors que la France, centralisée, se fonde sur l'institutionnalisation de la culture pour l'entretenir et l'affirmer.

La culture est en partie séparée de l'action politique nationale en Allemagne, qui préfère gérer les affaires culturelles depuis les régions. Il existe bien une forme de politique et d'actions culturelles, mais ces dispositifs se développent et s'appliquent au niveau des *Länder*. Cette décentralisation n'est pas synonyme de « pauvreté » ni de « dispersion » culturelle, bien au contraire. Si l'on mène une rapide comparaison des pratiques culturelles sur l'ensemble des territoires français et allemand, l'Allemagne est capable de devancer largement la France, sur le nombre d'opéras à renommée internationale par exemple.

---

<sup>252</sup> Nous développons l'histoire des télévisions françaises et allemandes et leur rapport à la culture et à l'éducation dans le chapitre suivant, page 138 et suivantes.

<sup>253</sup> On retrouve ainsi le terme dans des écrits administratifs et politiques. La mention « Künstlerische Ausdrucksformen » est mainte fois utilisé dans la Commission d'enquête sur la culture en Allemagne, *Kultur in Deutschland*, éditée en décembre 2007 par le *Deutscher Bundestag*, nous l'évoquons de manière plus précise page 145 et suivantes.

Dans son récent texte ayant pour sujet la question de la « pédagogie de demain », Martin R. Textor utilise un vocable similaire, et conçoit la compétence culturelle comme le développement des formes d'expression – entre autres – artistiques, mais aussi religieuses, littéraires, musicales :

Um in einer Welt, in der viele unterschiedliche Werte miteinander konkurrieren und sich fortwährend wandeln, nicht die Orientierung zu verlieren, sollten Kinder, Jugendliche und Heranwachsende ein eigenes, individuelles Wertesystem ausbilden, das ihnen Lebenssinn und Sicherheit gibt. Viele werden sich in einer (Sub-) Kultur mit besonderen religiösen, literarischen, musikalischen und künstlerischen Ausdrucksformen verwurzelt fühlen, in die sie entweder hineingeboren wurden oder die sie sich selbst ausgesucht haben - und die manche von ihnen auch weiter ausgestalten werden (kulturelle Kompetenz)

Cité depuis : Textor, Martin R. *Zukunftsorientierte Pädagogik: Erziehen und bilden für die Welt von morgen: Wie Kinder in Familie, Kita und Schule zukunftsfähig werden*. BoD – Books on Demand, 2018, page 49.

Dans un monde où beaucoup de différentes valeurs se font concurrence et changent constamment, les enfants, adolescents et jeunes adultes doivent, afin de préserver leur orientation, développer leur propre système de valeurs, individuel, qui leur procurera sens et sécurité. Beaucoup se sentiront enracinés dans une (sous)culture avec des formes d'expression particulières, religieuses, littéraires, musicales ou artistiques, dans lesquelles ils sont nés, ou alors qu'ils ont choisi – et que certains d'entre eux développeront davantage (compétence culturelle).

Le nombre de mélomanes pratiquant un instrument est plus important en Allemagne, et c'est lié à un nombre d'orchestres, d'opéras qui est nettement plus important, de l'ordre du double voire du triple, et quand on se place dans les premiers orchestres mondiaux, je pense qu'on peut compter au moins cinq orchestres allemands (Berlin, Munich, Dresde, Leipzig, Hambourg...), pas beaucoup de français mis à part peut-être l'opéra de Paris.<sup>254</sup>

À l'inverse de la France, centrée sur Paris, l'Allemagne accorde une importance considérable aux métropoles de chacun de ses *Länder*. La France a bien mené des campagnes de décentralisation, et il est juste d'avancer que la politique de l'Hexagone tend à renforcer le pouvoir de ses métropoles, de les rendre plus dynamiques sur le plan culturel, au centre de notre débat, mais aussi économique.<sup>255</sup> Les métropoles françaises ont su développer et dynamiser non seulement leurs initiatives culturelles, économiques, mais encore universitaires ou professionnelles. Les politiques culturelles françaises se sont développées dans les métropoles, et, à titre d'exemple, de nombreux festivals de renom sont organisés en province : les Journées Folles à Nantes, Sériemania à Lille...mais Paris demeure la référence, tant dans les représentations de chacun, que de manière concrète, puisque la plupart des partenariats sont établis avec des institutions parisiennes.

Ce qu'on perçoit c'est le côté centralisateur et parisien versus le côté concurrence entre métropoles – je dirais plutôt métropoles que *Länder*. En France, on est face à une activité culturelle qui est assez centrée sur Paris, en sachant que Paris se déplace : Paris est à Avignon, Paris est à Cannes...Il y a toute une série de partenariats avec des institutions soit pariso-parisiennes, soit déportées à Cannes ou dans d'autres lieux, avec cette tradition centraliste. [...] En Allemagne, on n'est pas tout à fait sûr de ce qui va faire l'actualité parce qu'il y a plusieurs choses qui peuvent faire l'actualité, et il n'y a pas plus de légitimité à Berlin...Berlin ne concentre que moins de 20% des entrées des musées en Allemagne, donc 80% des entrées des musées sont en dehors de Berlin alors qu'on est à 33% d'entrées de musées en dehors de Paris et Versailles seulement. Et ce qui concerne les musées est vrai pour le reste.<sup>256</sup>

---

<sup>254</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019 dans les locaux d'ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>255</sup> « Côté français il est sûr que le côté très visible des politiques culturelles comme forge politique de changer la ville en 1981, ou de marquer, par un certain nombre de grands travaux, la ville, par l'État et non par les communes, dans les années 80, 90 et grosso modo jusqu'à la création de la Bibliothèque de France, c'est un peu terminé... » Emmanuel Suard, *Ibid.*

<sup>256</sup> Emmanuel Suard, *Ibid.*

D'un point de vue strictement financier, France comme Allemagne disposent d'un budget conséquent en matière culturelle. Celui-ci est simplement réparti différemment, par des instances différentes : l'État d'une part, les *Länder* d'autre part.

C'est vrai qu'il y a une grosse différence financière dans les investissements entre les *Länder* et l'État, mais en revanche il y a autant d'argent qui est mis dans la culture dans les métropoles françaises que dans les métropoles allemandes, et c'est beaucoup d'argent, dans les deux pays.<sup>257</sup>

D'un côté comme de l'autre, les politiques culturelles sont moins présentes dans le débat politique. Elles ont cependant toujours été relativement peu présentes dans le débat politique national allemand. Si le Contrat de Coalition mentionne lui aussi des éléments de politiques culturelles, elles paraissent plus marquées par le passé tragique du pays. C'est par exemple le cas avec la question de la restitution des biens culturels, des biens volés par les national-socialistes. Emmanuel Suard, lors de notre interview, préférerait utiliser au sujet des politiques culturelles allemandes le terme de « débats transversaux », en considérant que ces derniers ont un impact sur la politique par leur dimension culturelle, il évoquait ainsi la question des réfugiés, ou de l'égalité hommes/femmes. Les pratiques culturelles et le patrimoine sont tout de même au cœur de quelques débats, avec par exemple l'arrivée du jeu vidéo dans la sphère culturelle, ou encore la reconstruction du *Schloss* à Berlin amorcée en 2012, qui impliquait certes le Ministère des Travaux Publics, mais aussi le Ministre de la Culture et des Médias Bernd Neumann.

L'Allemagne, a, depuis l'éclatement du Saint-Empire Romain Germanique (6 août 1806), connu de grands tournants dans ses politiques culturelles. Largement imprégné par sa structure en principautés, chacune disposant de ses propres traditions culturelles, l'Empire Allemand (1871) a conservé une forme d'indépendance de ses états en termes de politique culturelle. S'il n'existait pas encore de réel principe de séparation des pouvoirs, ce sont les secrétaires d'État qui se partageaient alors tâches et hautes responsabilités. Sous la République de Weimar, la politique d'actions culturelles est divisée entre le *Bund*, les *Länder*, et les villes. La pluralité des partis politiques – SPD, DDP, KPD, DVP, DNCP, NSDAP - est représentative de la pluralité des idéologies et des courants culturels en Allemagne. Comparée à la « culture française », elle aussi plurielle mais plus unifiée, il est difficile de dire qu'il existe *une* culture allemande. Cette dernière a toujours été influencée par de nombreux

---

<sup>257</sup> Emmanuel Suard, Ibid.

éléments extérieurs. Il nous a d'ailleurs été difficile de trouver des ouvrages traitant des politiques culturelles sur le territoire allemand. Le débat ne se fait en effet pas à la même échelle. Pour en revenir aux pratiques culturelles sous le régime de Weimar, il est essentiel de rappeler que l'art était fortement politisé certes, mais que cela n'a pas empêché la genèse de certains courants indépendants. La culture classique allemande reste profondément marquée par La Réforme, ainsi que par la philosophie romantique. L'héritage culturel classique allemand se compose des Goethe, Schiller, Beethoven...une grande richesse qui influençait alors encore les artistes allemands de Weimar. La tradition classique trouve son plus haut point d'expression dans le domaine de la musique, un enseignement et une éducation à la musique classique que l'on peut encore palper au sein de l'Allemagne moderne : plus nombreux sont les pratiquants d'instruments classiques Outre-Rhin, plus nombreuses sont les Philharmonies sur les terres allemandes. Concernant la littérature du régime de Weimar, les productions demeuraient elles aussi très classiques, avec un fort élan concernant les romans de formation, en témoignent les écrits de Thomas Mann ou Hermann Hesse. Il s'agit là d'auteurs dont la bourgeoisie allemande se délectait, mais il existait aussi ne l'oublions pas une littérature plus populaire signé par exemple par Ludwig Thoma. Concernant le théâtre, la République Weimarienne a vu fleurir nombre de *Volksbühne* (scènes populaires), et la peinture ne fut pas en reste, bien au contraire, avec des courants d'influences diverses, même étrangère, en grande partie française. Bien avant la République de Weimar, peinture et architecture vont croissant en Allemagne, de réels courants artistiques, culturels et philosophiques voyaient alors le jour. Comment ne pas citer *Die Brücke*<sup>258</sup>, d'Ernst Ludwig Kirchner, groupe d'artistes expressionnistes de Dresde, fondé en 1905, ou encore *Der Blaue Reiter*<sup>259</sup> munichois, fondé près de cinq ans plus tard, d'influence expressionniste, aux figures incontournables que sont Kandinsky et Franz Marc. L'expressionnisme, mouvement de rejet des conventions, influença l'Allemagne des années 1920, dans les arts comme dans le théâtre. Le domaine de l'architecture a joué un rôle fondamental dans les politiques et élans culturels allemands. Le peintre Pechstein donnait une nouvelle impulsion aux politiques culturelles, et allait associer art contemporain et ville, d'où l'importance de l'architecture. À ce sujet, les écrits de Louis Dupeux<sup>260</sup> sur l'histoire culturelle de l'Allemagne nous ont été d'une grande instruction. Pechstein se questionnait en effet sur la problématique de la place de l'art et de l'artiste, sur l'ouverture de centres populaires, l'accès à l'art moderne. Ce dernier compte

---

<sup>258</sup> Le Pont.

<sup>259</sup> Le Cavalier Bleu.

<sup>260</sup> Dupeux, Louis. *Histoire culturelle de l'Allemagne: 1919-1960 (RFA)*. 1. éd. Questions. Paris: Presses universitaires de France, 1989.

parmi les fondateurs, aux côtés de Gropius, du *Arbeitsrat für Kunst*, le *Conseil de Travail pour l'Art*, en 1919, qui constitue les origines de la création de l'école d'architecture *Bauhaus*<sup>261</sup> en 1920, célèbre pour sa conception singulière de *Gesamtkunstwerk* (œuvre d'art totale), conception selon laquelle une œuvre d'art est la résultante d'un élan artistique mais aussi technique, moderne.

Ce principe d'accès à l'art et surtout toute l'importance de l'architecture, que nous avons mentionné plus haut sont clairement énoncés dans les objectifs du *Conseil de Travail pour l'Art*.

Kunst und Volk müssen eine Einheit bilden. Die Kunst soll nicht mehr Genuß Weniger, sondern Glück und Leben der Masse sein. Zusammenschluß der Künste unter den Flügeln einer großen Baukunst ist das Ziel.<sup>262</sup>

Ces quelques exemples nous montrent à quel point l'Allemagne a connu des phases discontinues, et que les courants idéologiques et culturels les plus populaires sont directement issus de réactions politiques. S'il est plus difficile de percevoir de grands mouvements dans les politiques culturelles en Allemagne, fédéralisme oblige, les grands traumatismes et les réactions populaires ont façonné la culture allemande, dans les mœurs comme dans les arts. L'arrivée au pouvoir d'Hitler ne fait que corroborer notre théorie. Alors que le dictateur se considère lui-même comme grand artiste, impossible de parler de politique culturelle lors de sa prise de pouvoir. Il s'agirait plutôt d'une déconstruction de la culture au profit d'une culture politique fasciste et totalitaire. La « politique culturelle » hitlérienne est fondée sur des critères raciaux, et s'apparente plutôt à la transmission forcée de l'idéologie nazie, en témoignent les jeunesses hitlériennes ou les ligues féminines du *Deutsches Frauenwerk* et *Bund Deutscher Mädel*. Louis Dupeux décrit avec précision l'ensemble de ces actions « culturelles », toutes marquées par une dictature raciale dont il souligne l'archaïsme.

Les SS (escadrons de protection) et leur Service de Sécurité (*SD*) sont, par excellence, les « soldats idéologiques » du Régime. Pionniers d'une nouvelle « Culture » tournée vers un passé mythique [...] qui fera d'eux les exécutants (non les promoteurs) de la « solution

---

<sup>261</sup> ARTE a par ailleurs proposé une programmation spéciale en 2019 afin de commémorer les 100 ans du *Bauhaus*, nous l'évoquons dans notre chapitre dédié à l'analyse ciblée de la programmation.

<sup>262</sup> « L'art et le peuple doivent former une unité. L'art ne doit plus être le régal de quelques-uns, mais plutôt le bonheur et la vie des foules. Notre but est le regroupement des arts sous les ailes d'une grande architecture », dans Appel du 1er mars 1919, Lane, Barbara Miller. *Architektur und Politik in Deutschland 1918 - 1945*. Schriften des Deutschen Architekturmuseums zur Architekturgeschichte und Architekturtheorie. Braunschweig: Vieweg, 1986, page 61.

finale » du « problème juif » [...] des éléments archaïsants, plutôt déviants, tolérés par Hitler dans la mesure où cela ne le gêne pas.<sup>263</sup>

Le régime autoritaire de 1933 à 1945 a ainsi conduit à une politique de propagande, qui a directement influencé le domaine culturel avec une instrumentalisation de l'art et une absence de liberté. Sous Hitler, l'État dirige l'art, Goebbels, Ministre de la propagande et de l'information du peuple, fit sa propre révolution culturelle en voulant unifier les organismes et institutions, jusqu'alors séparées sur l'ensemble du territoire. Rosenberg fut chargé d'une « épuration » dans les milieux culturels, en déclin selon Hitler, et de nombreux courants furent considérés comme déviants et condamnables, à l'instar des dadaïstes et des cubistes. Plutôt qu'une politique culturelle, Hitler, par sa mise au pas de l'art, des pratiques et des créations culturelles, parvint à créer un fort élan d'exil d'artistes et intellectuels, comme Kandinsky que nous avons déjà cité, ou Max Ernst. Alors que l'Allemagne disposait déjà d'une forte tradition fédérale, l'expérience de la dictature a renforcé cet instinct de décentralisation. De 1945 à 1990, RDA et RFA ont mené des politiques culturelles distinctes, à la RDA centralisée, s'oppose une RFA dont les politiques culturelles ont été orientées par les Alliés. L'Allemagne occupée, considérée comme ennemie, demeure sous contrôle, et se voit divisée, un morcellement du territoire à l'origine d'un nouvel éclatement des politiques culturelles, décidément non unifiées. La Loi Fondamentale du 23 mai 1949 renforça le principe de fédéralisme, et la culture fut désormais du ressort des *Länder* uniquement. Malgré cette inévitable division territoriale, les élans créateurs ne manquèrent pas, et nombreux furent par exemple les romans d'après-guerre : Le *Doktor Faustus* de Thomas Mann en 1947, *Die Blechtrommel* de Günther Grass en 1959. L'École Supérieure des Arts Appliqués (*Hochschule für Gestaltung*) fut fondée à Ulm en 1955. Les pratiques culturelles ne se sont donc pas éteintes au lendemain de ces événements dévastateurs.

À l'Est, l'action culturelle s'est dynamisée. Le Ministère de la Culture a participé à la régénération d'institutions et d'organismes culturels, afin de promouvoir la culture, en particulier la culture populaire. L'État se chargeait alors de financer l'ensemble de ces initiatives. Parmi les grands moments des politiques culturelles de l'Est, est créé en 1949 le *Berliner Ensemble* par Berthold Brecht. En RFA, une petite révolution culturelle se mit en place dès les années 1960, avec pour cœur de cible de nouvelles perspectives, une ouverture à d'autres formes d'actions culturelles, ainsi qu'une politique d'accessibilité comme a pu le

---

<sup>263</sup> Dupeux, Louis. *Histoire culturelle de l'Allemagne: 1919-1960 (RFA)*. 1. éd. Questions. Paris: Presses universitaires de France, 1989, page 163.

vivre la partie française. L'on relève dans les années 1970 une augmentation du budget et des dépenses pour les affaires culturelles.

Les *Länder* et les métropoles sont compétents en matière culturelle, et les collectivités publiques allouent des subventions aux institutions culturelles. La crise économique du début des années 2000 a eu un impact considérable sur la budgétisation de la culture, touchant directement et profondément les institutions publiques régionales. Si elles semblent moins visibles qu'en France, les politiques culturelles allemandes jouent elles aussi en faveur de la promotion de la culture, de l'accès à la culture et à la diversité culturelle. Pour chaque nouveau projet de loi, le Gouvernement Fédéral examine les éventuels impacts de ladite loi sur la culture, sa *Kulturvertäglichkeit*<sup>264</sup> ce qui confirme les dires d'Emmanuel Suard au sujet de la transversalité culturelle des débats politiques et publics allemands. Le *Bundestag* édite en outre des commissions culturelles, à l'instar de « Kultur in Deutschland »<sup>265</sup>, qui redéfinit le rôle de l'État sur la culture, ainsi que sa définition même :

Kultur ist kein Ornament. Sie ist das Fundament, auf dem unsere Gesellschaft steht und auf das sie baut. Es ist Aufgabe der Politik, dieses zu sichern und zu stärken.<sup>266</sup>

Une commission qui s'exprime, comme a pu le faire la partie française, contre la libéralisation de la culture :

Eine Liberalisierung der Kultur- und Mediendiensteleistungen bedroht die bestehende kulturelle Vielfalt in Deutschland und in Europa.<sup>267</sup>

Le paysage culturel allemand est particulièrement diversifié car il repose sur un système fédéral mettant en valeur l'ensemble des actions du territoire. Comme les *Länder* sont compétents et responsables en matière culturelle, la culture s'exprime à différents niveaux et dans de multiples zones géographiques. Si c'est aussi le cas en France, suite à une vraie politique de décentralisation, et que désormais les métropoles dynamisent et multiplient leurs propres initiatives culturelles, et se détachent peu à peu de l'influence de la capitale,

---

<sup>264</sup> Que l'on pourrait traduire par « compatibilité culturelle ».

<sup>265</sup> Commission d'enquête sur la culture en Allemagne, *Kultur in Deutschland*, éditée en décembre 2007 par le *Deutscher Bundestag* - 16. Wahlperiode, Drucksache 16/7000.

<sup>266</sup> « La culture n'est pas un ornement. Il s'agit des fondations sur laquelle notre société repose et se fonde. C'est à la politique qu'il incombe de garantir et renforcer ces fondements », introduction de la commission d'enquête citée ci-dessus.

<sup>267</sup> « La libéralisation des services de la culture et des médias menace la diversité culturelle en place en Allemagne et en Europe », Commission d'enquête sur la culture en Allemagne, *Kultur in Deutschland*, décembre 2007, p. 10, Préface de Gitta Connemann MdB, Vorsitzende der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“.



l'Allemagne bénéficie d'une « tradition de décentralisation », et n'a pour ainsi dire jamais eu à se préoccuper de la question d'exporter ses œuvres et pratiques culturelles hors de Berlin ou de Bonn lorsqu'elle fut capitale de l'Allemagne Fédérale. La mention de *Kulturnation* et de *Kulturstaat* dans le résultat d'enquête *Kultur in Deutschland* résume plutôt bien la situation allemande : Elle se situe entre *Kulturnation*<sup>268</sup>, bénéficiant donc d'un sentiment de commune appartenance culturelle via une langue et des traditions partagées par l'ensemble du territoire, et *Kulturstaat*<sup>269</sup>, qui souligne le rôle de protection de l'État de l'ensemble des institutions culturelles.

Die Bundesrepublik Deutschland versteht sich als Kulturnation und Kulturstaat. Dies drückt sich in der Kulturverantwortung der Kommunen, den Verfassungen der Länder und der Praxis des Bundes in seinem Kompetenzbereich aus. Die Kultur in Deutschland wird geprägt von den Künstlern, von öffentlichen Institutionen und privaten Kulturbetrieben, von privatem und zivilgesellschaftlichem Engagement, von den Kirchen und Religionsgemeinschaften, von Vereinen, Verbänden und Interessengruppen.<sup>270</sup>

Le terme de *nation culturelle* semble jouer en faveur d'un lissage culturel au profit d'une unité nationale, mais il n'empêche cependant pas la cohabitation et la sauvegarde des cultures régionales. La culture de chaque Land est de fait perçue comme légitime, elle s'exprime et est préservée, comme peut l'être la culture basque, bretonne ou alsacienne en France.

Les politiques culturelles sont considérées, en Allemagne, comme réel devoir social. Culture, politique et sociétés interagissent en permanence sur l'ensemble des décisions gouvernementales. Aux yeux du Gouvernement Fédéral, la culture dispose d'une substance à la fois propre à chaque individu, mais aussi collective, propre à la société dans laquelle elle s'ancre. Il est donc nécessaire de prendre en compte les éléments culturels propres à l'esprit collectif comme ceux propres au développement individuel, et c'est la raison pour laquelle la politique culturelle ne peut être façonnée uniquement par le *Bund*, mais aussi par un ensemble d'acteurs sociaux, à l'échelle des Länder et des institutions, proches de l'individu.

---

<sup>268</sup> Nation Culturelle.

<sup>269</sup> État Culturel.

<sup>270</sup> « La République Fédérale d'Allemagne se considère comme *Nation culturelle* et *État culturel*. Cela s'exprime à travers la responsabilité culturelle des Communes, des Constitutions de chaque Land, et par la pratique du Gouvernement Fédéral dans ses domaines de compétence. La culture en Allemagne est forgée par les artistes, les institutions publiques et les actions culturelles privées, par l'engagement privé et celui de la société civile, les églises et les communautés religieuses, les associations, groupements et groupements d'intérêt. », Commission d'enquête sur la culture en Allemagne, *Kultur in Deutschland*, décembre 2007, p. 43.

Kulturpolitik zielt [aber] ihrerseits auch auf gesellschaftliche Wirkung, was mit dem Leitsatz „Kulturpolitik ist Gesellschaftspolitik“ zugespitzt ausgedrückt wird.<sup>271</sup>

D'un point de vue des financements, l'Allemagne a développé comme en France des dispositifs spécifiques, à l'instar des *Fonds Darstellende Künste*, instauré en 1988 pour soutenir un certain nombre de projets sélectionnés selon des critères qualitatifs, et contribuant au développement artistique et culturel national. Le fonds ne s'applique qu'à des projets individuels sur une période d'un an. Plusieurs millions ont ainsi été alloués à de nombreux projets culturels. Le *Fonds Darstellende Künste* reçoit l'argent de la *Kulturstiftung des Bundes*, la Fondation Culturelle du Gouvernement Fédéral. Cette même fondation propose aujourd'hui des fonds d'aide à la création digitale, via le projet *Kultur Digital*, qui a pour dessein d'instaurer plus de supports numériques dans les institutions culturelles et de favoriser l'emploi du digital dans les nouvelles créations comme en médiation culturelle.

Culture et médias convergent effectivement, une convergence palpable et assumée dans le résultat d'enquête *Kultur in Deutschland* que nous avons pu nous procurer. L'enquête fait état d'une consommation remarquable de contenus depuis les télévisions et ordinateurs, avec une nette préférence pour l'ordinateur concernant les tranches d'âges plus jeunes, tout comme en France.<sup>272</sup> L'accès et l'éducation à la culture passent désormais par les médias, une nouvelle forme de culture audiovisuelle qui a profondément modifié les modalités de consommation culturelle. Les nouveaux supports technologiques ouvrent la voie à de nouvelles pratiques culturelles, puisqu'il est désormais possible de se procurer une œuvre littéraire numérisée, de participer à la création depuis son ordinateur, son smartphone ou sa tablette. Un nouveau terrain de réflexion s'est ainsi ouvert à propos de la dématérialisation et des nouvelles expériences digitales, de nouvelles pratiques qui posent la question de l'éducation aux nouvelles technologies.

Der souveräne und kompetente Umgang mit diesen Medien, vor allem die kritische Nutzung neuer Medien, ist heute eine unverzichtbare Schlüsselkompetenz. Medienkompetenz umfasst das Wissen über und von Medien, die Nutzung und eigene

---

<sup>271</sup> « La politique culturelle cherche pour sa part à disposer d'un effet social qui s'exprimerait de manière pointue par le précepte suivant : 'La politique culturelle est une politique sociale' », Commission d'enquête sur la culture en Allemagne, *Kultur in Deutschland*, décembre 2007, p.51.

<sup>272</sup> En 2006, le résultat d'enquête dénombrait 36 millions de téléviseurs en Allemagne, et 2/3 de foyers ayant un accès à Internet. L'Allemagne se situait alors bien au-dessus de la moyenne européenne. Voir page 395 et suivantes de la Commission d'enquête *Kultur in Deutschland*.

Gestaltung von Medien, wie auch die Eigenschaft, sich kritisch und reflektiert mit ihnen auseinanderzusetzen.<sup>273</sup>

Nous nous appuyons ici sur une enquête menée en Allemagne, mais ces nouvelles pratiques font aussi l'objet de réflexion en France. Si, à titre d'exemple, le *Deutsches Historisches Museum* de Berlin ou la HdG (*Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschlands*) ont su proposer des expériences virtuelles dans leurs locaux, la France n'est pas en reste en termes de politique culturelle numérique, et propose des visites numériques pour valoriser les collections, et répondre à la problématique concrète du frein aux visites. Des obstacles dus à plusieurs facteurs : certains Français ne se sentent « pas assez cultivés » pour entrer dans un musée ou tout autre type d'établissement culturel, d'autres peinent à intégrer ce temps de visite dans leurs emplois du temps, ou habitent loin de l'établissement en question. Concernant la région parisienne, Le Louvre ou encore Le Centre Pompidou ont mis en place nombre d'expériences numériques pour résoudre cette problématique, mais les initiatives se sont développées sur l'ensemble du territoire, et les festivals d'art numériques vont croissant. Le résultat de la Commission d'enquête sur les pratiques culturelles en Allemagne mentionne l'importance de l'éducation au numérique dans les écoles, une initiative lancée dès le milieu des années 90 en équipant les écoles d'ordinateurs, et en formant les écoliers aux nouvelles pratiques. L'on constate cependant une problématique majeure, le manque d'équipement est accompagné d'un manque de compétences des enseignants eux-mêmes en la matière :

Oftmals mangelt es jedoch den Schulen an der technischen Ausstattung und den Lehrkräften an den notwendigen Kompetenzen, diese zu nutzen. Große Herausforderungen bestehen durch den anhaltenden Aufrüstungsbedarf technischer Geräte [...]<sup>274</sup>

Emmanuel Suard faisait lui aussi état d'un léger retard de l'Allemagne sur la France quant à l'éducation au numérique :

Côté Allemand on a plus de mal parce qu'il y a un certain retard numérique des établissements scolaires allemands, qui tient à la fois des raisons un peu culturelle de la

---

<sup>273</sup> « L'approche souveraine et compétente de ces médias, et surtout leur utilisation critique, est aujourd'hui une compétence clé. La compétence médiatique englobe la connaissance des médias, leur utilisation et leur conception propre, tout comme la capacité à les traiter de manière critique et réfléchie », Commission d'enquête sur la culture en Allemagne, *Kultur in Deutschland*, décembre 2007, p.395.

<sup>274</sup> « Les écoles manquent cependant souvent d'équipement et les enseignants n'ont pas les compétences nécessaires pour l'utiliser. Le besoin permanent de moderniser l'équipement technique est un défi majeur. », Commission d'enquête sur la culture en Allemagne, *Kultur in Deutschland*, décembre 2007, p.397

réticence par rapport à la gestion des données, et puis un retard tout à fait industriel dans les réseaux.<sup>275</sup>

Le numérique fait désormais entièrement partie des politiques d'accès à la culture, en France comme en Allemagne, et nous avons d'ailleurs pu constater, en visitant les locaux du siège d'ARTE, que l'ensemble des contenus est pensé tant pour l'antenne linéaire que pour le web. En nous référant aux travaux de Demorgon et à sa *critique de l'interculturel*, l'on peut estimer que les sociétés contemporaines modernes évoluent désormais dans un paradigme *informationnel-mondial*<sup>276</sup>, qui implique certes une homogénéisation des cultures et des sociétés, mais aussi une mondialisation de l'économie et des politiques. Si la télévision joue ainsi un rôle majeur dans notre société d'économie informationnelle, mondialisée, les médias modernes ouvrent de nouvelles voies d'accès au multiculturel, impulsent une dynamique interculturelle. En effet, « notre culture est de plus en plus une culture transnationale puisant ses éléments dans l'ensemble des cultures planétaires et les combinant diversement. »<sup>277</sup> Cette mondialisation participe à une hybridation des cultures, un métissage. Ne penser qu'à travers son identité nationale est à l'heure actuelle peu judicieux, voire dangereux. Chaque culture se doit d'être en mesure d'en accueillir une autre, sans pour autant renier ses origines. L'on retrouve ici la notion de dialogue entre soi et autrui que nous avons pu évoquer grâce aux théories d'Abdallah-Preteceille. Pour en revenir à l'audiovisuel, ce paradigme *informationnel-mondial* implique en outre une internationalisation des équipes de production, tant en télévision que dans le cinéma ou désormais le numérique. Les échanges sont facilités, chaque individu est porteur d'une culture et de savoirs qu'il est en mesure de transmettre à l'*Autre*. Une rencontre entre cultures professionnelles, entre savoirs et représentations que les équipes d'ARTE vivent à temps plein.

La création d'ARTE est issue d'une politique culturelle et audiovisuelle dynamique dans les deux nations impliquées, elles ne furent pas simultanées, pas toujours comparables, mais les missions de la chaîne culturelle franco-allemande sont claires : Participer à la production de programmes culturels et exigeants, participer au soutien financier de ces derniers. Faire figure de réel catalogue des manifestations culturelles et artistiques européennes. Promouvoir un espace public culturel, constituer une identité culturelle, encourager le dialogue interculturel. Il existe bien une Europe culturelle, grâce notamment

---

<sup>275</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>276</sup> Demorgon, J. & Hess, R. *Critique de l'interculturel: l'horizon de la sociologie*, 2005, p.42.

Terme que l'on retrouve aussi dans Demorgon, J. *Complexité des cultures et de l'interculturel*, 2015, p.63.

<sup>277</sup> Ladmiral, J-R & Lipiansky, E M. *La communication interculturelle*, 2015, p.143.

aux programmes d'échange, aux coproductions d'œuvres ou encore à l'exportation à l'international de canons culturels. Si les transferts culturels sont simplifiés à l'aire de l'*informationnel-mondial*, il n'existe cependant pas de politique culturelle européenne communément menée, et ARTE fait en ce sens figure d'exception. ARTE a, en quelque sorte, constitué sa propre politique culturelle à l'échelle européenne, qu'elle est parvenue à étendre dans un premier temps grâce au support télévisuel, désormais sur le web.

## 7) ARTE, vecteur d'identité culturelle européenne ?

L'audiovisuel européen est devenu au cours des décennies un véritable enjeu interculturel. La notion de *télévision européenne* apparaît explicitement dans les années 80, et fut critiquée par les États craignant que l'unité ne mène à une perte d'identité, d'autant plus que la plupart des spectateurs n'auraient, a priori, que peu d'intérêt pour un programme non national. Dans les années 90, l'on prônait la diversité, envisagée pour promouvoir et affirmer l'identité culturelle. Dans les réflexions à suivre, nous avons cherché à montrer que malgré des systèmes audiovisuels différents – et ce très logiquement puisque la télévision demeure ancrée dans son bassin national – France et Allemagne sont parvenues à passer outre des intérêts qui leurs étaient propres, à trouver quelques satisfactions à l'échelle *individuelle*, et ce de manière *consensuelle*, pour parvenir à leur *objectif commun* de création d'une télévision européenne destinée à éveiller un sentiment d'appartenance à l'Europe pour chacun des destinataires du programme franco-allemand. Des termes profondément liés à l'interculturel, appliqués ici à la sphère audiovisuelle. Ces observations nous ont permis de mieux saisir l'ensemble des enjeux propres à la genèse d'une télévision culturelle européenne.

Dès 1983, l'ensemble des pays de l'Union s'intéresse à la capacité de la télévision à s'exporter à cette échelle, en partie pour se préserver de l'exportation américaine, donc pour des raisons économiques évidentes, mais des raisons culturelles tout aussi importantes. Une vaste campagne de lissage des normes juridiques et techniques fut ainsi menée<sup>278</sup>, campagne dont la manœuvre et l'ambition principale furent la création d'un véritable espace audiovisuel européen, la production d'œuvres audiovisuelles, la protection et la promotion de la diversité culturelle européenne, garanties par la signature d'accords et traités en faveur d'une télévision transfrontalière : la Convention Européenne sur la Télévision Transfrontière, en allemand *Europäisches Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen* signée en 1989, entrée en vigueur quatre ans plus tard, la directive Télévision Sans Frontières, *Fernsehen ohne*

---

<sup>278</sup> Nous en développons les grandes lignes dans notre partie dédiée à l'histoire de la genèse d'ARTE.

*Grenzen*, adoptée la même année et révisée au début des années 2000 afin de prendre en compte les nouveaux services audiovisuels non linéaires et d'entrer en résonance avec la Convention de l'UNESCO sur la diversité culturelle, puis en faisant appliquer un certain nombre de quotas de diffusion à l'ensemble des nations concernées par la Directive. Le pouvoir de l'audiovisuel, et de la télévision, est tel que la politique audiovisuelle européenne est « l'unique domaine où il existe l'ébauche d'une politique culturelle à l'échelle européenne ».<sup>279</sup>

Il n'est cependant pas du devoir de l'Union de créer une culture européenne unique, lisse, qui remplacerait les cultures territoriales, mais bien de promouvoir l'unité dans la diversité. Le projet Media, qui répond tant aux objectifs culturels qu'économiques de la réalisation d'un espace audiovisuel européen, fut élaboré dans cette optique :

Die kulturelle Vielfalt Europas sowie sein kinematographisches und audiovisuelles Erbe zu bewahren und zu erschließen, den Bürgerinnen und Bürgern den Zugang dazu zu gewährleisten und den interkulturellen Dialog zu fördern [...] <sup>280</sup>

die Verbreitung europäischen audiovisuellen Schaffens innerhalb und außerhalb der Europäischen Union zu steigern [...] <sup>281</sup>

die Wettbewerbsfähigkeit des europäischen audiovisuellen Sektors im Rahmen eines offenen und wettbewerbsfähigen Marktes zu stärken. <sup>282</sup>

Le média, désormais au cœur de toute société informationnelle, influence notre rapport à la culture, tant dans sa diffusion que dans sa réception. Les médias façonnent les images qu'ils diffusent, et façonnent ainsi la culture qu'ils donnent à voir. Une question se pose alors : Comment mettre à l'antenne – ou sur tout autre support médiatique – la *culture*, sans en modifier l'essence même ?

[...] en permettant aux ressortissants d'un État membre qui le souhaitent de recevoir telles quelles, directement ou par câble, des émissions émanant d'autres pays, il est possible de

---

<sup>279</sup> M. Louis de Broissia, à propos de la directive TVSF, le 25 janvier 2006, disponible à l'adresse suivante <https://www.senat.fr/ue/pac/E3038.html>.

<sup>280</sup> « Préserver et développer la diversité culturelle de l'Europe en préservant son patrimoine cinématographique et audiovisuel, en en assurant l'accès aux citoyens et en favorisant le dialogue interculturel. », cité depuis Rothenberger, L. *Von elitär zu populär? Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte*, 2008, pp 170-171, d'après Klein, Armin. *Kulturpolitik*. Eine Einführung. 2. überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden 2005, p.109.

<sup>281</sup> « Accroître la circulation d'œuvres audiovisuelles européennes à l'intérieur et hors de l'Union Européenne. », idem.

<sup>282</sup> « Renforcer la compétitivité du secteur audiovisuel européen dans un contexte de marché ouvert et concurrentiel. », idem.

réaliser une *interpénétration culturelle* qui contribuera de façon substantielle à l'épanouissement futur de la Communauté européenne en une authentique communauté.<sup>283</sup>

À ce titre, ARTE a été conçue nous l'avons démontré dans les paragraphes précédents dans l'optique de faire naître une conscience collective européenne, de promouvoir le partage des biens culturels, de constituer un héritage culturel commun afin d'esquisser les traits d'une mémoire collective à l'échelle de l'Europe, finalement de favoriser un sentiment d'appartenance à une citoyenneté européenne. Il paraît cependant difficile de donner une réelle chance à l'identité européenne au regard du protectionnisme culturel prôné par certains États membres, à l'instar de la France et son exception culturelle, pourtant entièrement engagée dans le projet ARTE.

Cette perspective d'unification a été clairement établie lors de la constitution de la chaîne, et l'ensemble des collaborateurs est en mesure de se fonder sur cette stratégie culturelle commune pour dépasser nombre d'intérêts et de stratégies politiques et économiques. ARTE cherche à dépasser les barrières du national, mais n'essaie pas d'effacer l'identité de ses spectateurs au profit de la constitution d'une identité européenne commune. Chaque identité peut se constituer à la croisée du national – du régional même – et du collectif. Le sentiment d'appartenance à un collectif peut par ailleurs lui aussi s'exprimer à des échelles variées, du régional à l'international. Pour l'ensemble de ces raisons, il n'est pas aisé de se constituer un public homogène, et, France et Allemagne, malgré leur objectif commun de création d'une chaîne à caractère culturel ne peuvent pas simplement, et malgré toute la meilleure volonté de chacun, lier leurs cultures respectives pour en constituer une nouvelle. La programmation sera forcément porteuse des empreintes de l'une et de l'autre culture, une « divergence » résultant directement des différences d'acception culturelle et du rapprochement de deux structures sociales a priori incompatibles. L'organisation fédérale du système audiovisuel allemand allait alourdir les négociations avec la France, puisque l'ensemble des établissements audiovisuels de droit public allemands dispose d'un nombre considérable de partenaires, une multiplication des personnes impliquées qui a longtemps retardé les négociations du côté allemand.

La genèse de la chaîne s'ancre en outre dans une phase de mutation du paysage audiovisuel allemand, qui a vu le nombre de chaînes privées exploser et se voyait confronté à de nouvelles interrogations concernant le service public. Et le système politique allemand n'allait en rien

---

<sup>283</sup> Commission des Communautés Européennes, *La politique audiovisuelle de la Communauté*. Communication de la Commission transmise au Conseil le 30 avril 1986, Bruxelles, p.7.

faciliter la création d'une chaîne culturelle, puisque d'une part, les questions de radiodiffusion sont constitutionnellement exclues des compétences de l'État, une *Staatsferne* (distance par rapport à l'État) incompatible avec une autre donnée : celle de la souveraineté des *Länder* en matière culturelle, associée au pouvoir contractuel du *Bund* concernant les affaires culturelles extérieures. La France, de tradition, s'appuie sur un cahier des missions et des charges que l'Allemagne ne connaît pas. Du côté de l'Hexagone, ARTE devait faire prévaloir la création, en développant une politique de soutien à la création, à la production audiovisuelle, tout en encourageant la décentralisation de la culture dans les provinces – des dispositions dont l'Allemagne se préoccupait peu, puisque la culture est de fait, par sa structure fédérale, décentralisée. Selon quelques critiques, en particulier du côté allemand, ARTE devait participer, selon les volontés françaises uniquement, à un raffermissement des politiques culturelles françaises extérieures, pour le rayonnement de la culture française à l'étranger. Face à cette politique *culturelle à la française* s'est parallèlement développée Outre-Rhin une politique de promotion technologique<sup>284</sup> ; nous reviendrons sur cet aspect avec précision lors de notre chapitre dédié à la genèse de la chaîne.

Les protagonistes français et allemands avaient cependant en commun un intérêt purement économique lors de leur rapprochement. À la France qui souhaitait promouvoir la production et la création via un cofinancement binational, s'opposait une Allemagne qui a vu en la création d'une chaîne cofinancée et cogérée la possibilité d'exploiter ses archives, et profiter ainsi d'une économie considérable qui financerait leurs équipements et programmes nationaux.

L'argent mis pour ARTE, les chaînes allemandes le vivaient comme une amputation de leur budget. Alors oui, on peut dire qu'elles cherchaient à nous « refiler des programmes », et qu'ARTE leur servait en fait de financement complémentaire pour des programmes qu'elles auraient fait de toute façon et pour lesquels elles avaient plus d'argent. C'était un sujet de tension. Alors qu'ARTE en France était totalement autonome : ARTE côté français avait un budget pour créer pour ARTE, les Allemands avaient un budget pour créer à partir de l'ARD et de la ZDF, alors évidemment certains responsables de l'ARD et

---

<sup>284</sup> « L'une des conséquences de ces différentes positions a été que les Français parlaient de politique européenne lors des négociations sur l'institutionnalisation du projet, pendant que les Allemands évoquaient un programme de télévision. » Gräßle, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, 1995, p.40. „Eine Folge dieser unterschiedlichen Ansatzpunkte war, daß die Franzosen während der Verhandlungen zur Institutionalisierung des Projekts über Europapolitik sprachen, die Deutschen dagegen über ein Fernsehprogramm.“



de la ZDF considéraient que la cassette d'ARTE servait aussi de complément de budget pour leurs propres programmes.<sup>285</sup>

Les partenaires engagés dans la création d'ARTE ont finalement trouvé de manière très *pragmatique* et *consensuelle* le moyen de poursuivre leurs propres intérêts nationaux sans que l'autre ne vienne interférer. Si quelques critiques émanent de cette orientation en soulignant que le caractère européen de la chaîne n'est que symbolique, et qu'ARTE se rapproche plutôt d'une entreprise franco-allemande, il s'agit selon notre point de vue d'un cas *de résolution de conflits* non négligeable, propre à l'interculturel, qui a permis à la chaîne d'exister.

ARTE ne peut promouvoir l'identité européenne qu'en proposant à son public d'élargir ses connaissances, et leur faire prendre conscience de la diversité de l'Europe, sur le plan culturel, comme sur le plan politique et de l'information. Seule la prise de conscience de cette diversité est en mesure d'ouvrir la voie à la formation d'une conscience européenne.

Dans ses contenus comme dans sa structure binationale, ARTE a permis de joindre l'interculturel et télévision, ARTE a donné naissance à une forme d'interculturel et de communication interculturelle par les médias. Si ARTE est interculturelle en soi, en témoigne sa structure singulière, nous le verrons, c'est bien son rayonnement et l'utilisation qu'en font ses spectateurs qui lui prodiguent une dimension interculturelle plus forte. Dans notre analyse de la « teneur interculturelle » de la chaîne, nous tâchons de démontrer que son interulturalité s'exprime tant dans sa structure et dans les rapports internes qu'entretiennent les collaborateurs français et allemands, que dans les contenus de sa programmation. Alors que l'on associe l'interculturel à la notion de contact, il peut sembler contradictoire de l'adjoindre au média télévisuel, ce dernier ne proposant pour ainsi dire aucune rencontre physique entre ses téléspectateurs. Mais le contact virtuel offre de nouveaux horizons, et permet à tout consommateur de s'initier aux cultures, quelle que soit la distance qui les en sépare. L'interculturel s'exprime donc lors de contacts directs, lors de situations concrètes de communication, mais aussi indirects avec l'ensemble des possibilités de découverte par les médias d'objets externes à la culture de d'origine, comprenant les arts, les films et émissions de télévision, la nourriture, les traditions ou encore la mode. L'interculturel télévisuel est finalement une *pratique de l'altérité* par le biais de ce média, par le virtuel.

---

<sup>285</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

La chaîne fut donc nécessairement culturelle, dans l'acception la plus large de ce qu'est la culture<sup>286</sup>. Les contenus culturels sont les seuls à pouvoir légitimer et porter un projet de chaîne dont la vocation serait de rapprocher les peuples d'Europe. Cependant, ARTE a proposé très tôt un journal d'information. L'information légitime elle aussi le caractère européen et culturel du canal, et fait désormais partie intégrante de la chaîne, une chaîne qui souhaite consacrer son temps d'antenne à la culture, mais aussi faire pratiquer le regard croisé franco-allemand, une pratique que l'information internationale complète considérablement. ARTE ne s'est pas non plus constituée sur le modèle d'une Europa-TV, c'est-à-dire un programme purement multinational, mais en participant à l'échange de contenus culturels, et ce de manière transversale ; la transversalité des contenus est rendue possible par l'information. L'on se détache alors du caractère multinational, ou *multiculturel* qu'une Europa-TV affiche pour tendre vers une télévision internationale, *interculturelle* ; une interculturalité porteuse d'une notion de réciprocité, de *transversalité* des échanges.

Les concepteurs d'ARTE se sont donc fondés sur une définition anthropologique de la culture leur permettant de diffuser sans réel moyen de médiation préétabli, mais plutôt de manière spontanée, à des destinataires ayant pourtant des références culturelles distinctes. Les instigateurs du projet ont fait le pari du pouvoir de la télévision de rapprocher les peuples par la diffusion de productions culturelles.

La télévision européenne amplifie la problématique – déjà existante à l'échelle nationale – d'une diffusion pluridestinataire. Culturellement comme linguistiquement, le message varie d'un destinataire à l'autre. Dans le cadre d'une télévision internationale, interculturelle, les programmeurs sont soucieux d'être compris par l'ensemble de leur champ de réception. Ce n'est qu'en étant conscients des différences culturelles, en étant *interculturellement compétents*, que l'ensemble des collaborateurs de la chaîne franco-allemande sont mesurés de produire un message compréhensible par tous. En étant conscients des distances culturelles entre leurs auditeurs, les auteurs développent une capacité interculturelle, celle de produire un message jouant entre les références de chacune des cultures et des références partagées, en s'éloignant d'un simple jeu d'opposition ou de comparaison entre cultures. À ce titre nous le verrons, quelques émissions font figure de parangon. ARTE a parfois été décrite comme une chaîne rempart face à l'influence télévisuelle américaine, mais ARTE fait surtout en sorte de trouver un équilibre dans l'ensemble de ses contenus, d'ouvrir ses publics à une

---

<sup>286</sup> « Le programme se fonde sur une conception large de la culture », Gräßle, Inge *Der Europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, 1995, p.30. „dem Programm wird ein weiter Kulturbegriff zugrunde gelegt. “

consommation extérieure, européenne, en tâchant d'éviter les situations de résistance culturelle vis-à-vis de l'étranger – ou devrions nous dire de l'*inconnu*. ARTE rassemble sous son toit toutes les figures de l'interculturel, des figures du dialogue et de la communication, compétents en termes de médiation (inter)culturelle, de journalistes à traducteurs, de chargés de programmes à directeurs d'unité.

Les particularités culturelles de chaque nation façonnent l'identité multiculturelle de l'Europe. Le média télévisuel – et aujourd'hui Internet – offrent des perspectives de constitution d'une commune identité par l'affirmation de ces particularités, par la mise à l'écran et à disposition d'éléments variables de ces diverses cultures nationales. Une télévision d'envergure européenne telle qu'ARTE gravite autour de trois grands vecteurs, celui de la diffusion, celui de la médiation, celui de la création. Ces trois vecteurs sont tenus de couvrir cette large zone géographique au départ européenne, in fine mondiale. ARTE a donc constitué son propre langage audiovisuel,<sup>287</sup> esthétique et culturel, nous l'étudions à travers l'examen de quelques-unes de ses émissions.<sup>288</sup>

Plusieurs problématiques découlent donc de la création d'une chaîne binationale à caractère interculturel, des problématiques auxquelles nous nous sommes intéressée de manière factuelle à travers l'analyse des programmes traduisant une interculturalité télévisuelle, ainsi que lors des interviews que nous avons pu mener dans les locaux du siège à Strasbourg. Effectivement, un projet audiovisuel et médiatique tel qu'ARTE implique une connaissance réciproque de l'*Autre* du côté de l'ensemble des chargés de programmes, comme des producteurs de formats spécifiquement pour la chaîne. Il convient à l'ensemble des collaborateurs d'assimiler les références culturelles de leur partenaires, de connaître les particularités culturelles de leurs interlocuteurs, de les concevoir différemment tout en prenant conscience que chacun est influencé par sa propre culture. Afin de permettre une coopération entre différents groupes culturels, les protagonistes ont été menés nous le verrons à ajuster les codes de leur communication, afin qu'elle prenne une dimension interculturelle. C'est en respectant l'ensemble de ces fondamentaux de l'interculturel qu'un dialogue, qu'une

---

<sup>287</sup> Jean Cluzel, dans son rapport d'information fait mention, au nom de la Commission des Finances, du Contrôle Budgétaire et des Comptes Economiques de la Nation sur la situation de l'audiovisuel en France en 1992, d'un « langage audiovisuel transfrontalier » : « Une chaîne franco-allemande avec l'objectif de devenir européenne était et demeure toujours une bonne idée. À condition d'avoir, au préalable, inventé un langage audiovisuel transfrontalier...Et d'avoir trouvé des solutions aux problèmes des différences de langue et de sensibilité pour ne pas dire de culture ! » Rapport d'Information de M. Jean Cluzel, fait au nom de la commission des finances n°86 (1992-1993) – 8 décembre 1992, page 223, fichier PDF disponible à l'adresse suivante : [https://www.senat.fr/notice-rapport/1992/i1992\\_1993\\_0086-notice.html](https://www.senat.fr/notice-rapport/1992/i1992_1993_0086-notice.html).

<sup>288</sup> Voir les chapitres dédiés à l'analyse de la programmation, page 418 et suivantes.

interaction peut s'effectuer sainement, dans le respect de la culture de chacun. Dans le cadre précis d'ARTE, le contournement ou l'acceptation de ces problématiques permet à l'ensemble des employés de la chaîne de s'entendre, et de créer des contenus adaptés à un public large, de ne pas se laisser piéger par l'ethnocentrisme et s'enfermer dans une culture, sans quoi la programmation serait bancal, les programmes truffés de préjugés ou esthétiquement déconcertants pour les consommateurs attachés à la culture oubliée, dominée par l'autre.

Trouver des réponses à l'interculturel, c'est naviguer en permanence entre sa propre culture et celle de l'*Autre*. L'interculturel est un va et vient constant entre l'individuel et le collectif, entre l'*Alter* et l'*Ego*, entre l'unité et la diversité. L'histoire politique, économique, culturelle et géographique de chaque pays concerné joue un rôle important dans la construction de cet *Ego*, dans la construction de ce rapport avec l'*Alter*. C'est la raison pour laquelle il nous semble essentiel de revenir sur l'histoire de la genèse d'ARTE, en prenant comme point de départ la réconciliation franco-allemande et le rapprochement de ces deux États sur le plan culturel.

## **Chapitre II : ARTE : Genèse d'un projet original, révélateur des processus dialectiques inhérents à l'interculturel ?**

Conformément à notre hypothèse de recherche à propos du *caractère dialectique de toute rencontre interculturelle*, nous nous sommes interrogée sur la genèse du canal culturel européen, dans son paradigme franco-allemand, en tâchant de scruter et mettre en lumière l'ensemble de ce que nous avons choisi de nommer *incompatibilités*, qu'elles soient de l'ordre de la sphère culturelle ou politique, comme structurelles. Des incompatibilités que les instigateurs de ce projet de télévision commune ont dû estomper pour parvenir à une forme d'entente. En effet, du fait de leur passé belliqueux, conflictuel, et parce que leurs différences culturelles sont marquées nous l'avons montré, France et Allemagne paraissent, au sujet de l'instauration d'une politique culturelle commune, peu compatibles sans véritable effort préalable d'harmonisation. Le rapprochement franco-allemand fait certes figure de réel enjeu européen, mais avant tout de formidable défi, un défi qui suppose de contourner nombres d'encombres démultipliés par la nature même du projet : la télévision. La problématique de conciliation que nous évoquons se voit exacerbée par l'ancrage du projet dans la sphère de l'audiovisuel. Le développement historique des origines de la création d'ARTE à suivre s'appuie sur ces conjonctures et prémisses théoriques, et tâche de répondre aux interrogations suivantes : Quels ont été les freins à la naissance d'ARTE ? Quels obstacles ont dû être surmontés pour parvenir à mettre sur pied un tel objet médiatique ? Dans quels domaines spécifiquement sont observables les processus dialectiques que nous supposons ? Comment France et Allemagne sont-elles parvenues à s'accorder sur ce projet pourtant révélateur de multiples contradictions, tant sur le plan des stratégies politiques, économiques, technologiques, qu'au sein de leurs paysages culturels et audiovisuels respectifs ? Il semblerait que France et Allemagne aient progressivement instauré une politique culturelle commune, et cela spécifiquement dans le but de constituer une Europe forte. Au lendemain de la Seconde Guerre Mondiale, rien n'ayant été fait dans le domaine de la culture, et parce que le citoyen s'est vu retrouver une place centrale, les initiatives dans ce domaine particulier se sont multipliées. Il n'est pas concevable de traiter de la genèse d'ARTE sans évoquer le rapprochement culturel franco-allemand, d'autant plus que nous considérons ce mouvement de réconciliation fondé sur la culture comme l'instauration d'un contexte favorable à l'ouverture au dialogue, comme l'instauration d'une communication et d'un échange entre

citoyens français et allemands, en d'autres termes comme la constitution d'un contexte favorable au *dialogue interculturel*. Nous avons tâché, lors de notre étude sur l'interculturel télévisuel, de déterminer différentes *strates* dans lesquelles une forme de rencontre interculturelle est palpable. Puisque nos travaux s'enracinent dans l'audiovisuel, il nous a été nécessaire de dépasser le cadre plus familier de la rencontre interculturelle entre employés d'une entreprise binationale classique, pour nous intéresser à ce que nous considérons comme une rencontre interculturelle d'ordre *politique, structurel, audiovisuel*. Cette première rencontre constitue nous le verrons les fondements de la chaîne ARTE, lui ont permis d'exister, et sont, d'une certaine manière, le reflet de cette *tradition de consensus* si importante pour la chaîne à l'échelle la plus large. Le fait qu'ARTE soit constitutive de trois grandes dimensions que sont la culture, l'Europe et la télévision multiplie les acteurs engagés, et la forte prégnance politique du canal franco-allemand nous a fait nous interroger sur les *modes de résolution de conflits* permettant la mise sur pied d'un tel projet. Notre analyse historique a pour dessein de retracer les grandes phases de négociation, d'harmonisation, ainsi que le rapprochement franco-allemand sur le plan des politiques culturelles. Le dialogue politique entre France et Allemagne a permis d'initier dans un premier temps, puis d'instaurer ensuite un *dialogue interculturel* entre citoyens, de favoriser les rencontres et l'intérêt d'un peuple pour l'autre. Le rapprochement franco-allemand dans le secteur précis de la culture fait figure de première impulsion et met déjà en évidence une forme de *dialectique* propre à l'interculturel, que nous allons décrire. Cette même analyse historique doit en outre nous permettre de vérifier en partie notre troisième hypothèse de recherche selon laquelle *les médias seraient en mesure de participer à la formation interculturelle*. Il semblerait du moins que les fondateurs d'ARTE en aient fait le pari.

### **1) Un contexte historique et politique favorable à l'interculturalité.**

Wohl keine andere Beziehungsgeschichte zwischen zwei Nationen wurde und wird von Vertretern unterschiedlicher Disziplinen und Institutionen so intensiv untersucht wie die deutsch-französische.<sup>289</sup>

---

<sup>289</sup> « Il n'existe probablement aucune autre histoire des relations entre deux nations qui fut et ne sera aussi intensivement étudiée par tant de représentants de disciplines et institutions que la relation franco-allemande », Koch Ursula E. *Bausteine zu einer europäischen Kommunikationsgeschichte. Acht Jahrhunderte Deutschland und Frankreich : Vorbild, Gegner, Partner*. In : Lutz Erbring (Hg.) : *Kommunikationsraum Europa*. Konstanz 1995, p.253.

L'acronyme ARTE (Association Relative à la Télévision Européenne) interpelle instantanément, tant il présuppose l'harmonisation d'un ensemble de vecteurs – juridique, économique, politique. Nous allons dans ce chapitre cibler notre réflexion historique sur ces élans d'harmonisation dans la sphère politique, ce qui justifie notamment toute la singularité de la genèse de la chaîne, puis nous rendrons compte dans un second temps des contrastes entre les secteurs audiovisuels français et allemands, une hétérogénéité à l'origine de sa structure et ses modes de financement uniques. Avant de nous livrer à l'examen de la programmation de la chaîne, il nous a été essentiel de nous poser la question de ses origines. Parfois critiqué pour son caractère politique, le canal culturel a été créé afin de répondre à une demande bien particulière, celle de la participation à la sensibilisation des peuples français et allemands à la *chose européenne*. Sa spécificité culturelle s'explique quant à elle par la volonté de créer des contenus de qualité, renseignant sur les arts et traditions de l'*Autre*.

Les rapports qu'entretiennent la France et l'Allemagne sont complexes, emprunts de conflits cruels ; les deux pays en tireront néanmoins les leçons essentielles au façonnage d'une *nouvelle entente*, au profit de l'histoire européenne, mettant de côté les guerres, discordes et intérêts nationaux pour avancer ensemble, dans une coopération étroite, presque intime – en tout cas exceptionnelle. C'est cette conjoncture unique qui est à l'origine de la création du Canal Culturel Européen, qui deviendra ARTE.

Une chaîne de télévision est de fait influencée par l'histoire et la politique audiovisuelle de l'État auquel elle se rattache, tant dans sa structure, qu'à travers sa ligne éditoriale et sa programmation. Le canal culturel est historiquement marqué par la phase post-Seconde Guerre mondiale, c'est pourquoi il semble fondamental de revenir sur la genèse du dialogue franco-allemand. La chaîne est née dans ce contexte de réorganisation politique et économique de l'Allemagne et de la France, et dans l'optique de rapprocher deux peuples autrefois ennemis. Le système des médias est avant tout un système politique, et ARTE ne déroge pas à la règle, puisqu'initiée par les pouvoirs politiques, sous l'impulsion des hommes d'État français et allemands.<sup>290</sup> L'on peut également considérer que Jean Monnet et Robert Schuman ont largement contribué, ont incité et mené à bien cette politique d'échanges de chaque côté du Rhin, et ce dès 1945.

---

<sup>290</sup> Sans les directives et le soutien de François Mitterrand et Jack Lang pour la partie française, Helmut Kohl et Lothar Späth en Allemagne, la chaîne n'aurait sans doute pas vu le jour. Nous développerons plus précisément cet aspect dans le chapitre consacré à l'histoire de la construction d'ARTE.

En se référant à la Déclaration Commune de 1963, prononcée par Charles de Gaulle et Konrad Adenauer, l'on peut constater que les deux hommes étaient « convaincus que la réconciliation du peuple allemand et du peuple français, mettant fin à une rivalité séculaire, constitue un événement historique, qui transforme profondément les relations entre les deux peuples »<sup>291</sup>. Les responsables des deux nations – française et allemande – n'envisageaient pas la construction européenne sans une collaboration étroite, dans l'intention de garantir en priorité un environnement de paix. Afin de donner une réelle consistance à l'Europe, de rendre durables les échanges entre les pays membres, une dimension citoyenne s'est développée au cours de ces années d'après-guerre et la réalisation d'une Europe unie ne se vit concevable que par la reconnaissance d'un *espace culturel européen*. Un tel projet impliquait un rapprochement entre les peuples, rendu possible par la connaissance de l'*Autre*, par une approche de la culture de l'*Autre*. Si, à l'échelle européenne, ce travail semble – à juste titre – aussi complexe qu'ambitieux, la solution retenue fut naturellement celle de la coopération franco-allemande, symbole le plus fort de réconciliation entre ces ennemis séculaires, devenus « amis héréditaires » comme s'amusa à titrer le journal satirique *Der Simplicismus* le 28 juillet 1962.<sup>292</sup>

L'histoire de la construction européenne et de l'amitié franco-allemande a mainte fois été traitée, et ce dans différents ouvrages et thèses. L'histoire des relations franco-allemande peut en effet être abordée selon des angles multiples. Nous consacrons ici une réflexion au sujet de la mise en place du dialogue franco-allemand dès 1945, en prenant soin d'écarter sciemment les dimensions économique et militaire, afin de n'évoquer que les actions et initiatives culturelles, fondement d'un long processus d'évolution des politiques culturelles franco-allemandes, à l'origine de la création de la chaîne ARTE quelques décennies plus tard. Ce rapport à la culture<sup>293</sup>, et donc à la civilisation européenne, nous mènera vers une étude plus approfondie de ce que peut être l'interculturalité en télévision, puisqu'ARTE en est, selon notre hypothèse, l'exemple type.

---

<sup>291</sup> Déclaration Commune du 22 janvier 1963, texte disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.assemblee-nationale.fr/12/dossiers/traite-franco-allemand.pdf>.

<sup>292</sup> Goethe-Institut Paris (éd.) : *Komische Nachbarn : Deutsch-französische Beziehungen im Spiegel der Karikatur (1945–1985)*. – Paris : Goethe-Institut, 1988, p.43.

<sup>293</sup> Nous menons ici une restitution historique selon l'angle des coopérations culturelles, mais resterons superficiels dans la définition de la culture et de l'interculturalité, puisque le chapitre précédent a été dédié à ces notions. L'objectif ici est de privilégier les faits, de faire lumière sur le lien étroit entre les politiques culturelles menées par chacun des deux pays au profit de la construction européenne, cela ayant mené à la mise en place de la chaîne culturelle qui deviendra ARTE.



Nous reviendrons en premier lieu sur les grandes évolutions du dialogue franco-allemand, afin de démontrer que le concept d'un média à caractère européen et culturel a germé dès 1945. Nous prendrons comme point de départ ce tournant si marquant de l'histoire franco-allemande, en mettant l'accent sur le début des années cinquante, qui attestent d'un désir de collaboration, jusqu'à sa concrétisation institutionnelle, par le Traité de l'Élysée en 1963, scellant somme toute l'*amitié* entre les deux peuples. Une réflexion sera menée sur la période des années quatre-vingts et le couple Kohl-Mitterrand, duo diplomate sans lequel la chaîne n'aurait pas vu le jour. L'ensemble des événements et initiatives culturelles en faveur de l'entente de part et d'autre du Rhin sont à l'origine de la création de la chaîne. ARTE est unique dans sa structure et sa programmation, dans son lien étroit avec le contexte de l'époque, qu'il est de ce fait obligatoire de restituer. ARTE est indissociable de l'histoire de la construction européenne, dans cette volonté non dissimulée d'en être l'un des outils constitutifs.

#### **a) France /Allemagne, un climat de nouvelle entente.**

Plusieurs thèses et textes font lumière sur l'histoire de la genèse de la chaîne. Nous prendrons soin de l'ancrer dans un contexte plus large, celui de la construction européenne, afin de démontrer que cette entreprise télévisuelle est l'aboutissement d'un mécanisme d'identification des nations par le biais de leurs cultures et traditions, par conséquent d'une *reconnaissance de l'Autre*, qui lui octroie son caractère *interculturel*, selon la définition que nous avons proposée dans le chapitre précédent. Avant de chercher à montrer qu'ARTE porte une valeur interculturelle dans ses contenus, nous souhaitons mettre en exergue l'*interculturalisme* – terme que nous empruntons à F. Mariet<sup>294</sup> – perceptible dans ses missions et donc de fait, dans sa genèse même.

Le premier pas vers une nouvelle formation de la famille européenne doit consister à faire de la France et de l'Allemagne des partenaires. Seul, ce moyen peut permettre à la France de reprendre la conduite de l'Europe. On ne peut pas s'imaginer une renaissance de l'Europe sans une France intellectuellement grande et sans une Allemagne intellectuellement grande.<sup>295</sup>

---

<sup>294</sup> Mariet F. *Le difficile interculturalisme des médias*, 1999, pp. 193-207 dans Abdallah-Pretceille M., Porcher L. (dirs, *Diagonales de la communication interculturelle*, Paris, Ed. Anthropos. ), 1999.

<sup>295</sup> Winston Churchill, lors de son discours à l'université de Zurich le 19 septembre 1946, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://mjp.univ-perp.fr/textes/churchill19091946.htm>, consulté le 06 janvier 2017.

L'Allemagne et la France constituent la colonne vertébrale de l'Europe contemporaine, et sont à l'origine de sa dynamique d'édification, presque instantanément après 1945, dans le souci de se renforcer face au conflit est-ouest. Si, dans les années cinquante, peu de politiciens encourageaient la réconciliation, les chefs d'État Adenauer et De Gaulle développaient un dialogue en ce sens. En pleine guerre froide, les périodiques commençaient à favoriser la thèse d'une future entente franco-allemande, afin de contrer les puissances Russes et Américaines et ainsi sauvegarder une *culture européenne*. La prise de conscience d'une *nation européenne* progressait, et se constituait ce que nous pourrions appeler une *diplomatie culturelle*, soit la recherche de *consensus* et de coopération, la consolidation et la stabilisation des relations franco-allemandes, le tout au service de l'Europe.

Le couple France / Allemagne est lié par un destin bien particulier, entaché par l'horreur, puis rallié par la naissance d'une ambition commune, celle de l'Europe et d'une paix durable. Les relations franco-allemandes de l'après-guerre sont passées par des phases d'entente et d'incompréhension, voir même de relatif recul, à l'image du couple Erhard / De Gaulle, l'homme d'État allemand privilégiant l'entente avec les USA. Les deux politiciens firent en sorte d'entretenir des relations cordiales par souci de sérénité à l'échelle politique, mais ces dernières demeuraient surtout protocolaires et froides. Il fallut attendre la prise de pouvoir de Giscard d'Estaing et Helmut Schmidt<sup>296</sup> pour relancer le dialogue franco-allemand. Le couple allait passer outre les intérêts nationaux de chacun pour préserver l'entente. Les deux États sont conscients de leur rôle de moteur dans la construction européenne, ce qui explique la multiplication de programmes communs, et l'effort de chacun des dirigeants à fonder une alliance amicale et respectueuse. L'Allemagne, éprouvée par un sentiment de responsabilité dans le dernier conflit macabre, souhaite devenir garante de la paix.

L'entente franco-allemande révèle des préoccupations singulières. L'Allemagne craignait de se voir isolée, à cause de son passé, et espérait jouer un rôle clef dans la construction européenne, maintenir la paix et contrebalancer la puissance américaine. De même, les Français souhaitaient être en mesure de concurrencer les États-Unis, et craignaient des alliances entre l'Allemagne et les pays est-européens qui aboutiraient à une hégémonie de cette dernière, notamment dans les domaines économiques et culturels, contre lesquels la France aurait des difficultés à rivaliser. L'Allemagne, qui souhaitait acquérir une nouvelle

---

<sup>296</sup> À ce sujet la chaîne ARTE a d'ailleurs consacré un format spécial, en enregistrant un entretien entre les deux hommes d'État, en 2012, un document qui retrace les grandes lignes de l'amitié franco-allemande : *Valéry Giscard d'Estaing – Helmut Schmidt : une vision commune*. Nous reviendrons sur l'analyse de la programmation d'ARTE, mais force est de constater l'engagement de la chaîne au sujet de la relation franco-allemande.

légitimé, voyait dans l'Europe la solution idéale. L'Allemagne souhaitait de nouveau jouer un rôle, faire oublier un tant soit peu le passé, et anéantir toute possibilité de répétition de l'histoire sordide dont elle se remettait alors lentement. Les pays membres de l'Union ne cachaient pas leur scepticisme, et le partenariat avec la France était plus qu'une nécessité, mais bien une obligation pour l'Allemagne. Les deux pays ont donc tenté d'établir un dialogue permanent pour maintenir un statut d'équilibre. Nous pourrions constater qu'ARTE est en définitive le reflet, la résultante, de cette confiance, de cette amitié. La structure de la chaîne, les rapports qu'entretiennent les responsables français et allemands est le reflet de ces rapports politiques en faveur de l'*entente*.

L'environnement d'après-guerre instaurait un nouvel ordre politique et un renouvellement des hommes, avec de nouveaux défis, de nouveaux objectifs. Les nations avaient pour devoir de marcher main dans la main pour faire du *Vieux Continent* une *Nouvelle Europe*, solide sur le plan économique d'une part, mais aussi et surtout sur le plan des sociétés. Se posaient donc les questions d'*opinion publique européenne*, de reconnaissance d'une culture à l'échelle de l'Union, des questions qui semblaient pouvoir être résolues par la valorisation des cultures nationales et leur diffusion aux pays membres. L'on relève cependant des intérêts dissemblables entre les deux nations, françaises et allemandes. Alors que la France aspirait via l'Europe à la création d'une troisième puissance pour concurrencer les États-Unis et l'URSS, l'Allemagne quant à elle percevait dans sa coopération avec son voisin de l'Ouest un rééquilibrage des forces et une probable égalité des droits avec ce dernier. L'Allemagne cherchait à se redresser, se revaloriser pour faire valoir ses convictions et ses projets. Comme le précise Jacques Binoche dans son ouvrage *Histoire des relations franco-allemandes de 1789 à nos jours*, c'est « l'idée d'Europe qui conduit à un rapprochement franco-allemand. »<sup>297</sup> Le rapprochement franco-allemand est sans conteste la conséquence directe du désir de relancer l'*idée européenne*, et symbole fort d'unification des peuples et des hommes politiques. La politique et l'histoire des relations franco-allemandes a marqué et marque encore profondément notre histoire contemporaine. Toujours selon Jacques Binoche, le processus de renouveau réside aussi bien dans les relations France / Allemagne que dans l'*idée européenne*, motivant un désir de coopération au lendemain de la seconde Guerre Mondiale.

---

<sup>297</sup> Binoche Jacques. *Histoire des relations franco-allemandes de 1789 à nos jours*, Paris, Armand Colin, p.224.

L'histoire de la France et de l'Allemagne est marquée par les rivalités, et même l'horreur, en particulier entre 1870 et 1945. Désormais symbole de coopération solide, pérenne, le duo forme un couple indissociable dans l'économie mondiale. Ce voisinage chaotique s'est transformé en une association féconde, fertile dans plusieurs secteurs (économique, politique, militaire et culturel). Cette entente est la conséquence d'un long processus de réconciliation, dont ARTE est le fruit, la pierre angulaire, l'outil de consolidation et de concrétisation des coopérations et échanges culturels.

Europa gründet auf der deutsch französischen Verständigung, auf unserer engen Partnerschaft. Diese Beziehung ist nicht austauschbar und das wird auch für die Zukunft der europäischen Integration gelten.<sup>298</sup>

L'ensemble des accords franco-allemands et des initiatives qui découlent de cette étroite collaboration sont à l'origine de la conception de l'Europe moderne. ARTE s'inscrit dans ce cadre si particulier de la construction européenne via la légitimation des affaires et politiques culturelles. Le rôle de la culture s'est vu réaffirmé au profit de l'édification d'une *citoyenneté européenne*. La compréhension de l'*Autre* doit mener à un partenariat étroit et réciproquement. Une condition *sine qua non* de la construction européenne.

#### **b) Les coopérations franco-allemandes dans le secteur culturel.**

L'Europe de la culture doit irriguer l'Europe politique, sinon celle-ci ne verra jamais le jour. [...] c'est sur le terrain de la culture que nous pourrions le mieux affirmer sans complexe notre diversité et notre pluralisme. Cette diversité, c'est la marque de fabrique de l'Europe, c'est son atout majeur.<sup>299</sup>

Dès la fin de la guerre, l'idée de promouvoir les actions culturelles entre les deux pays est étroitement liée à la perspective d'un retour à la paix durable. La création de l'OFAJ, la multiplication des lycées français en Allemagne à partir de 1945 atteste entre autres cette tendance. De nombreuses coopérations culturelles ont vu le jour entre la France et l'Allemagne, pays moteurs de la construction européenne. Des hommes et des femmes

---

<sup>298</sup> « L'Europe se fonde sur la compréhension franco-allemande, sur notre partenariat étroit. Cette relation est irremplaçable et cela est également applicable à l'avenir de l'intégration européenne. », dans Rede von Joschka Fischer über die Zukunft Europas und die deutsch-französische Partnerschaft, Freiburg, 30. Januar 2001, [http://www.auswaertigesamt.de/www/de/infoservice/presse/presse\\_archiv?archiv\\_id=1239](http://www.auswaertigesamt.de/www/de/infoservice/presse/presse_archiv?archiv_id=1239). Consulté le 08 janvier 2017.

<sup>299</sup> Delors, Jacques. L'Europe et la Culture, Eurodialog, n°0/97, cité par Douniès Amandine, Clergerie Jean-Louis, Arte, une réussite franco-allemande, le défi juridique, 2016, p.112.

convaincus de l'importance de l'établissement d'une *opinion publique européenne*, ont ainsi mené un combat centré autour de la cause culturelle.

Joschka Fischer, alors qu'il officiait en tant que Ministre des Affaires Étrangères, ne manquait pas de mentionner la culture dans son discours consacré à l'élargissement de l'Union Européenne, en 2001, mettant en avant les initiatives françaises, des « valeurs et institutions profondément françaises. »<sup>300</sup> La France y est présentée comme porteuse de valeurs d'équité, de justice, de fraternité et de liberté, que l'on discernerait dans les gènes de l'Europe. L'aura culturelle de la France, véritable symbole pour ses voisins allemands, légitime son rôle protagoniste de la construction européenne.

Die europäische Wertegemeinschaft, die Menschenrechte, wie sie uns heute selbstverständlich sind, wurden entscheidend durch die französische Geistesgeschichte und Kultur bestimmt.<sup>301</sup>

Ces valeurs universelles, plus particulièrement les valeurs culturelles et juridiques prodiguées par la France, ont une portée extraordinaire dans ce contexte politique de nouvelle entente.

Frankreich [hat] auch in der Zeit der Globalisierung einen besonders wachen Sinn für die Bewahrung des kulturellen europäischen Erbes, der *diversité culturelle*. Und das ist für uns alle sehr wichtig.<sup>302</sup>

L'Union Européenne ne sera union démocratique qu'en préservant la culture et les traditions de chaque État, cela impliquant plus directement le citoyen, porteur de sa propre culture, de sa langue, de ses traditions. En joignant à son discours le concept d'*État-nation*<sup>303</sup>, Joschka Fischer fait transparaître un aspect fondamental : le peuple ne doit pas faire de figuration dans le cadre de la construction européenne, mais doit bel et bien apporter sa pierre à l'édifice, par la sauvegarde et la transmission de sa culture à cette échelle européenne.

Dabei wird das Verhältnis von Union und Nationalstaaten eine der wichtigen Fragen sein, die in den kommenden Jahren zu regeln sind. Denn auch in Zukunft wird der Nationalstaat mit seinen kulturellen und demokratischen Traditionen für die Menschen in

---

<sup>300</sup> Rede von Joschka Fischer über die Zukunft Europas und die deutsch-französische Partnerschaft (Freiburg, 30. Januar 2001). „Werte und Institutionen, die in der Geschichte der EU zutiefst französisch geprägt sind.“

<sup>301</sup> « La communauté de valeur européenne, les droits de l'Homme, que nous tenons désormais pour acquis furent déterminés de manière décisive par l'histoire intellectuelle et la culture française. », *ibid.*

<sup>302</sup> « Même à l'ère de la Mondialisation, la France garde un sens particulièrement aigu en faveur de la sauvegarde du patrimoine culturel européen, de la diversité culturelle. Cela est pour nous tous quelque chose de fondamental. », *ibid.*

<sup>303</sup> « État dont les citoyens forment un peuple ou un ensemble de populations se reconnaissant comme ressortissant essentiellement d'un pouvoir souverain émanant d'eux en les exprimant » Définition de l'État-nation selon Larousse, éd. 2015.

Europa der primäre Träger ihrer Identität sein. Er ist der wichtigste Rahmen für Sprache, Kultur und Tradition und wird auch in einer großen Union unersetzbar bleiben, um europäische Entscheidungen überzeugend demokratisch zu legitimieren.<sup>304</sup>

Si la prérogative de l'État est de maintenir une unité territoriale, la définition de l'UNESCO<sup>305</sup> lui confère effectivement une dimension culturelle et réaffirme la participation du citoyen. Le rapport entre l'humain et la question de l'intégration européenne passe aussi par la préservation d'une identité nationale, et par conséquent par l'acceptation et la reconnaissance des cultures et traditions de l'autre. Le défi de cette Europe en construction réside en la cohabitation de deux notions relativement paradoxales, soient la tolérance des citoyens vis-à-vis des cultures voisines, et l'expression des cultures de chaque État, afin de conférer à l'Europe sa valeur multiculturelle.

[...] un grand défi qui se pose à l'état démocratique multiculturel est celui de trouver les moyens de préserver le lien entre citoyenneté sociale et multiculturalisme. Sans la citoyenneté, le multiculturalisme sera critiqué par les nationalistes qui pointent du doigt les insécurités sociales.<sup>306</sup>

La France et l'Allemagne sont sans le moindre doute les moteurs de la construction européenne, cela est bien ancré dans les mentalités, mais cela est aussi observable dans la pratique. Les deux nations se considèrent elles aussi comme responsables, garantes des bonnes relations, conscientes que leur entente est un impératif de la paix européenne. Joschka Fischer le précise une fois de plus dans son célèbre discours.

Die Vollendung der europäische Integration [...] kann und wird nur gelingen, wenn Frankreich und Deutschland sie zu ihrer gemeinsamen Sache machen. Hierin liegt die alternativlose Bedeutung des deutsch-französischen Verhältnisses im 21. Jahrhundert, neben der Notwendigkeit unserer guten und engen Nachbarschaft.<sup>307</sup>

---

<sup>304</sup> « La relation entre l'Union et les États-nations sera ainsi l'une des questions les plus importantes à traiter dans les années à venir. À l'avenir, l'État-nation sera par ses traditions culturelles et démocratiques le vecteur primaire de l'identité des citoyens européens. L'État-nation est le cadre nécessaire à la préservation de la langue, de la culture, des traditions, et sera irremplaçable dans cette grande Union afin de légitimer démocratiquement les décisions européennes. », dans Fischer Joschka, op.cit.

<sup>305</sup> « L'État-nation est un domaine dans lequel les frontières culturelles se confondent aux frontières politiques » <http://www.unesco.org/new/fr/social-and-human-sciences/themes/international-migration/glossary/nation-state/>

<sup>306</sup> Ibid.

<sup>307</sup> « La réalisation de l'intégration européenne [...] ne peut et ne sera réalisable que si France et Allemagne en font leur cause commune. C'est en cela que réside l'unique nécessité des relations franco-allemandes du 21<sup>e</sup> siècle, en plus de celle d'un bon et étroit voisinage », Rede von Joschka Fischer über die Zukunft Europas und die deutsch-französische Partnerschaft (Freiburg, 30. Januar 2001).

La notion de citoyenneté, et plus précisément le citoyen en tant qu'individu, suscite un regain d'intérêt de la part de la sphère politique, puisque la culture lui est tributaire. Le décret rédigé en 2015 concernant le Prix De Gaulle-Adenauer en est une preuve.

[...] conscients des relations étroites et amicales qui unissent le peuple français et le peuple allemand ainsi que de leur importance pour le renforcement de l'Europe, [...] soucieux de reconnaître et de promouvoir la participation active des *citoyens* des deux pays à la construction du partenariat franco-allemand qui doit son fondement durable à l'engagement personnel de nombreux Français et Allemands [...] <sup>308</sup>

La culture rend possible l'existence d'un *citoyen européen*. Les deux concepts ne peuvent subsister l'un sans l'autre, et seule la culture, seule la connaissance de l'*Autre* peut élever le citoyen à l'échelon européen. Le discours de Winston Churchill à l'université de Zurich corrobore cette théorie.

[L'Europe] est à l'origine de la plus grande partie de la culture, des arts, de la philosophie et de la science du passé et du présent. Si l'Europe pouvait s'unir pour jouir de cet héritage commun, il n'y aurait pas de limite à son bonheur, à sa prospérité à sa gloire, dont jouiraient ses 300 ou 400 millions d'habitants. [...] Et pourquoi n'y aurait-il pas un groupement européen qui donnerait à des peuples éloignés l'un de l'autre le sentiment d'un patriotisme plus large et d'une sorte de nationalité commune ? Et pourquoi un groupement européen ne devrait-il pas occuper la place qui lui revient au milieu des autres grands groupements et contribuer à diriger la barque de l'humanité ? Afin de pouvoir atteindre ce but, il faut que des millions de familles collaborent sciemment et soient animées de la foi nécessaire, quelle que puisse être la langue de leurs pères. <sup>309</sup>

La construction européenne, et donc par analogie l'amitié franco-allemande, est bien le fruit d'une coopération politique et culturelle. Il ne faut cependant pas omettre la dimension sociale, qui, comme nous l'avons vu, recentre la position des citoyens dans ce processus de reconnaissance de l'*Autre*. Dans le cadre des relations franco-allemandes, comme le précisait le Général de Gaulle, « Il ne s'agit pas seulement d'une réconciliation commandée par les circonstances. Ce qui se produit, en vérité, c'est une espèce de découverte réciproque des

---

<sup>308</sup> Décret n° 2015-695 du 19 juin 2015 portant publication de l'accord sous forme d'échange de lettres entre le Gouvernement de la République française et le Gouvernement de la République fédérale d'Allemagne sur la réforme du prix De Gaulle-Adenauer, signées à Berlin le 31 mars 2015. Texte disponible à l'adresse suivante : <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2015/6/19/MAEJ1513181D/jo/texte>, consulté le 12 janvier 2017.

<sup>309</sup> Winston Churchill, lors de son discours à l'université de Zurich le 19 septembre 1946, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://mjp.univ-perp.fr/textes/churchill19091946.htm>, consulté le 12 janvier 2017.

deux voisins, dont chacun s'aperçoit à quel point l'autre est valable, méritant et attrayant ». <sup>310</sup>  
Un *dialogue* s'est institué entre les deux nations de part et d'autre du Rhin, et ce dans une perspective politique, mais faisant aussi entrer en jeu les relations entre citoyens. À travers nombre d'initiatives culturelles – comme la création de l'OFAJ que nous avons déjà mentionnée, mais qui figure parmi les exemples les plus éloquents et connus de tous – les gouvernements français et allemands ont parié sur la rencontre entre citoyens, sur l'établissement d'une communication entre cultures, d'une *communication interculturelle*. L'on peut, au moyen du premier chapitre théorique proposé dans ces travaux, aisément se rendre compte de l'importance de la mise en place d'un environnement propice à une *communication interculturelle*, dans le but précis de rapprocher deux peuples, et de favoriser l'acceptation et la reconnaissance de l'*Autre* malgré les différences linguistiques, géographiques et de traditions.

De nombreuses mesures témoignent de l'attachement à la culture dans le processus de construction européenne, dont le noyau serait le renforcement des relations entre ces pays voisins, autrefois ennemis, que sont la France et l'Allemagne. La restitution de quelques-unes de ces résolutions culturelles adoptées entre les deux États nous a permis d'interpréter les réelles intentions des fondateurs du canal culturel européen, et de saisir ainsi toute l'importance de son ancrage politique.

Une volonté politique forte donc, une volonté franco-allemande, certes, mais qui ne pouvait prendre de substance que si elle touchait à la culture. Si le contexte historique des années cinquante a pu inciter les hommes politiques à collaborer pour remettre sur pied le continent européen, l'histoire franco-allemande a aussi marqué les esprits des peuples, des citoyens, ce qui constitue une corrélation directe avec l'interculturel, que nous pouvons définir de manière très succincte comme étant le rapport à l'*Autre*, un rapport à l'*Autre* lui-même défini et influencé par les grands événements historiques, politiques, sociologiques vécus au sein de son territoire d'ancrage. La communication avec l'*Autre*, la compréhension de l'*Autre* sont soumises à la perception qu'un sujet se fait de l'*Autre*. Les conflits de l'époque ont modifié la conception que les Français se font des Allemands, et réciproquement, faisant persister ou renforçant même parfois les stéréotypes, les jugements hâtifs. La lente réconciliation franco-allemande a donné naissance à des initiatives et programmes transnationaux, dont ARTE découle directement. Il est de ce fait nécessaire de mettre l'accent sur les initiatives et

---

<sup>310</sup> De Gaulle, Charles. *Discours et Messages* ; tome IV : Pour l'effort, août 1962 – décembre 1965. – Paris : Plon, 1970.



collaborations culturelles qu'ont connues les deux pays, domaine dans lequel les dirigeants se sont efforcés de trouver des accords rapidement, par le biais de négociations bien moins rudes que dans les domaines militaires ou économiques. Les décisions politiques de certains couples franco-allemands ont apporté une large contribution au développement de l'axe culturel, à l'image des tandems De Gaulle-Adenauer, Giscard d'Estaing-Schmidt, puis Mitterrand-Kohl.

**c) L'instauration d'un dialogue interculturel via les initiatives culturelles ou l'ébauche d'une politique culturelle commune.**

Nous proposons ici une chronologie du rapprochement franco-allemand via l'évocation des principales initiatives culturelles initiées conjointement par les deux pays. En quelle mesure ces initiatives culturelles, du lendemain de la guerre à la création d'ARTE, ont-elles favorisé un rapprochement, un dialogue entre les deux États au cœur de notre étude ? Si la politique agricole commune et l'ensemble des coopérations économiques sont les exemples phares de la coopération franco-allemande et de la relance d'un dialogue politique fondé sur l'entente, le développement d'un autre dialogue axé sur les affaires culturelles et intellectuelles est tout aussi perceptible et identifiable. Nous écartons l'histoire politique, économique et militaire pour faire la lumière sur ces initiatives culturelles qui amorcent la naissance du projet de Chaîne Culturelle Européenne.

Les deux illustres politiciens français Robert Schuman et Jean Monnet ont donné une chance de nouveau départ à l'Allemagne, via la construction européenne, marquant ainsi le point de départ d'une politique de réconciliation entre France et Allemagne.

Le rassemblement des nations européennes exige que l'opposition séculaire entre la France et l'Allemagne soit éliminée.<sup>311</sup>

Robert Schuman, lors de sa Déclaration du 9 Mai 1950, délivrait l'un des premiers messages de paix en identifiant de réels intérêts économiques entre les six pays d'Europe occidentale. Afin d'empêcher la répétition de l'histoire meurtrière dont sortaient tout juste l'Allemagne et la France, Schuman dévoilait son intention de mettre en commun la production du charbon et de l'acier (CECA), pour rendre « non seulement impensable, mais matériellement impossible »<sup>312</sup> toute nouvelle guerre. Cette première institution supranationale fut l'étincelle de l'unification européenne et offrit aux pays membres l'occasion de se lier de nouveau.

---

<sup>311</sup> Schuman, Robert. Déclaration 9 mai 1950.

<sup>312</sup> Binoche, Jacques. *Histoire des relations franco-allemandes de 1789 à nos jours*, Paris, Armand Colin, p.241. Disponible en ligne à l'adresse suivante : [https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols/europe-day/schuman-declaration\\_fr](https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols/europe-day/schuman-declaration_fr).

Schuman développait la théorie d'une amitié franco-allemande au profit de la construction européenne. De nombreux ouvrages situent la genèse des coopérations franco-allemandes à cette date du 9 mai 1950, et ce à juste titre, l'axe politique et économique étant généralement au cœur de ces ouvrages. La dimension culturelle est pourtant déjà présente, antérieurement à la CECA, et Robert Schuman lui-même fit rapidement le lien entre culture et construction européenne. « L'Europe avant d'être une alliance militaire ou une entité politique doit être une communauté culturelle dans le sens le plus élevé de ce terme. »<sup>313</sup> Schuman et Monnet étaient dès lors conscients de l'importance de « désintoxiquer les relations entre la France et l'Allemagne, éliminer leur opposition séculaire, lier l'Allemagne de l'Ouest à la France par une solidarité d'intérêts, l'amarrer fermement au monde occidental. »<sup>314</sup>

La création de l'**Institut franco-allemand de Ludwigsburg** le **02 juillet 1948** initie et démontre l'engagement culturel dont ont fait preuve les deux nations récemment en guerre. Créé seulement trois ans après la fin de la Seconde Guerre, à l'initiative privée de personnalités allemandes, l'Institut franco-allemand de Ludwigsburg est l'un des germes de la politique de réconciliation culturelle, alors que la phase de méfiance ne s'est pas encore estompée, et que la France accepte difficilement l'idée que l'Allemagne puisse de nouveau être une puissance dominante. Les statuts de l'Institut<sup>315</sup> annoncent explicitement la vocation de ce dernier : relancer le *dialogue* et l'*entente*, par la *connaissance* et la *compréhension* de l'*Autre*.

L'Institut de Ludwigsburg est toujours actif, il s'est développé et a évolué. Indépendant, il s'agit avant tout d'un centre d'archivage et de documentation, basé sur l'échange d'informations. L'institut compte des collaborateurs français et allemands et propose des projets de recherche interculturelle, dans les domaines d'activité sociale, politique ou encore économique. Parmi ses missions et actions, l'on compte l'apprentissage de la langue, l'organisation de voyages d'étude, la mise en place de bourses universitaires, l'accueil de stagiaires français et allemands. Le regain d'intérêt que les deux nations ont l'une pour l'autre d'un point de vue culturel et intellectuel est surprenant, et particulièrement rapide. Cet intérêt, ou en d'autres termes, cette *curiosité* pour l'*Autre* ne cessera de croître, au profit de l'instauration d'un climat de paix et de probable partenariat sur le long terme. De nombreuses

---

<sup>313</sup> Fondation Robert Schuman, *Pour l'Europe*, 5<sup>e</sup> ed. Nagel, Paris, 2010 p.35.

<sup>314</sup> Vaisse, Maurice. *La réconciliation franco-allemande : le dialogue de Gaulle-Adenauer*. Politique étrangère, n°4 - 1993 - 58<sup>e</sup>année. p. 963.

<sup>315</sup> „Verständigung mit Frankreich auf allen Gebieten des geistigen und öffentlichen Leben“  
« Entente avec la France dans tous les domaines de la vie intellectuelle et publique. »

institutions et établissements ont ainsi vu le jour, avec pour vocation de promouvoir la langue et la culture françaises et allemandes.

L'**Institut Goethe** en est l'un des exemples fameux, et s'engage depuis 1951 pour l'apprentissage de la langue allemande avec, entre autres, la formation de professeurs d'allemand à l'étranger. L'Institut Goethe est désormais implanté dans une centaine de pays.

Au sein de la sphère politique, la culture n'est pas en reste. Un premier texte à orientation exclusivement culturelle fut signé dès le **23 octobre 1954**. L'**Accord Culturel entre la France et l'Allemagne**, signé par Pierre Mendès France à Paris initie une *politique culturelle franco-allemande* de manière officielle. Ce texte, « tombé dans l'oubli »<sup>316</sup> selon l'analyse de Margaret Sturm, probablement car il n'a pas eu l'effet escompté sur l'intensification des échanges franco-allemand, est pourtant déterminant tant par son contenu que dans son caractère moderne, à peine dix ans après la signature de l'armistice. Les relations culturelles figurent au centre de ce Traité, par ailleurs très axé sur l'enseignement et la jeunesse, l'apprentissage des langues, la promotion d'études à l'étranger, l'attribution de bourses, la reconnaissance et l'équivalence de diplômes binationaux. Bien moins connu que le Traité de l'Élysée, ce texte en est pourtant le précurseur, et révèle ce long procédé de réconciliation franco-allemande engagé dès le début des années cinquante, réconciliation fondée avant tout sur l'entente et la compréhension des peuples, impossible sans la mise en place d'un dispositif (inter)-culturel.

L'Accord Culturel donne « quelque crédibilité à la thèse d'un lien fondamental entre politique et culture »<sup>317</sup>, il s'agit effectivement du premier texte à tendance culturelle, stipulant que l'apprentissage de la langue de l'*Autre*, de ses traditions, ainsi que l'échange de matériel culturel, la promotion et la subvention de manifestation à caractère franco-allemand participent à la meilleure connaissance du voisin. L'Accord cherchait à favoriser les voyages dans l'autre pays, les échanges universitaires, encourager les contacts artistiques et intellectuels, reconnaître et faire valoir les diplômes et qualifications dans les deux pays. Le préambule de l'Accord est tout aussi significatif puisqu'il préconise « une fructueuse coopération et un accroissement des échanges culturels entre les peuples français et allemand

---

<sup>316</sup> Sturm, Margaret. *Un texte tombé dans l'oubli : l'accord culturel franco-allemand du 23 octobre 1954*, Allemagne d'aujourd'hui n°84 Avril-Juin 1983 p. 9-22.

<sup>317</sup> Ibid. p.12.

dans le domaine culturel [...] puisque ces derniers [...] ne peuvent que servir la cause de la paix et de l'Europe unie. »<sup>318</sup>

L'article 10 de cet accord démontre son caractère anticipateur. Les signataires y encouragent les échanges de programmes de radio et de télévision. L'outil médiatique est dès lors fortement considéré et reconnu comme moyen de diffusion de la culture et de (re)connaissance de l'autre, ce qui n'est sans rappeler notre objet d'étude : ARTE.<sup>319</sup>

Ce texte, qui avait pour fonction d'apporter « un élan nouveau et puissant au développement des relations culturelles franco-allemandes, condition indispensable à une meilleure compréhension entre la France et l'Allemagne »<sup>320</sup>, n'a eu dans l'immédiat que peu de répercussions concrètes, mais atteste l'importance de l'échange culturel dans l'établissement de relations durables. L'Accord tente finalement de proposer des solutions aux obstacles linguistiques et culturels qu'auraient pu rencontrer l'Allemagne et la France lors de leur réconciliation.

La même année, le **19 décembre 1954** fut signée une **Convention Culturelle Européenne**, dans laquelle les signataires avaient pour objectif de « développer la compréhension mutuelle entre les peuples d'Europe et l'appréciation réciproque de leurs diversités culturelles, de sauvegarder la culture européenne, de promouvoir les contributions nationales à l'héritage culturel commun de l'Europe et ce dans le respect des mêmes valeurs fondamentales en encourageant, notamment, l'étude des langues, de l'histoire et de la civilisation des Parties à la Convention. »<sup>321</sup> En d'autres termes, la France et l'Allemagne entamaient un rapprochement motivé par le resserrement des liens culturels, afin d'éviter les incompréhensions, favoriser une nouvelle entente et se préparer à une coopération plus étroite dans l'ensemble des domaines de la vie politique et sociale. Un *dialogue* devait se mettre en place entre les deux nations, dialogue qui s'instaurera de manière régulière entre les chefs des deux gouvernements De Gaulle et Adenauer. Leur entente fut décisive pour la mise en place d'un dialogue à l'échelle nationale.

---

<sup>318</sup> Ibid. p.14.

<sup>319</sup> « Échange mutuel de programmes radiophoniques et télévisuels dédiés à la diffusion de biens culturels », cité d'après Hahn, Oliver. *ARTE : der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*, 1977. p.431. „Gegenseitigen Austausch von Rundfunk- und Fernsehsendungen, die der Verbreitung von Kulturgut gewidmet sind“. Kulturabkommen zwischen der Regierung der Bundesrepublik Deutschland und der Regierung der Französischen Republik (Ar. 10 Abs. 2 u. ferner Art. 15 KulturabkDF 1954, 23. Oktober 1954:887).

<sup>320</sup> Sturm, Margaret. op.cit.

<sup>321</sup> Douniès, Amandine, Clergerie, Jean-Louis. *Arte, une réussite franco-allemande, le défi juridique*, Mimésis, 2016, p.58.

Nous avons retenu les entretiens du 14 et 15 septembre 1958 entre Adenauer et De Gaulle à Colombey-les-Deux-Eglises, puis à Bad Kreuznach le 26 novembre 1958, puisqu'ils témoignent de l'instauration d'un dialogue comme d'une régularité de ces rencontres. La volonté des deux chefs d'État d'établir des consultations, signe d'alliance en cours de construction, est alors très nette. Qui aurait pu s'imaginer une telle entente soixante ans après la première rencontre de Colombey-les-Deux-Eglises ? Une rencontre qu'appréhendait Adenauer, en témoignent ses mémoires.

Ich war von großer Sorge erfüllt, denn ich befürchtete, die Denkweise von de Gaulle wäre von der meinigen so grundverschieden, daß eine Verständigung zwischen uns beiden außerordentlich schwierig wäre.<sup>322</sup>

Les intérêts à l'origine de ces consultations et entretiens sont certes divergents, mais participent au regain de confiance et de dialogue entre les deux nations. De Gaulle souhaitait mettre en place un axe Paris-Bonn pour accroître le poids économique et jouer un rôle plus important dans la communauté européenne. Adenauer quant à lui, dans ce contexte d'après-guerre, voyait dans le rapprochement avec Paris une portée et une relance économique et politique non négligeables pour cette Allemagne divisée.

La signature à Paris du **Traité de l'Élysée le 22 janvier 1963** constitue le point d'orgue des relations bilatérales. Dans la continuité des Accords Culturels évoqués auparavant, le traité d'amitié franco-allemande développait les activités de la Commission Culturelle franco-allemande, ce dernier ayant pour but d'institutionnaliser, d'officialiser et d'accroître les rencontres et sommets franco-allemands, et de rapprocher les ministres et hauts fonctionnaires des affaires culturelles, économiques et politiques.

Afin d'étayer l'idée de compréhension mutuelle, les domaines de l'éducation, de la jeunesse et de la culture ont joué un rôle particulier et « toutes les possibilités seront offertes aux jeunes des deux pays pour resserrer les liens qui les unissent et pour renforcer leur compréhension mutuelle. »<sup>323</sup> L'enseignement des langues et la problématique d'équivalence des diplômes figurent en outre dans les articles du Traité.

Selon la déclaration commune du Général De Gaulle et Konrad Adenauer, « le renforcement de la coopération entre les deux pays constitue une étape indispensable sur la voie de l'Europe

---

<sup>322</sup> « J'étais particulièrement inquiet car je craignais que les modes de pensées de de Gaulle soient si éloignés des miens qu'une entente entre nous soit extrêmement compliquée », dans Adenauer, *Erinnerungen, 1959-1963*, Random House, 1968, p.424.

<sup>323</sup> Traité de l'Élysée, II-Programme, C-Education et Jeunesse, Article 2.

unie qui est le but des deux peuples. »<sup>324</sup> Alors que la politique de réconciliation franco-allemande était à son apogée, le général De Gaulle et le chancelier Adenauer décidaient de donner un cadre institutionnel à leur dialogue. Il s'agissait, à travers un document officiel, de mettre en place des consultations régulières entre les représentants des deux gouvernements. Découlent de ce Traité des coopérations à plusieurs niveaux (politiques, économiques et culturels).

**L'Office Franco-Allemand pour la Jeunesse** est une des initiatives directement issue du Traité de l'Élysée. L'OFAJ allait relancer le débat et les projets initiés par l'Accord Culturel de 1954. La réconciliation franco-allemande était alors bien entamée et les discours politiques de plus en plus favorables à la France pour les Allemands et réciproquement à l'Allemagne pour les Français. L'OFAJ organise, finance les échanges universitaires et scolaires. L'Office, qui « a pour objet de resserrer les liens qui unissent les jeunes des deux pays, de renforcer leur compréhension mutuelle et, à cet effet, de provoquer, d'encourager, et le cas échéant, de réaliser des rencontres et des échanges de jeunes »<sup>325</sup>, développait son caractère anthropologique et sociologique en collaborant à des études menées sur les relations franco-allemandes, apportant ainsi de nombreuses réponses sur la communication interculturelle. L'éducation s'est présentée comme vecteur de l'amitié franco-allemande, permettant d'engendrer une curiosité chez les plus jeunes. Le couple De Gaulle-Adenauer peut être considéré comme précurseur du dialogue franco-allemand, pour en avoir rapidement saisi la nécessité, et les deux hommes d'État se montraient prêts à simplifier toutes négociations, au service de l'entente et de la réconciliation.

Les années quatre-vingts furent elles aussi distinctives en termes de coopérations culturelles, de rencontres et initiatives, sous l'impulsion de François Mitterrand, élu le 10 mai 1981. Le chef d'État accordait une attention toute particulière à la culture. Le binôme Mitterrand-Kohl relançait la politique d'amitié à la suite des relations glaciales entre Erhard et De Gaulle, et recentrait sa politique binationale, en écartant l'*Ostpolitik* de Willy Brandt. Si une rivalité subsistait encore sur le plan économique, la volonté des deux représentants des États Français et Ouest-Allemands de parvenir à une entente se renforçait tout de même,

---

<sup>324</sup> Giuliani, Jean-Dominique. *La France et l'Allemagne : Une responsabilité commune pour l'Europe*, janvier 2013, retranscription de l'intervention disponible à l'adresse suivante : <https://de.ambafrance.org/La-France-et-l-Allemagne-une>, consulté le 10 janvier 2017.

<sup>325</sup> *Accord portant création de l'Office franco-allemand pour la jeunesse*, 6 juillet 1963, Article 2, disponible en ligne à l'adresse suivante : <https://www.france-allemande.fr/Accord-portant-creation-de-l.028.html>, consulté le 18 décembre 2016.

notamment sur le domaine culturel, où la coopération paraît fondamentale pour la durabilité de cette entente.

Dans la continuité du Traité de l'Élysée, et par volonté de concrétiser et dynamiser les rapports France / Allemagne dans le domaine de la jeunesse, fût constitué le **05 février 1980** le **Secrétariat franco-allemand pour les Échanges en Formation Professionnelle**, basé à Sarrebruck. Deux ans plus tard, le **1<sup>er</sup> mars 1982**, fut fondée la **Fondation du CIRAC**<sup>326</sup>, lors de la déclaration commune des deux chefs d'État du 37<sup>e</sup> Sommet franco-allemand, dont la mission est d'approfondir les connaissances de l'autre dans le cadre de la construction européenne. Le CIRAC publie des travaux d'analyse, de recherches dans les domaines de l'économie, de la société et des relations franco-allemandes.

Dans le cadre de 48<sup>e</sup> Sommet franco-allemand, lors des consultations à Francfort-sur-le-Main consacrées aux coopérations culturelles franco-allemandes, l'entente et l'amitié furent réaffirmées comme gage de paix. Fut évoquée officiellement pour la première fois l'importance des moyens de communication moderne pour progresser encore et tendre vers une alliance culturelle.

Toutefois, des progrès significatifs demeurent nécessaires, compte tenu des tendances observées dans l'évolution du monde moderne, et possibles, en raison de l'excellence du dialogue franco-allemand. Ils porteront sur les domaines des langues française et allemande, de la formation professionnelle, de l'enseignement supérieur, de la recherche, de la création artistique et des moyens modernes de communication audiovisuelle. Le moment est venu de franchir une nouvelle étape de la coopération culturelle, de rechercher l'interpénétration des cultures, de dépasser le stade des échanges pour atteindre celui d'une coopération approfondie et d'ouvrir ensemble de nouvelles perspectives pour l'avenir. Une telle relance des relations culturelles permettra non seulement de resserrer les liens entre les deux pays mais aussi de progresser dans la construction de l'Europe des citoyens et d'accroître son rayonnement culturel dans le monde.<sup>327</sup>

Le couple franco-allemand recentrait le débat sur l'harmonisation des coopérations culturelles, et le renforcement de la solidarité entre les deux nations.

---

<sup>326</sup> Centre d'Information et de Recherche sur l'Allemagne Contemporaine.

<sup>327</sup> *Déclaration commune du président de la République française et du chancelier de la République Fédérale d'Allemagne à l'issue du quarante huitième sommet franco-allemand*, le 28 octobre 1986, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://discours.vie-publique.fr/notices/862019700.html>, consulté le 09 janvier 2017.

La création du **Haut Conseil Culturel Franco-allemand**<sup>328</sup> le **22 janvier 1988** succéda à l'ensemble de ces mesures et discours. Cette instance a pour mission de conseiller les gouvernements allemands et français dans le domaine de leurs politiques culturelles respectives. Les projets et parrainages franco-allemands sont ainsi encouragés, et sont financés, côté français par le Ministère de la Culture et des Affaires Etrangères, côté allemand par le Ministère des Affaires Etrangères et les Länder. Véritable médiateur culturel, le Haut Conseil Culturel franco-allemand fut établi dans le but de consolider les échanges et la circulation de l'information, d'encourager les initiatives de création entre ces deux pays de langues différentes et ce malgré les différences administratives et structurelles des grandes instances. Constituée de deux collèges de six membres chacun, chacun issus de la société civile, et co-présidée par un Français et un Allemand, cette nouvelle institution témoigne des enjeux de la culture au sein de l'Union Européenne. Les membres du conseil se rencontrent deux fois par an, entre Paris et Sarrebruck. L'organisation structurelle du Conseil rappelle nous le constaterons celle d'ARTE.

La réélection de Mitterrand en 1988 offrit aux gouvernements français et allemand une forme de continuité politique, rassurant Kohl et l'ensemble de collaborateur des instances franco-allemandes. Cette continuité a sans aucun doute participé à la consolidation de l'amitié de ces deux pays voisins, continuité sans laquelle la naissance d'ARTE aurait pu être compromise. L'idée de création d'une *chaîne culturelle européenne* fut officialisée lors du Sommet de Bonn le **4 novembre 1988**, chaîne franco-allemande dont le siège serait à Strasbourg, capitale européenne.

La prolifération d'initiatives pour le rapprochement franco-allemand, basée sur une coopération culturelle intense, constitue l'ensemble des étapes ayant mené à la création de la Chaîne Culturelle Européenne. Celle-ci garantit les rapports culturels qu'entretiennent la France et l'Allemagne, qui souhaitent ouvrir des perspectives communes dans la promotion de la culture, initiées par une stratégie de renforcement de l'Union Européenne. ARTE peut dès lors être perçue comme étant le fruit – ou une étape, selon les points de vue – du processus de construction européenne.

---

<sup>328</sup> Le Haut Conseil Culturel Franco-Allemand avait ainsi pour but de « donner un nouvel élan à la collaboration dans les domaines de l'art et de la culture », Rothenberger Liane *Von Elitär zu populär*, page 150. (Deutsch-französische Kulturrat 1992, 1) « Zusammenarbeit im Bereich der Kunst und Kultur einen neuen Impuls zu verleihen ».



D'ordinaire associée à sa dimension politique, économique, l'Europe ne voit que rarement son angle culturel évoqué – cela est sans doute dû aux multiples connaissances linguistiques et historiques que cela implique. Bien des initiatives ont pourtant été menées, dans le cadre si complexe de la culture. Ces initiatives répondent aux interrogations de la mise en place d'une *opinion publique* à cette échelle immense du continent européen. L'édification de l'Europe, non dans ses frontières, mais dans son caractère anthropologique, pose le défi d'associer des citoyens hétéroclites à une vie politique, culturelle commune, et tenter de faire émerger un *espace public à caractère européen*.

Un rapide examen du contenu du Traité constitutif de la Chaîne européenne, signé le 2 octobre 1990 révèle la correspondance entre ses objectifs et ceux de la politique culturelle de la France et de l'Allemagne. Rappelons tout d'abord que la Convention Culturelle Européenne de 1955 manifeste son intention de développer « les mesures propres à sauvegarder son apport au patrimoine culturel commun de l'Europe et à en encourager le développement ». Ce dessein n'est pas sans rappeler les missions d'ARTE, celles d' « offrir aux citoyens de l'Europe une chaîne de télévision commune qui soit un instrument de présentation du patrimoine culturel et de la vie artistique des États, des régions et des peuples de l'Europe et du monde. »<sup>329</sup>

L'audiovisuel et les moyens de communication modernes semblent rendre possible la diffusion de la culture, cette dernière participant nous l'avons vu à renforcer la construction européenne, dans sa dimension anthropologique, avec la prise de conscience d'une culture commune, favorisant la mise en place d'une *citoyenneté européenne*. Si la diffusion de la culture est soutenue par l'ensemble des institutions que nous avons citées, la télévision en devint l'un des outils fondamentaux, rendant l'exercice bien plus facile. La radiodiffusion a effectivement joué un rôle très tôt dans l'histoire commune à la France et l'Allemagne.

Alors que France et Allemagne ont progressivement constitué ce que nous pouvons considérer comme étant une politique culturelle commune, elles ont peu à peu trouvé en la télévision un formidable vecteur de rapprochement des peuples. Nous nous sommes donc interrogée sur le pouvoir de la télévision, afin de comprendre pourquoi les politiques se sont progressivement tournés vers ce média alors qu'ils bâtissaient un environnement culturel commun à l'origine uniquement via des initiatives plus traditionnelles. La télévision semble, nous l'avons évoqué

---

<sup>329</sup> Traité interétatique, disponible sur le site officiel d'Arte à l'adresse suivante : [https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/traite\\_inter-etatique.pdf](https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/traite_inter-etatique.pdf).

dans notre chapitre théorique, être en mesure de constituer un sentiment de commune appartenance, être capable de constituer un imaginaire commun, une identité partagée. La constitution d'une chaîne de télévision commune offrirait ainsi de nouvelles chances de renforcer le sentiment européen.

## **2) La télévision (inter)culturelle, nouveau vecteur de construction européenne ?**

Nous avons voulu créer un organisme qui soit à la fois un ressort et une force auxiliaire de la construction européenne de l'après-guerre. Rien d'autre que lui n'est comparable. [...] L'Europe possède aujourd'hui un instrument qui demain sera encore peut-être élargie comme l'ont pensé ses créateurs et qui sera utile à la paix dans le monde et à la compréhension entre les peuples.<sup>330</sup>

La télévision soulève des questions propres à l'outil de communication, et les faiseurs de programmes s'interrogent en permanence sur les usages, sur la manière de faire passer un message pour capter un maximum d'auditeurs. Nous ne traiterons pas cet aspect technique et économique propre à la genèse de la chaîne mais plutôt les fonctions socio-culturelles de la télévision, et donc, de fait, d'ARTE. Nous restons conscients que la chaîne franco-allemande développe elle aussi des stratégies afin de séduire ses publics, mais c'est bien sa nature interculturelle qui demeure au centre de nos propos et de notre recherche. Nous relatons dans les pages à suivre du pouvoir unificateur des médias de masse, de leur rôle dans l'édification des cultures.

En partant du postulat qu'il existe une culture propre à l'individu, puis une culture distribuée, et distribuable, enseignée par différents vecteurs que seraient l'école, les bibliothèques ou les musées, il est possible d'affirmer que la télévision fasse partie de ces vecteurs de diffusion culturelle. L'on peut cependant attacher la télévision au domaine de l'*industrie culturelle*, tant cette dernière est soumise à un système, à des impératifs économiques, légaux, juridiques, concurrentiels. Elle demeure qui plus est totalement soumise au jugement de ses publics, et les programmeurs, malgré toutes les techniques de sondages et de mesure d'audience, restent soumis à une part d'aléatoire. Faire de la télévision, c'est sans cesse faire le pari de se détacher de ses concurrents, de faire preuve d'originalité tout en tâchant de ne pas brusquer les habitudes de ses publics. Toute chaîne de télévision a besoin, pour survivre, d'être

---

<sup>330</sup> Dumas, Roland. (Ancien ministre des affaires étrangères) *Une expérience heureuse et bienfaitrice*, dans la préface de Douniès, Amandine et Clergerie, Jean-Louis. *Arte, une réussite franco-allemande*, Mimesis 2016, pp.10-11.

regardée. Si le facteur risque peut être amoindri en prenant en compte les grandes tendances, en suivant les usages des publics, la télévision reste un grand laboratoire d'expérimentation. Mais la télévision est profondément culturelle, dans le sens où elle est le reflet des sociétés dans lesquelles elle s'ancre. Est-ce la raison pour laquelle le média de masse a éveillé l'intérêt des fondateurs de l'Europe ? Comment la télévision s'est-elle peu à peu imposée comme vecteur le plus efficace de diffusion de contenus culturels ?

#### **a) L'impact social de la radiodiffusion.**

L'impact politique et sociologique de la radiodiffusion est historiquement perceptible. Une rapide chronique de divers cas nous permet de le montrer. La culture, l'information et le divertissement ont naturellement occupé une place importante dans la radiodiffusion, notamment lors du grand bouleversement social que fut la Seconde Guerre Mondiale. L'histoire des radiodiffusions française et allemande est intimement liée, puisque l'essor du média télévisuel et son développement technique crût au cœur du conflit franco-allemand, passant d'instrument de propagande à outil de divertissement pour les soldats blessés, d'information sur les zones militaires occupées, puis de support de réconciliation. À titre d'exemple, le ministre de la propagande Joseph Goebbels, conscient de l'impact des médias sur les citoyens, utilisa la radiodiffusion comme moyen de persuasion.

Je considère la radiodiffusion comme le plus moderne entre tous, le plus important des instruments d'influence sur les masses qui soit au monde. Je suis convaincu que la radiodiffusion doit faire participer le peuple à toutes les affaires publiques ; je suis persuadé que plus un seul des grands événements dans la vie du peuple ne sera vécu par une poignée de 200 à 300 individus seulement, mais que c'est désormais le peuple dans son entier qui y prendra part.<sup>331</sup>

Les radiodiffusions françaises et allemandes partagent ainsi une histoire commune, et ce dès 1940. *Radio-Paris*, créée en 1924 à partir de *Radiola*, la première station de radio privée en France, édiflée en 1922, devenue radio d'État en 1933, fut récupérée par les services allemands. Ces derniers s'en emparaient et l'utilisaient à leurs fins durant toute la phase d'occupation, et diffusaient des chants et émissions populaires, ou encore des conférences. La mainmise sur le média allait susciter de vives réactions du côté des résistants, et Pierre Dac,

---

<sup>331</sup> Bourgeois, Isabelle. *Radio et Télévision Publiques en Allemagne, un modèle à l'épreuve de la nouvelle Europe*, ed. CIRAC, Paris, 1993, dans Bausch, H. *Rundfunk in Deutschland*, vol.2, p.143 traduit par Isabelle Bourgeois.

depuis *Radio-Londres*, y faisait entonner le célèbre air « Radio-Paris ment...Radio-Paris est allemand ». *Radio-Paris* cessa d'émettre le 17 août 1944, et prouve dès lors que les médias de masse disposent de cette double nature, entre outil de propagande et de mobilisation. En 1943, toujours sous occupation allemande, un projet de télévision vit le jour, et l'administration française et la *Reichspost* financèrent la réparation de l'émetteur de la Tour Eiffel, saboté antérieurement par les Français avant l'arrivée des Allemands. Le nouveau média, *Fernsehsender Paris* (Paris Télévision) avait pour dessein de diffuser des contenus divertissants aux soldats allemands blessés. Les premières émissions débutèrent en mai 1943, et Kurt Hinzmann, directeur du *Fernsehsender Paris*, loin de l'idéologie nazi, n'hésitait pas à proposer des contenus pourtant interdits, avec entre autres la diffusion de concerts de jazz. Les émissions et reportages proposés étaient alternativement en langue française ou allemande.

Dès la fin de la guerre les Alliés occupant l'Allemagne amorcèrent un processus de déconstruction de l'Allemagne nazie, en imposant, en faveur de la démocratie, leurs propres traditions juridiques et administratives dans leurs zones respectives. De la même manière, le système audiovisuel s'est vu réorganisé par les forces alliées qui en redoutaient la puissance. Sur le territoire d'occupation française furent fondés en 1946 *Radio Sarrebrück* et le *Südwestfunk*, afin de délivrer des messages à caractère informatif et diffuser la culture française. Les émissions y étaient en effet diffusées en langue française. Le siège du *Südwestfunk* est établi à Baden-Baden, qui n'est autre que la ville abritant actuellement les locaux du siège allemand ARTE Deutschland. L'histoire de la radiodiffusion allemande est ainsi profondément impactée par le statut particulier que lui a conféré sa structure démantelée.

Ces quelques chroniques peuvent paraître anecdotiques, mais témoignent d'une part de l'essor rapide de l'audiovisuel et de la télévision, d'autre part de l'influence dont ce média dispose sur les populations, et par conséquent de l'intérêt des hommes politiques, qui l'utilisèrent pour leurs propres aspirations, qu'elles soient au service de la paix ou pernicieuses dans le cas de la propagande. Les créateurs de ce qui deviendra ARTE voyaient en la télévision le meilleur moyen de rassembler les populations, aussi diverses soient-elles, autour d'une culture commune.

Sous le gouvernement de François Mitterrand, les crédits alloués à la culture par son ministère se virent doublés. Parallèlement, l'on dénote, dans les années quatre-vingts, un attrait particulier pour le développement de la communication de masse par l'audiovisuel, et

le média télévisuel a émergé au centre de ces discussions politiques. Le président de la République Française s'est montré avant-gardiste et saisit rapidement l'importance de l'image populaire véhiculée par la télévision, média sur lequel il jugea nécessaire de s'appuyer pour répandre des émissions culturelles, éducatives, scientifiques. La France et l'Allemagne se fiaient déjà depuis plusieurs décennies à la diffusion de la culture pour favoriser la formation d'une opinion commune, et la télévision devint l'outil indispensable au rayonnement culturel, ayant pour ambition d'éduquer à la culture, et de toucher une majorité de citoyen via ce média populaire et accessible. Dès 1984 au Parlement Européen, François Mitterrand évoquait officiellement la probable naissance d'une chaîne culturelle européenne.

Ne pas s'unir (sur le plan européen NDLR) serait se condamner à subir les marées d'images et de mots venant de l'extérieur. Les projets ne manquent pas. Tous sont à notre portée. À partir d'un satellite franco-allemand, pourquoi pas une chaîne européenne de télévision offerte à tous les pays membres intéressés ?<sup>332</sup>

Ni la France, ni l'Allemagne ne voulaient se laisser distancer par les Américains, qui étaient alors en position favorable pour dominer le secteur audiovisuel. Côté français, la solution semble résider dans l'ère de l'*exception culturelle*, soit la valorisation de la création, la mise en valeur des spécificités de la culture française et de l'attribution de subventions.

François Mitterrand donnait priorité à la culture, et son ministre Jack Lang, à l'origine créateur du festival de Nancy, s'engageait dans la promotion de la création. Les deux politiciens étaient convaincus de l'importance de la transmission de la culture à l'échelle européenne à travers l'audiovisuel, en pleine expansion. Une nouvelle politique allait ainsi se mettre en place, avec un nouveau regard sur la création. Le ministre de la culture Jack Lang a redonné ses lettres de noblesse à la création, notamment la création cinématographique. Ce contexte particulier a offert à la future chaîne les conditions propices et indispensables à sa création. Le développement d'une politique culturelle renouvelée et l'essor du média télévisuel ont coïncidé et ont fait de la chaîne ARTE ce qu'elle est aujourd'hui, une chaîne culturelle de qualité, à vocation européenne.

L'audiovisuel prit ainsi de plus en plus de place dans les discussions politiques. Le Centre National du Cinéma et de l'Image Animée, au rôle prépondérant pour la chaîne nous le verrons, promeut la création, la production et la diffusion d'œuvres cinématographiques depuis 1946. L'établissement, public et dépendant du ministère de la culture conserve, protège

---

<sup>332</sup> Clément, Jérôme. *Le Choix d'ARTE*, Grasset p.28.

et valorise le patrimoine cinématographique. L'OFAJ, auquel nous avons dédié quelques lignes, joue aussi un rôle non négligeable dans le domaine de l'audiovisuel, sur le plus long terme, avec les programmes d'échanges proposés aux étudiants en journalisme, et aux jeunes journalistes. Un ensemble d'initiatives similaires virent ensuite le jour, avec la Société de Financement de l'Industrie Cinématographique et de l'Audiovisuel en 1985, qui collecte des fonds pour le cinéma et l'audiovisuel. La FEMIS, École Nationale Supérieure des Métiers de l'Image et du Son, est financée en partie par le CNC. Elle forme depuis 1986 aux métiers du cinéma, et défend elle aussi la diffusion culturelle et audiovisuelle. Eurimage, basé à Strasbourg, fonds culturel du Conseil de l'Europe, date de 1989 et soutient la coproduction cinématographique à l'échelle européenne. La culture a dans les années quatre-vingts une portée singulière, symbole fort en Europe sur lequel la France souhaite s'appuyer, afin de dynamiser sa politique de transmission culturelle.

D'autres initiatives de coopérations audiovisuelles franco-allemandes ont été menées, n'oublions pas de citer la Commission Nationale pour la Télévision et la Radio (*Deutsch-französische Hörfunkkommission*), dès 1963, puis le Haut Conseil franco-allemand de la Télévision (*Deutsch-französische Fernsehrat*) en 1967. Le 5 décembre 1974 est signé un accord cinématographique franco-allemand, puis en 1986, le Groupe de Consultation aux Médias franco-allemands (*Deutsch-französische Medienkonsultationsgruppe*) est fondé. Concernant ces groupes de consultations, ces derniers ont permis de gloser sur le concept de chaîne culturelle européenne. Suivit par la suite un accord de coproduction cinématographique. Le nombre de coproduction entre les deux pays reste assez faible, à cause des conditions très strictes de cet accord. Fut ensuite ratifié un nouvel accord en 2001, puis en 2002, pour simplifier et rendre plus souples les précédents articles. Il s'agit concrètement d'une aide financière bilatérale pour les coproductions. Le fonds de soutien est assuré par le CNC (Centre National du Cinéma) français et le FFA (*Filmförderungsanstalt*) allemand. Un groupe d'expert fut constitué en 1988 pour se charger du projet de chaîne culturelle européenne. L'évocation des relations et initiatives culturelles franco-allemandes, ainsi que de quelques-unes des coopérations sur le terrain audiovisuel clarifie le contexte de genèse de la chaîne, et nous renseigne sur sa structure et ses missions.

L'audiovisuel, par son évolution rapide, prit ainsi une importance considérable. La création de ces commissions et fondations sont en partie le résultat de l'effusion de l'audiovisuel. Ces organisations existent toujours, le Haut Conseil Culturel franco-allemand de la Télévision rassemble de nos jours Radio France, l'ARD et *Deutschlandradio*. Cette institution fut créée

dans la continuité des ordonnances du Traité d'amitié franco-allemand, d'après l'article concernant le renforcement de la coopération franco-allemande dans le cadre des radiocommunications.

ARTE, si elle n'est pas l'instrument du projet politique d'intégration européenne, y contribue largement. La chaîne incarne le prolongement de la politique de coopération des deux pays dans la sphère de l'audiovisuel, et pour cause, à l'heure où la coopération franco-allemande atteint son point le plus haut, la télévision devient le moyen d'information et d'accès à la culture le plus répandu.

Les échanges culturels et économiques entre la France et l'Allemagne se sont normalisés malgré de nombreuses réticences – en particulier en matière de coopérations culturelles – les détracteurs de l'*européanisation* craignant un lissage des cultures au péril des identités nationales. Nous pourrions constater que la chaîne culturelle a répondu aux critiques, en affirmant son désir de défendre les identités nationales, en présentant leurs caractéristiques à son public, tout en faisant naître une *conscience européenne*, en éveillant la curiosité, justement par le témoignage de cette diversité culturelle européenne.

La télévision fut considérée comme le moyen le plus efficace de transmission de la culture, qui, comme nous l'avons expliqué, constitue à cette époque charnière l'élément indispensable à la construction européenne, par sa capacité à rapprocher les peuples en les éduquant à la compréhension, à la reconnaissance de l'*Autre*. Mais un tel projet de création de chaîne étant d'ores et déjà délicat à mettre en place sur le plan national, il fut d'autant plus épineux à cette échelle transnationale, tant les deux pays ont des structures et organisations différentes. La proximité géographique n'a effectivement aucune corrélation avec d'éventuelles similitudes dans la législation et la structuration audiovisuelle. France et Allemagne ont, nous le verrons, des systèmes audiovisuels bien distincts, et les Allemands se méfient même de ce qu'ils considèrent comme un monopole de l'État sur la télévision en France, qu'ils associent aux sombres années de propagande.

En 1989, François Mitterrand annonçait clairement ses intentions et la nécessité de mettre en place une véritable politique commune européenne en matière d'audiovisuel.

C'est par l'audiovisuel que l'on peut aujourd'hui aborder le problème d'identité culturelle de l'Europe.<sup>333</sup>

Lothar Späth, Ministre Président du Bade-Wurtemberg, plénipotentiaire pour les affaires culturelles dans le cadre de la coopération franco-allemande en RFA, soutenait le projet de chaîne culturelle européenne dès qu'il prit forme officiellement, lors du 52<sup>e</sup> Sommet franco-allemand. Le *Ministerpräsident* était alors, tout comme François Mitterrand, conscient de l'avantage, de la supériorité des États-Unis et du Japon en matière audiovisuelle. Afin d'éviter la suprématie de ces deux puissances, le politicien allemand reconnaissait et souhaitait développer l'industrie audiovisuelle européenne, unique moyen selon lui d'équilibrer les forces. Ses intentions sont similaires à celles de Mitterrand : une télévision culturelle, éducative, aux programmes de qualité.

Darstellung der kulturellen Leistungen im deutschsprachigen Raum, Ansprechen eines breiten Publikums mit kulturellen Themen, Synergie zwischen subventionierten Kultureinrichtungen und elektronischen Medien, Bewahrung der eigenen Identität angesichts ausländischer Programmimporte, Förderung junger Künstler und Mitfinanzierung künstlerischen Experimente, Schaffung eines deutschsprachigen Programmangebots.<sup>334</sup>

Le pouvoir et l'influence de la télévision, ainsi que l'amélioration des techniques de diffusion ont éveillé la curiosité et l'intérêt des politiciens d'Europe. Si elles ont atteint leur paroxysme au milieu des années quatre-vingts, les origines de ce que nous nommons la *télévision européenne* remontent pourtant à quelques décennies.

#### **b) Aux origines de la télévision européenne.**

Gegründet wurde in einer deutsch-französischen Organisationsstruktur ein Programm, das nach dem generös offenen Wortlaut eines dafür eigens geschaffenen Staatsvertrags zwischen Frankreich und den deutschen Ländern dazu dient, das Verständnis und die Annäherung zwischen den Völkern in Europa zu festigen und den Bürgern Europas ein

---

<sup>333</sup> Discours de M. François Mitterrand, Président de la République, sur la nécessité d'une véritable politique commune européenne en matière d'audiovisuel pour préserver l'identité culturelle de l'Europe face aux États-Unis et au Japon, La Défense, le 30 septembre 1989, disponible en ligne à l'adresse suivante : [discours.vie-publique.fr/notices/897021100.html](http://discours.vie-publique.fr/notices/897021100.html).

<sup>334</sup> « Représenter les prestations culturelles dans les pays germanophones, s'adresser à un large public sur des thématiques culturelles, créer une synergie entre les institutions culturelles subventionnées et les médias électroniques, préserver l'identité individuelle compte tenue des importations de programmes étrangers, promouvoir les jeunes artistes et cofinancer les expériences artistiques, parvenir à la création d'un programme de langue allemande », dans PM Nr. 74/84 Staatsministerium Stuttgart, 20.02.1984, 4 S. cité depuis Gräble, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, Campus 1995, p. 68.



gemeinsames Fernsehprogramm anzubieten, das das kulturelle Erbe und das künstlerische Leben in den Staaten und Regionen Europas und der Welt darstellen soll.<sup>335</sup>

L'on imaginait, dès les années cinquante, une télévision à portée européenne, et si les acteurs de ce grand chantier évaluaient avec discernement les difficultés qui allaient en découler, les initiatives restèrent nombreuses, aussi nombreuses que les problématiques d'harmonisation des techniques et habitudes de consommation. L'espace européen, constitué de plus d'une vingtaine de zones linguistiques, semble en effet bien trop hétérogène pour s'amalgamer, fusionner et édifier un *continuum* audiovisuel. Les équipements et instruments de réception varient de surcroît, rendant délicate la moindre étude de potentiel d'audience à cette échelle. Outre la problématique de la langue, celle des habitudes de vie est à prendre en compte – les fictions, le divertissement ou encore les journaux d'information ne peuvent a priori pas être proposés sur les mêmes créneaux horaires d'un pays à l'autre. Comment proposer un programme en *prime-time* alors que le *prime-time* n'est justement pas défini – ni même définissable – sur le champ européen ? Pour toutes ces raisons, une télévision à caractère européen ne peut être rendue possible que par le biais d'un cadre législatif rigoureusement établi.

La Constitution Européenne s'est progressivement investie et s'est avérée primordiale dans l'édification de structures audiovisuelles européennes. L'Union Européenne de Radio-Télévision (UER), fondée en février 1950, encourage la collaboration et la coproduction entre diffuseurs publics européens, conférant un premier cadre institutionnel à cette télévision européenne en devenir. L'organisation s'est internationalisée très tôt et compte parmi ses membres associés des organismes de radiodiffusion mondiaux, tels que l'Afrique du Sud, le Japon ou le Moyen-Orient, pour ne citer qu'eux. Outil indispensable à une forme de *citoyenneté européenne*, elle a contribué à de nombreuses innovations techniques. De multiples mesures et initiatives encourageant la diffusion européenne ont subséquemment vu le jour, à l'instar de l'ECA (*European Coproduction Association*) en 1985, regroupant sept chaînes européennes pour la réalisation de programmes communs.

---

<sup>335</sup> « Un programme fut édifié à l'intérieur d'une organisation structurelle franco-allemande, qui, suivant la large et généreuse formulation du Traité Étatique spécialement créé et signé par la France et les Länder, permet de renforcer la compréhension et le rapprochement entre les peuples européens, qui offre un programme de télévision commun aux citoyens européens, et doit représenter le patrimoine culturel et la vie artistique des États et régions d'Europe et du monde. » dans Rüggeberg Jörg *ARTE – Das etwas andere Programm auf der europäischen Fernseh Bühne*. In: Bertelsmann Briefe, Heft 139, Frühling/Sommer 1998 cité depuis Rothenberger, Liane. *Von elitär zu populär?* p.134.

Face à la recrudescence de l'importation audiovisuelle américaine, et dans le but de promouvoir et soutenir la création et la diffusion européenne, est mis en place le programme MEDIA 92 (Mesures pour Encourager le Développement des Industries Audiovisuelles). L'année suivante, afin de faciliter l'exportation de films hors de leurs frontières, l'organisme BABEL (*Broadcasting Accross the Barriers of European Languages*<sup>336</sup>) est fondé, proposant un financement aux doublages et sous-titrages, levant une parcelle de la problématique de la traduction. Ses actions sont plutôt assignées aux œuvres culturelles et aux documentaires. Ces quelques exemples traduisent la ferme volonté d'édification d'une entreprise audiovisuelle européenne. Une ferme volonté de renforcement des liens entre citoyens européens grâce aux échanges de biens culturels, via une plateforme audiovisuelle, énoncée par la Commission des Communautés Européennes à la fin des années quatre-vingts.

[...] en permettant aux ressortissants d'un État membre qui le souhaitent de recevoir telles quelles, directement ou par câble, des émissions émanant d'autres pays, il est possible de réaliser une interpénétration culturelle qui contribuera de façon substantielle à l'épanouissement futur de la Communauté Européenne en une authentique communauté. Chaque citoyen aura aisément accès aux idées, informations, opinions, manifestations artistiques et distractions que propose la télévision d'autres pays.<sup>337</sup>

L'Observatoire Européen de l'Audiovisuel institué en 1992 révèle une volonté d'homogénéisation du marché audiovisuel européen. Le Traité de Maastricht conféra à l'Union Européenne les compétences en matière d'audiovisuel en cette même année 1992. Le soutien et les aides au développement ne cessèrent de croître avec les programmes MEDIA II, effectif de 1996 à 2000, MEDIA Plus (2001-2006) MEDIA (2007 à 2013) puis *Europe Creative MEDIA*.<sup>338</sup> Le programme de soutien financier dans les secteurs du développement, de la promotion et distribution audiovisuelle est toujours d'usage, participe grandement aux progrès technologiques, et permet aux œuvres audiovisuelles européennes de rayonner hors de leurs frontières propres.

---

<sup>336</sup> « La télédiffusion au-delà des barrières des langues européennes. »

<sup>337</sup> Commission des Communautés européennes, *La politique audiovisuelle de la Communauté. Communication de la Commission transmise au Conseil le 30 avril 1986*, Bruxelles, page 7.

<sup>338</sup> Le nouveau programme Europe Créative couvre 6 ans (2014-2020), pour une aide financière allouée à la culture et aux médias, prenant en compte les nouveaux vecteurs économiques et technologiques en particulier avec le numérique. Le programme a pour mission de « renforcer la diversité culturelle et artistique européenne et la compétitivité des secteurs concernés » disponible à l'adresse suivante : <http://www.europecreativefrance.eu>.

Cette politique accrue en faveur de la distribution d'œuvres européennes, en progression depuis le début des années 1990, a offert aux secteurs de la formation aux métiers de l'audiovisuel de nouvelles perspectives. Un regard sur le préambule de la Convention Européenne sur la Télévision Transfrontalière nous permet d'établir une vue d'ensemble sur la télévision européenne. En effet, le Conseil de l'Europe, souhaitant « réaliser une union plus étroite entre ses membres afin de sauvegarder et de promouvoir les idéaux et les principes qui sont leur patrimoine commun »<sup>339</sup>, considère l'audiovisuel et la radiodiffusion comme moyen le plus efficace à ces fins, tout en cherchant à promouvoir une culture européenne. Les États membres du Conseil de l'Europe se montrent « désireux d'offrir au public un plus grand choix de services de programmes permettant de valoriser le patrimoine et de développer la création audiovisuelle de l'Europe, et décidés à atteindre cet objectif culturel grâce à des efforts pour accroître la production et la circulation de programmes de haute qualité [...] »<sup>340</sup> Cette Convention signée en 1989 eut pour conséquence directe un assouplissement juridique qui a facilité les diffusions transfrontalières, et les États membres s'engageaient à proposer une majorité d'œuvres européennes dans leurs transmissions.

La télévision s'est affirmée comme étant « un outil puissant » offrant aux européens la possibilité d'« approfondir leurs affinités, d'explorer leur patrimoine culturel commun, de vivre ensemble les mêmes sujets d'actualité, de s'imprégner de leurs intérêts convergents. »<sup>341</sup>

À propos de la constitution d'un environnement législatif favorable à la télévision européenne, la directive Télévision Sans Frontière (TSF) fait figure d'acte majeur. Rédigée dès 1989<sup>342</sup>, la directive avait pour ambition de suivre deux préceptes : la libre circulation de programmes télévisés européens, et l'obligation pour les chaînes de télévision concernées d'accorder la moitié de leur temps d'antenne à des œuvres européennes. D'intérêt public, TSF a aussi pour objectif de soutenir la diversité linguistique et culturelle, et propose des décrets concernant la protection des mineurs face aux contenus diffusés.

La directive vise à assurer la libre circulation des services de radiodiffusion au sein du marché intérieur tout en préservant certains objectifs importants d'intérêt public tels que

---

<sup>339</sup> Préambule de la Convention Européenne sur la Télévision Transfrontalière, disponible sur le site du Conseil de l'Europe à l'adresse suivante :

<https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/090000168007b0e6>.

<sup>340</sup> Ibid.

<sup>341</sup> Mousseau, Jacques. La politique audiovisuelle de la communauté européenne. In: *Communication et langages*, n°81, 3ème trimestre 1989. pp. 73-90. [www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_1989\\_num\\_81\\_1\\_1119](http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1989_num_81_1_1119)

<sup>342</sup> Directive 89/552/CEE entrée en vigueur le 03 octobre 1991.

la diversité culturelle, le droit de réponse, la protection des consommateurs et la protection des mineurs. Elle a également pour objectif de promouvoir la distribution et la production des programmes audiovisuels européens en leur assurant, notamment, une place majoritaire dans la grille des programmes des chaînes de télévision.<sup>343</sup>

La directive TSF vise à l'harmonisation de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres de l'Union, relatives à l'exercice de la radiodiffusion. Ses instigateurs espèrent ainsi renforcer le marché européen en matière de télévision, et réduire la prééminence américaine. Le débat à ce sujet fut lancé par les Français, soucieux de promouvoir leurs œuvres cinématographiques à l'échelle du vieux continent, et dans le but de relancer une économie de production européenne.<sup>344</sup> Si la directive fut maintes fois révisée, elle démontre cette nécessité de produire et diffuser des contenus à l'échelle européenne, de créer un marché de création commun, interne à l'Europe, ce qui rejoint directement les missions d'ARTE.

La télévision participe à l'accès pour son audience à de multiples ressources, de multiples connaissances. Elle œuvre pleinement à la constitution de *l'identité culturelle* de chacun. Utilisée à mauvais escient, elle peut être génératrice de conflits, être détournée au profit de la propagande. C'est pourquoi la télévision européenne fut soumise à une stricte réglementation, et régie par diverses directives, comme l'illustre Télévision Sans Frontières, qui œuvre à la liberté d'expression et de ses contenus, mais qui fixe une réglementation sur la sauvegarde de la diversité culturelle et linguistique, la protection des mineurs et des droits d'auteurs, avec un accent tout particulier dédié aux œuvres européennes. Conscients que la télévision a un réel pouvoir unificateur, qu'elle éveille chez ses utilisateurs un intérêt pour l'*Autre*, qu'elle semble capable de transformer les habitudes et d'accroître la curiosité, les acteurs de la construction européenne se sont efforcés de contourner l'ensemble des obstacles inhérents à l'audiovisuel : la réglementation, les langues, les différences de structure administratives, les habitudes de consommation et les coûts. La télévision devint l'organe crucial de diffusion de l'information, de la culture et du divertissement, et son accès se vit largement démocratisé. En 1999, la télévision est présente dans 98% des ménages européens, ce qui justifie son rôle majeur de

---

<sup>343</sup> Activités de radiodiffusion télévisuelle: directive «Télévision sans Frontières» (TSF) disponible à l'adresse suivante : [eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=LEGISSUM%3A124101](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=LEGISSUM%3A124101).

<sup>344</sup> « La directive (TSF) invite en effet les États membres de l'Union européenne à diffuser sur les télévisions des œuvres européennes dans "une proportion majoritaire". Au moins 10% de leur temps d'antenne ou de leur budget de programmation doit être par ailleurs consacré à des œuvres européennes créées par des producteurs indépendants » disponible à l'adresse suivante : <http://www.vie-publique.fr/actualite/alaune/television-quelle-diffusion-oeuvres-europeennes.html>.

transmission à large portée. Exploité de façon néfaste sous le régime de propagande imposé par l'Allemagne de 1933, l'audiovisuel évolua en un outil fédérateur, au service de la paix, créant du lien. La télévision acquerra de nouvelles valeurs, positives et sociales, et s'est développée en un média au service de l'Europe, pour les raisons que nous avons évoquées, mais aussi pour des raisons purement économiques. Alors que l'offre américaine l'emporte sur le marché audiovisuel européen, les membres de l'Union souhaitent unifier leurs forces pour être en mesure de proposer une nouvelle concurrence, que la télévision interculturelle est en mesure d'offrir. Au sein de ces rapports de force, la culture n'est donc pas en reste. La télévision européenne se devait d'être un des organes de la préservation et de la démonstration d'une forme de *diversité culturelle* sur ce territoire multiculturel.

Préserver la diversité culturelle de l'Europe équivaut entre autres à promouvoir la production et la diffusion de contenu audiovisuel de qualité reflétant les différentes identités culturelles et linguistiques européennes.<sup>345</sup>

Peu à peu s'est développée l'idée de présenter et faire connaître la pluralité des contenus européens dans les domaines de l'information et de la culture. Compte tenu des diversités linguistique et culturelle que cela implique, un premier obstacle s'est constitué.

[...] les téléspectateurs européens montrent une claire préférence, lorsqu'ils en ont la possibilité, pour un contenu audiovisuel diffusé dans leur langue, qui reflète leur propre culture et leurs propres préoccupations.<sup>346</sup>

Le défi résidait en la capacité par les programmeurs d'associer deux paramètres a priori contradictoires, celui d'informer le spectateur sur la question européenne, puis de le captiver et l'impliquer en assurant des programmes à teneur nationale. On constate en outre un faible taux d'intérêt pour la question européenne dans la programmation. L'Europe en tant qu'institution est un sujet peu « vendeur », peu médiatique. L'on a d'ordinaire souvent évité d'apposer l'adjectif *européen* aux émissions proposées, qu'elles soient diffusées par le service public comme par le service privé. Les sujets d'actualité européenne importent moins les publics, la captation de conférences ou assemblées européennes n'attire pas les foules non plus. Les premières télévisions européennes proposées par l'UER se soldaient par des échecs financiers, à l'image d'*Eurikon* (1982) et *Europa TV* (1984). Seule *Euronews* faisait

---

<sup>345</sup> Communiqué de la commission au conseil, au parlement européen, au comité économique et social et au comité des régions, sur les principes et lignes directrices de la politique audiovisuelle de la communauté à l'ère numérique. (COM 1999, 657 final, Bruxelles).

<sup>346</sup> Ibid.

exception, écartant quelques problématiques en se cantonnant à l'information. Elle écartait des dangers auxquels ARTE s'est vu confrontée. La chaîne culturelle se présentant comme généraliste, il lui fut en effet plus périlleux de s'imposer dans le paysage européen. Comment la télévision peut-elle être au service de l'Europe si elle ne génère pas d'intérêt du côté de son public ? ARTE se risquera à la résolution de cette problématique.

Faire une émission sur l'Europe, c'est difficile car on ne rencontre pas forcément le public, du moins en France. [...] On ne peut pas dire qu'aujourd'hui faire des programmes sur l'Europe ou qui ont trait à l'Europe soit une chose facile [...]. Faire une émission ayant trait à l'Europe sur Arte cela fait partie du cahier des charges général d'une chaîne européenne et particulièrement d'une chaîne franco-allemande [...], mais ça n'est pas une chose facile parce que, clairement, on ne va pas dans le sens du poil du spectateur qui aurait plutôt tendance, si on le laissait faire à se retrouver dans une rétention nationale tempérée telle qu'il la connaît sur les autres antennes.<sup>347</sup>

Les fondateurs d'ARTE gageaient tout de même sur la télévision européenne, et la mise en place d'une politique commune en matière d'audiovisuel fut considérée comme condition *sine qua non* pour la préservation des identités culturelles. Les dirigeants français et allemands notamment, ayant en ligne de mire la mise en place d'une *compréhension mutuelle* entre les pays européens, œuvraient à constituer une forme de *dialogue européen*. Une chaîne européenne et culturelle devait alors être en mesure de répondre à cette mission si spécifique. Seule une chaîne européenne et culturelle offrait des possibilités de dépassement des frontières culturelles, comme l'exposait le journaliste allemand Klaus Wenger, en 1992.

Der Europäische Kulturkanal [...] soll geopolitische Grenzen überschreiten, um die mentalen Zollschränken in den Köpfen der Menschen zu überwinden. Er will die seit Jahrzehnten vorherrschenden nationalkulturell geprägten audiovisuellen Ausdrucksformen und Wahrnehmungsmuster aufbrechen, um so die Dialogfähigkeit der Kulturen im Medium Fernsehen zu fördern.<sup>348</sup>

---

<sup>347</sup> *Une émission pour l'Europe, un pari osé ?* vidéo de présentation de l'émission Zoom Europa disponible sur [www.arte.tv/fr](http://www.arte.tv/fr) cité depuis Joannin Pascale (dir) *Les Français et la Télévision face à l'Europe : le grand malentendu ?* 2009. Disponible sur le site de la Fondation Robert Schuman à l'adresse suivante <https://www.robert-schuman.eu/fr/questions-d-europe/0128-les-francais-et-la-television-face-a-l-europe-le-grand-malentendu>.

<sup>348</sup> « Le Canal Culturel Européen doit dépasser les frontières géopolitiques afin de se libérer des barrières mentales ancrées dans l'esprit des peuples. Elle veut briser les expressions et perceptions audiovisuelles imprégnées depuis des décennies des cultures nationales dominantes, dans le but de promouvoir le dialogue interculturel, et ce par le biais de la télévision. », dans Wenger, Klaus. *Grenzüberschreitungen. Dokumentarfilm im Europäischen Kulturkanal*. SWF-Journal. 1992, p.11.

La politique commune européenne dans le secteur de l'audiovisuel est bien garante de la préservation des identités culturelles européennes. La mission du canal culturel européen, qui deviendra ARTE, ne devait être et n'est pas de mettre en avant une seule culture nationale, ni une seule identité, encore moins de s'inspirer des cultures nationales de chaque État pour n'en proposer qu'une seule, lissée et donc peu représentative de la diversité culturelle européenne. ARTE cherche à traiter des problématiques européennes, des thèmes communs à l'ensemble des États, en faire apparaître les spécificités, favoriser la compréhension internationale européenne, et faire naître, ou plutôt faire remonter à la surface, une culture commune bien existante, mais non manifeste. C'est en montrant les diversités culturelles qu'ARTE souhaite créer l'unité. L'ensemble des institutions et initiatives culturelles franco-allemandes que nous avons citées précédemment allaient en ce sens et partageaient ce même dessein. ARTE fait valoir une forme de culture européenne portée par l'ensemble des cultures spécifiques à chacun des États membres. ARTE fut érigée afin de générer un espace de communication à l'échelle européenne. Sa genèse est la résultante d'un long procédé, de la conjonction de multiples circonstances que sont la construction européenne – impliquant le rapprochement des peuples, la découverte et la compréhension de l'*Autre* – le développement des moyens de communication modernes, et l'avènement de la télévision à ces fins. L'instauration d'une télévision (inter-)culturelle devait ainsi participer à la constitution d'une *identité européenne*.

**c) Identité européenne et imaginaire : l' « interculturalisme »<sup>349</sup> des médias.**

Ces quelques chroniques au sujet de la radiodiffusion le montrent, la télévision est un formidable outil de connexion sociale, et se présente comme un instrument de diffusion à grande échelle, dès les années trente. Si son potentiel économique se manifeste clairement, ses fonctions sociales et culturelles sont tout aussi palpables, nous l'avons déjà évoqué. Le prérequis de la construction d'une Europe unie semble être celui de la conception d'une culture commune, fondée sur un *imaginaire commun*. La télévision se présente comme outil adéquat à ces fins. La télévision est certes un outil de communication, mais finalement bien plus que cela ; elle dispose d'un réel pouvoir unificateur, et joue un rôle fondamental dans la construction identitaire, une construction à l'échelle individuelle comme une construction sociale, plus large.

---

<sup>349</sup> Terme emprunté à Mariet F. *Le difficile interculturalisme des médias*, 1999, pp. 193-207 dans Abdallah-Pretceille M., Porcher L. (dirs, *Diagonales de la communication interculturelle*, Paris, Ed. Anthropos. ), 1999.

Le terme d'*imaginaire* est à concevoir ici comme l'ensemble des représentations collectives et individuelles de la réalité. Ces représentations collectives sont constituées des images communes, partagées par un ensemble d'individus. On peut l'associer à la notion de « doxa », qui désigne « l'ensemble des opinions communes aux membres d'une société à un moment donné »<sup>350</sup>, c'est-à-dire les opinions, les images, les croyances partagées. Selon cette acceptation, la télévision serait capable de toucher à l'universel.

La télévision permettrait alors de constituer un *imaginaire commun*, de partager des expériences communes, et ce grâce à son caractère de simultanéité et d'ubiquité. L'on peut effectivement parler d'imaginaire commun puisque les images que le média donne à voir sont communes, et couvrent tous les formats ; du divertissement à l'information, en passant par le documentaire ou la fiction. Le jeu et la publicité constituent eux aussi les fondements d'un imaginaire commun, puisqu'ils permettent de constituer des références communes aux publics qui partagent ces images. Le pouvoir de pénétration de la télévision dans l'imaginaire est sans limite. Consciemment ou inconsciemment, le téléspectateur est influencé par les contenus que le média lui propose. Sa force d'imprégnation est d'autant plus forte que l'outil est généralement installé dans la sphère privée, le salon familial, les chambres à coucher...le numérique joue par ailleurs ce même rôle, mais tend tout de même, nous le verrons, à plus d'individualisme dans sa consommation, là où la télévision conserve de tradition un caractère collectif, une notion de partage plus exacerbée.

Grâce à la télévision, des millions de Français, des millions d'Allemands partagent ainsi des images communes, des références communes, et de fait, un *imaginaire commun*. Cet imaginaire s'est forgé naturellement à l'échelle nationale – parfois plutôt régionale en Allemagne, fédéralisme oblige – et les instigateurs du projet ARTE ont souhaité constituer un imaginaire à l'échelle franco-allemande, puis européenne, en proposant sur leur chaîne un contenu similaire dans les deux pays directement impliqués. Un « partage d'images » qui renforce un sentiment d'appartenance à une communauté, et la force de l'outil télévisuel réside résolument en cela. La télévision, alors qu'elle n'offre a priori aucune réciprocité dans le *discours* qu'elle diffuse, serait en mesure de favoriser le *dialogue* entre les peuples. Une contradiction permanente qui n'a pas empêché les créateurs d'ARTE de se lancer dans le projet de télévision commune.

---

<sup>350</sup> Définition prélevée dans le Larousse édition 2015.



Au-delà d'informer, d'éduquer, de distraire, la télévision participe donc à la constitution d'un imaginaire commun par le biais du partage de *codes*. Une *influence culturelle* qui a valu à la télévision moult critique. Si la critique semble justifiée, ce même pouvoir rend logique le choix de ce support pour promouvoir l'Europe. La télévision touche de surcroît l'ensemble des couches sociales, et tous les âges.

La télévision est en mesure de refléter le réel comme de construire un nouvel environnement, notamment dans la fiction. Elle reconstruit les faits, elle informe. La télévision recompose l'imaginaire pour être conforme aux attentes de la majorité. La télévision réduit les distances sociales, crée une proximité (certes artificielle) avec les animateurs et journalistes, elle constitue un espace social qui lui est propre. La télévision efface les distances, est elle-même une instance de médiation en soi, donc efface toute forme de médiation, peut envoyer des images de manière très directe, sans filtre – dans la mesure du raisonnable bien entendu, plusieurs instances de régulation veillant au grain pour éviter tout contenu inappropriés au grand public. Elle offre une certaine perception du monde, mais est surtout nationale, donc offre une perception ancrée dans son territoire d'attache, sauf dans le cas de l'information ou d'évènements internationaux. ARTE a pourtant fait le pari de faire office de référence européenne, d'être le miroir de l'imaginaire européen. Nous avons évoqué dans notre partie théorique le devoir de mémoire d'ARTE. Ce travail de mémoire est assimilable au propos sur l'imaginaire collectif que nous développons désormais. La mémoire est l'une des pierres angulaires de l'imaginaire.

Dans la continuité et le contexte de rapprochement et de consolidation relationnelle entre la France et l'Allemagne, la perspective de construction européenne se dessine et se renforce. Grâce à la télévision européenne et culturelle, elle devient possible, se concrétise. Si l'outil facilite la constitution d'un imaginaire commun, le contenu culturel aussi. Le projet de construction européenne s'affirmera donc par sa *participation culturelle*, et ARTE a été mise au point afin de faire émerger une *conscience européenne*. Il existe à cette échelle un patrimoine commun qu'ARTE souhaite pouvoir mettre en valeur. La chaîne fut élaborée pour défendre et renforcer une identité européenne en construction. Pour Philip Schlesinger, spécialiste des politiques culturelles et de la « sociologie du journalisme »<sup>351</sup> le constat est plus pessimiste. La participation de la télédiffusion à une forme de construction citoyenne européenne serait loin d'être convaincante, puisque « l'UE ne possède pas de culture ni

---

<sup>351</sup> Schlesinger, Philip. « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme », *Réseaux*, 1992/1 (n° 51), p. 75-98.

d'identité transcendante et commune analogues aux cultures et aux identités nationales des États qui la composent »<sup>352</sup>. Les fondateurs de la chaîne semblaient cependant conscients de cette difficulté majeure et cherchaient à solutionner cette problématique via la création d'un programme pouvant intéresser l'ensemble des citoyens européens, quelle que soit leur nationalité, et donc leurs cultures. Les propos de Victor Rocaries<sup>353</sup> prononcés en 1995 montrent bien le discernement des fondateurs de la chaîne quant aux obstacles à surmonter.

Je ne pense pas qu'aujourd'hui on puisse dire que 'l'identité européenne' existe réellement. Je crois qu'il faut qu'on la crée. Justement, on arrivera à la créer en faisant en sorte de se faire connaître les uns les autres. C'est de faire en sorte que les gens qui sont voisins ne soient plus des étrangers les uns pour les autres et qu'on sache quel est l'imaginaire d'un téléspectateur allemand et d'un téléspectateur français [...] je crois que la télévision est en cela un outil irremplaçable. <sup>354</sup>

C'est donc bien dans l'*imaginaire* que semble résider la solution. Le téléspectateur, en prenant connaissance de l'*imaginaire de l'Autre* à travers un programme de télévision commun, pourra entrevoir une culture a priori étrangère, et la comprendre, cela faisant évidemment écho aux missions premières d'ARTE – incontestables et cohérentes dans ce contexte de construction européenne, et pourtant si délicates à instaurer. Dans cette Europe en pleine mutation, comme affirmer l'existence d'une identité culturelle européenne ? Dans la déclaration commune du traité fondateur de la chaîne, les intentions paraissent accessibles :

[...] consolider la compréhension et le rapprochement entre les peuples en Europe, [...] offrir aux citoyens de l'Europe une chaîne de télévision commune qui soit un instrument de présentation du patrimoine culturel et de la vie artistique des États, des régions et des peuples de l'Europe et du monde, dans le but de garantir la diffusion d'un tel programme de télévision européen, conformément aux principes de la libre circulation des informations et des idées ainsi que de l'indépendance des organismes radiodiffuseurs [...] <sup>355</sup>

La chaîne doit contribuer à la construction européenne, doit rapprocher les peuples, mais sur quelle base ? Alors que la notion de *citoyen européen* reste encore abstraite, et que le mot

---

<sup>352</sup> Schlesinger Philip, « From cultural defence to political culture : media, politics and collective identity in the European Union », art. cit., p. 369-391, cité depuis *En Quête d'Europe, Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Dominique Marchetti (dir.), Presses Universitaires de Rennes, 2004.

<sup>353</sup> Secrétaire général d'Arte de 1987 à 1992 puis Directeur Général. Il occupe la Direction des programmes de 1993 à 2005.

<sup>354</sup> Rocaries, Victor. interview du 23 mars 1995 Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. München, 1997.

<sup>355</sup> Traité sur la Chaîne Culturelle Européenne, 2 octobre 1990.

*Europe* est mal perçue dans les titres de programmes et thématiques télévisuelles, comment ARTE peut-elle remplir ces fonctions ? Il est malaisé de définir les lignes d'une identité commune, de surcroît dans le domaine culturel. La notion de *culture commune européenne* n'est-elle pas utopique, et finalement inexistante ? C'est seulement en parvenant à tracer les traits d'un *imaginaire commun* qu'ARTE parviendra à ces fins. Outre la structure même de la chaîne, qui parvient à s'europaniser en multipliant ses accords de coopération, en harmonisant ses choix esthétiques et éditoriaux, ou encore son financement, c'est bien la question des *contenus européens* qui reste au cœur des stratégies de diffusion. Le *rapprochement des peuples* ne sera effectif qu'en proposant des thématiques larges, concernant une majorité de peuples européens. La réponse à des questions économiques, politiques, scientifiques ou encore écologiques doit toucher un auditoire européen. Nous verrons à travers l'analyse de quelques émissions comme *Le Dessous des Cartes* ou encore *Metropolis* et le *28 Minutes* cette tendance au « *sujets européens* » exposés par la chaîne. Si les *contenus européens* touchent à l'*imaginaire commun*, les programmes de la chaîne auront cette portée universelle, et favoriseront le rapprochement des peuples européens. Il semblerait que l'émission *Karambolage* y soit parvenue, en s'appuyant notamment sur le format spécifique de l'animation.

Michel Guy<sup>356</sup> soulignait lui aussi le rôle et l'influence du média télévisuel dans la reconnaissance d'une *identité culturelle commune*, établissant un lien indéfectible entre politiques culturelles, identité culturelle et audiovisuel. Toute société moderne se doit de disposer de ces nouveaux moyens au profit de la culture.

Toute politique culturelle, française ou internationale, passe de nos jours par une action volontariste en faveur de la création audiovisuelle [...] Aujourd'hui, l'audiovisuel constitue le fond même de toute politique culturelle européenne. C'est un truisme de le dire. Il est incroyable que l'on n'y ait pas songé plus tôt, et que l'on manque aujourd'hui de programmes conçus pour le continent tout entier.<sup>357</sup>

En considérant les médias de masse comme promoteurs d'un imaginaire commun, il est tout à fait légitime de considérer la télévision comme accessoire indispensable à la création d'un *espace culturel européen*, et ainsi, d'une *identité européenne*. Les sociétés modernes sont dominées par les médias de masse, et ces derniers participent clairement à l'édification d'un

---

<sup>356</sup> Michel, Guy. Secrétaire d'État à la Culture de juin 1974 à août 1976 ancien vice-président de La Sept (1987).

<sup>357</sup> Gay, Pierre-Angel. « *Un entretien avec M. Michel Guy, vice-président de La Sept 'Une télévision pour les forces vives de notre société'* » Le Monde 17 avril 1987.

*patrimoine culturel commun*, d'une *conscience commune*, et un programme, même divertissant, peut y participer. Malgré sa dérive commerciale, la télévision conserve son pouvoir unificateur. Un rôle identitaire fort qui servira ARTE, la chaîne franco-allemande souhaitant créer un lien transnational fort entre la France et l'Allemagne.

La naissance de la chaîne se légitime donc par son inscription dans la construction européenne, dans un environnement télévisuel régenté par le divertissement et influencé par les contenus américains et japonais. ARTE propose un discours de réconciliation européenne avec la constitution d'une équipe de travail journalistique et administrative franco-allemande ayant pour mission de diffuser une information européenne ainsi qu'un patrimoine culturel commun. Pour ses fondateurs, seul ce socle franco-allemand constitue une armature suffisamment solide pour porter le poids de la culture européenne. La culture européenne – et ses traditions communes – est le matériau indispensable à la constitution d'un *imaginaire commun*, et donc à la *construction européenne*, mais s'est vue gâchée par les ambitions nationales, ternie par les guerres. Seule une télévision culturelle européenne peut déterrer cet héritage commun, le rendre visible, le diffuser largement. La politique audiovisuelle européenne est l'une des origines de la création d'ARTE. Le rôle de la culture y prend tout son sens, avec l'émergence de cette notion fondamentale à notre étude ; celle d'une *identité culturelle européenne*. Dans un contexte de lente construction européenne, la télévision fit sens. L'Europe unie n'allait se réaliser qu'à travers l'édification d'une identité commune, complémentaire aux identités nationales, que seul un média *interpénétratif* comme la télévision pouvait mettre sur pied. La télévision s'est profilée comme solution la plus percutante. Si ARTE fut décrite comme étant « la fille » de Kohl et Mitterrand, ses origines sont plus complexes et répondent à une certaine logique économique et politique, associée à un tournant dans les entreprises audiovisuelles. Les gouvernements français et allemands ont de toute évidence accéléré le développement de ce projet de télévision culturelle européenne, en amplifiant leurs coopérations dans ce domaine.

Maintenant l'environnement franco-allemand a changé. La création d'ARTE ne serait plus possible. Mais personne, des deux côtés du Rhin, ne remet son existence en cause.<sup>358</sup>

---

<sup>358</sup> Clément, Jérôme. 2007, cité depuis Rothenberger, Liane. *Von Elitär zu populär* p.369.

### 3) Les origines franco-française d'ARTE : La Sept, chaîne culturelle à vocation européenne.

La guerre a laissé à nos peuples ruines, peines et deuils. La France et la République d'Allemagne ont tiré la leçon de l'Histoire. L'Europe est notre foyer de civilisation commun et nous sommes les héritiers d'une grande civilisation européenne. C'est pourquoi, Français et Allemands, nous avons choisi il y a près de 40 ans de renoncer aux combats fratricides et de nous atteler à la construction en commun de l'avenir. Nous nous sommes réconciliés. Nous nous sommes entendus. Nous sommes devenus des amis (F. Mitterrand, Helmut Kohl, 22.9.1984).<sup>359</sup>

La naissance de ce que sera l'*amitié franco-allemande* fut initiée par un rapprochement économique et politique, renforcée par une conviction, celle de l'amplification des échanges culturels via un dispositif technologique de large diffusion. ARTE en est l'aboutissement et englobe de ce fait quatre pôles : culture, politique, économie et technologie. France et Allemagne instituèrent dès les années quarante une forme de *politique interculturelle* perceptible dans leurs discours et sommets, une politique interculturelle menée de manière paritaire par les deux États, rendue possible par les ambitions communes de chacun des représentants des deux gouvernements, à l'image du couple Kohl / Mitterrand. Somme toute, France et Allemagne cherchaient à rayonner sur l'Europe en développant des stratégies d'accès à leurs biens culturels et en facilitant l'apprentissage de leurs langues respectives. La chaîne culturelle européenne devait alors, dans cette tradition de rapprochement franco-allemand, être le symbole d'une nouvelle entente. La chaîne culturelle peut être considérée comme véritable accessoire de la (re)construction européenne, et ce tant sur le plan relationnel que technologique, financier et juridique. Et pourtant, malgré ce climat en faveur d'une coopération étroite entre les deux pays, la France a institué seule une chaîne de télévision européenne, ou plutôt une société d'édition, cette dernière ne diffusant à l'origine aucun contenu. La Sept, Société d'Édition de Programmes de Télévision, créée en 1986, à caractère culturel et européen, mais pourtant bien française, allait devoir devenir transnationale pour légitimer sa création.

---

<sup>359</sup> Delori, Matthias. *La symbolique franco-allemande en panne d'idées? : Pour un retour critique sur le grand récit de la réconciliation*. Introduction. Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique, Association Paul Langevin, 2007, 100, pp.11-21.

Nous avons précédemment souhaité montrer pourquoi les politiques se sont tournés vers ce média de masse qu'est la télévision, en quoi cette dernière est pertinente pour faire naître et faire rayonner un sentiment d'appartenance aux citoyens européens. Nous allons désormais nous pencher plus en détail sur la genèse même de la chaîne, et avons ainsi fait le choix d'amorcer cette analyse historique par l'évocation de la naissance de La Sept, chaîne culturelle franco-française qui témoigne d'une part du lien étroit entre politique culturelle et télévision – et qui sera source de critiques et de controverses tant du côté allemand que français – d'autre part de l'engagement de nombreuses personnalités françaises à la sauvegarde du patrimoine culturel par le biais de l'audiovisuel, comprenant cinéma et télévision. Le pôle français d'ARTE n'est autre que l'évolution directe de La Sept, société de production remarquable par sa nature unique, qui ne diffusait pas mais s'intégra peu à peu dans le paysage audiovisuel français malgré une activité à caractère très expérimental.

#### **a) La Sept, une volonté politique française ?**

Die französischen Intellektuellen, die die Gründung von La Sept entscheidend mitgetragen haben und im Programmbeirat die Redaktionen beraten sollten, standen für eine Versöhnung zwischen Kultur und Fernsehen. Sie sollten Garanten des Kulturbegriffs von La Sept sein und Qualitätsproduktionen inhaltlich initiieren und mitbetreuen.<sup>360</sup>

La Sept est bien la résultante d'une action communautariste d'intellectuels en faveur de la création et de la promotion du patrimoine culturel français uniquement dans un premier temps, qui s'élargira ensuite à la question européenne. Dans un paysage audiovisuel français fortement influencé par les pouvoirs publics, La Sept émergea en réaction à de multiples événements, notamment politiques, que nous allons décrire. L'identité plurielle de la chaîne est un écho à l'ensemble des péripéties ayant mené à son édification. Avant de nous intéresser pleinement à ARTE, nous proposons donc d'approfondir les conditions de création de La Sept, qui n'est autre que sa source originelle. Nous attachons une attention toute particulière à la dimension politique à laquelle la chaîne est – malgré elle – très attachée. Il nous a été très utile de nous adonner à une étude de l'évolution des paysages audiovisuels français et allemands, afin de comprendre dans quel panorama La Sept a ensuite pu s'intégrer. Nous incorporons l'étude des politiques culturelles menées par la France et l'Allemagne à l'histoire

---

<sup>360</sup> « Les intellectuels français qui ont joué un rôle majeur dans la création de La Sept et qui devaient conseiller les rédacteurs au Comité de Programmes soutenaient la réconciliation entre culture et télévision. Ils devaient être les garants de la mission culturelle de La Sept, initier et coordonner le contenu des productions de qualité », Gräßle, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, Campus 1995, p.90.

de la création de La Sept, puisque son évolution vers une chaîne franco-allemande n'est autre que la résultante d'un resserrement des liens entre les deux nations dans ce domaine si particulier qu'est la culture.

Il n'y a pas un pays en Europe où les médias audiovisuels aient été et demeurent un enjeu politique, voire partisan, au même degré qu'en France<sup>361</sup>

La Sept fut créée dans la prolongation des théories liées aux politiques culturelles menées par la France, qui ont pris nous l'avons vu une dimension européenne dans les années quatre-vingts. Télévision et politique sont étroitement liées et il est difficile, voire même impensable, d'écarter cette théorie concernant la genèse de La Sept. Plusieurs vecteurs sont à l'origine de sa création : La construction européenne comme nous avons pu l'évoquer précédemment, mais aussi la nouvelle considération des politiciens à l'égard de la culture, avec notamment Mitterrand et Lang. Le troisième vecteur, et non des moindres, est celui des nouvelles technologies de diffusion. Dans le cadre des coopérations franco-allemandes, les responsables des gouvernements souhaitaient mettre communément en place un satellite, pour des raisons économiques évidentes, mais aussi pour renforcer l'axe franco-allemand. Un rapide historique des relations et du rapprochement franco-allemand depuis 1945 montre que ces relations bienveillantes sont observables sur l'axe culturel – nous en avons décrit quelques-unes – mais aussi dans le développement technique des moyens de communication. Le canal européen, sous régie franco-allemande, devait en outre participer à l'extension d'une amitié en cours de construction. La chaîne culturelle européenne est le projet commun le plus important financièrement et s'élevait à 120 millions d'ECU. Les années quatre-vingts constituent le point haut des relations franco-allemandes et témoignent de la franche volonté de la France de jouer un rôle international dans sa politique culturelle et audiovisuelle. L'ensemble de ces éléments est à l'origine du partenariat étroit qui mènera à la constitution d'ARTE. Les initiatives de coopérations culturelles franco-allemandes nous rappellent à quel point les deux États se sont engagés ensemble dans un processus de réconciliation et d'entente, et ce dès l'immédiat après-guerre. S'est dessinée au fil des ans une nouvelle forme de politique culturelle, manifestement franco-allemande, justifiée par la volonté d'instaurer un climat de détente, au nom de la construction européenne. Il n'existe tout bonnement pas d'histoire politique transnationale comparable à celle de l'Allemagne et de la France, tant les gouvernements furent impliqués par la résolution de leur conflit passé. Le projet de chaîne

---

<sup>361</sup> Rigaud, Jacques. *Libre Culture*, Paris 1990, p.230.

culturelle européenne devait permettre à la France de consolider ses rapports bilatéraux avec l'Allemagne, et jouer un rôle moteur pour l'Europe par le biais de la coopération audiovisuelle. Les représentants des gouvernements respectifs se sont ainsi largement investis dans la création d'ARTE, ce qui lui fut d'ailleurs reproché à maintes reprises, qualifiée de « télé-Maastricht »<sup>362</sup> ou encore de « machine de propagande gouvernementale », comme a pu l'évoquer Jérôme Clément.<sup>363</sup>

Mais l'initiative de création d'une chaîne culturelle, qui deviendra La Sept, est à l'origine la résultante d'une volonté politique française, celle de François Mitterrand et Jack Lang, dont les politiques culturelles et éducatives prirent une dimension particulière. Sa vocation européenne s'est rapidement manifestée, avec d'une part certes l'impératif de consolider la coopération franco-allemande dans le domaine audiovisuel et technologique, mais aussi de faire rayonner la culture française grâce à cette technologie en plein essor qu'est le satellite. Le soutien politique, source de controverses, s'explique alors, et explique aussi pourquoi la chaîne a subsisté malgré des audiences modestes.

Puisque La Sept, chaîne culturelle européenne, est directement issue de la politique audiovisuelle et culturelle française, il est de ce fait fondamental dans un premier temps de proposer une description du paysage audiovisuel français, afin d'en comprendre les caractéristiques. Les enjeux et subtilités de la création de cette société de télévision pourront dès lors être explicités. Dans un second temps, le paysage audiovisuel de la RFA sera à son tour dépeint. Il est en effet essentiel de comprendre dans quel champ audiovisuel s'est inscrite ARTE de l'autre côté de Rhin. Comment les deux États ont-ils pu s'accorder sur la mise en place d'une chaîne de télévision commune alors que leurs paysages audiovisuels respectifs semblent inconciliables ? Pourquoi le gouvernement allemand s'est-il rapproché de cette entreprise télévisuelle à l'origine française ? Comment ce projet de chaîne culturelle à l'origine franco-français, est-il devenu franco-allemand ? Quels étaient les intérêts et les attentes de la partie allemande ? Si les contenus de La Sept ont été pensés à des fins éducatives et culturelles, la chaîne n'en reste pas moins le moyen de renforcer la position de l'Europe en termes de développement technologique via l'utilisation du satellite. Entrent donc en jeu des vecteurs stratégiques économiques, le partenariat franco-allemand se présentant

---

<sup>362</sup> Humblot, Catherine. (1996) Arte, La télé-Maastricht au quotidien, *Le Monde Télévision Radio Multimédia*, 18-19/2/1996, 2-4.

<sup>363</sup> Clément, Jérôme. *Le Choix d'ARTE*, Grasset p.144.



comme la clé d'une possible concurrence face aux États-Unis. Cette forte volonté commune a, semble-t-il, joué un rôle prépondérant dans la résolution de probables conflits.

***Le PAF<sup>364</sup> : Le monopole de l'État sur la télévision.***

[...] Un instrument d'une si grande ampleur est difficile à maîtriser par ceux qui l'utilisent. Il faut pourtant y parvenir, car il y va de la liberté de jugement d'un pays. C'est la raison du monopole de la télévision en faveur d'un office, dont les pouvoirs publics se proposent à la fois de sauvegarder et de surveiller l'indépendance.<sup>365</sup>

Le secteur audiovisuel est de tradition française surveillé et contrôlé par le gouvernement. L'on retrouve dès le XIV<sup>e</sup> siècle, avec le télégraphe, les signes de l'instauration d'un certain monopole de l'État sur les nouveaux moyens de communication, à travers la loi du 6 mai 1837.

Quiconque transmettra, sans autorisation, des signaux d'un lieu à un autre, soit à l'aide de machines télégraphiques, soit par tout autre moyen, sera puni d'un emprisonnement d'un mois à un an et d'une amende de mille à dix mille francs [...] Le tribunal ordonnera la destruction des postes, des machines ou moyens de transmission.<sup>366</sup>

La France anciennement occupée, en réaction à la lourde période de propagande radiophonique imposée par l'Allemagne, a considéré que son Gouvernement devait l'en protéger. S'en suivirent un ensemble de décrets et d'ordonnances, rédigés et régulés par le Ministère de l'Information, définissant les conditions de liberté d'information et de presse, ainsi que la structuration de l'audiovisuel.

La radio est alors le premier média de masse, au cœur de toutes ces préoccupations. La télévision, trop coûteuse, restait un outil expérimental. Radio et télévision ont été mises sur un pied d'égalité en 1949 par la signature du décret du 4 février inaugurant la Radiodiffusion-Télévision Française (RTF). Le nouvel établissement réaffirmait les fonctions de service public, une notion de service public justifiant le monopole étatique. Publique, « à caractère

---

<sup>364</sup> Acronyme, *Paysage Audiovisuel Français*.

<sup>365</sup> Tomasini, R. dans *Le Monde* des 7 et 8 mai 1972.

<sup>366</sup> Duvergier, J.B. *Collection complète des lois, décrets, ordonnances, règlements, et avis du Conseil d'État* p.109-111.

industriel et commercial », la RTF était structurellement dépendante du Gouvernement Français, et son directeur, Wladimir Porché, fut nommé par le Ministère de l'Information.

Un rapide tour d'horizon de l'évolution de la RTF démontre l'ampleur du monopole de l'État sur la télévision française. L'arrivée au pouvoir du Général De Gaulle a accentué le pouvoir du Gouvernement sur la télévision, ce dernier ne masquant pas sa méfiance à l'égard du média, car conscient de son pouvoir d'instrumentalisation. Le dirigeant français ne manquait cependant pas d'utiliser cet outil exceptionnel pour s'adresser directement au peuple, et le préférait même à la presse écrite. Sous le gouvernement De Gaulle, la télévision assumait sa mission *d'éducation morale*. Elle fut considérée comme un outil culturel, outil de démocratisation de la connaissance, favorisant l'unité de la nation. Fut créé en 1963 le Service de Liaison Interministériel pour l'Information. La censure s'amplifiait, tout comme le lien entre télévision et pouvoirs politiques ; un lien entre politique et télévision relativement assumé par le Gouvernement gaullien.

La deuxième chaîne de télévision généraliste, créée le 18 avril 1964 par la RTF, se voulait complémentaire de la première, et créative via sa programmation quotidienne. Une forme de télévision culturelle a atteint son apogée dans les années 1960, où l'on imaginait une télévision d'éducation globale, pour tous, avec la diffusion de magazines littéraire, sur les arts, ou encore des concerts classiques et opéras.

Selon la loi du 27 juin 1964, la RTF devint l'ORTF, Office de Radiodiffusion Télévision Française. Plus autonome, elle était toujours sous tutelle du Ministre, et avait pour mission de « satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de distraction du public ». Le grand triptyque de la télévision française *informer, cultiver, distraire*<sup>367</sup> se voyait ainsi formulé pour la première fois, là où la télévision de la fin des années quarante se proposait *d'éduquer, orienter, distraire*. À la fois centre de radio et de télédiffusion, l'Office réunissait les quatre stations et deux chaînes existantes. L'ORTF était un établissement public, centre de production, placé sous l'autorité d'un président élu par le Conseil d'Administration, lui-même agréé par le gouvernement. La même année, l'ORTF publiait une étude, « *Télévision et développement culturel sur les réactions d'un public de paysans et d'ouvriers devant la télévision* ». Si l'on ne tint réellement compte de l'avis du public que dans les années

---

<sup>367</sup> Parfois énoncé *informer, éduquer, distraire*. Le passage d'une notion de culture à une notion d'éducation souligne la difficulté de définition de l'un et de l'autre terme, se voyant ainsi amalgamés.

soixante-dix, la publication de cette étude démontre que l'attachement au développement culturel via la télévision était d'ores et déjà amorcé.

Une troisième chaîne de télévision à vocation régionale fut instituée en 1972, et n'allait pas tarder à rejoindre l'Office. Selon la loi du 3 juillet 1972, la télévision française devait alors répondre « aux besoins et aspirations de la population, en ce qui concerne l'information, la communication, la culture, l'éducation, le divertissement et l'ensemble des valeurs de civilisation. »<sup>368</sup> Le démantèlement de l'ORTF fut édicté en août 1974 et laissait place à 7 sociétés indépendantes, dont les trois chaînes Télévision Française 1, Antenne 2, France Région 3. La troisième chaîne recouvrait et régissait les stations régionales de l'ancienne Office. Une société nationale de radio fut aussi érigée : Radio France, qui regroupait les quatre anciennes stations de radio, ainsi que trois établissements publics : Télédiffusion de France (TDF), organisme chargé de la diffusion et du réseau d'émetteurs, la Société Française de Production (SFP), et l'Institut National de l'Audiovisuel (INA), qui a la gestion du patrimoine audiovisuel. Michel Guy, secrétaire d'État à la Culture de 1974 à 1976 fit adopter dans son *cahier des charges des sociétés nationales de programmes* un quota de diffusion concernant les manifestations artistiques, conformément aux politiques culturelles qu'il menait alors.

Les années quatre-vingts marquent un tournant des relations entre la sphère politique et la gestion de l'audiovisuel. Le monopole de l'État tendait à s'amenuiser et le Gouvernement autorisa la création de chaînes privées. François Mitterrand, fraîchement élu, manifestait son désir de mettre fin au monopole étatique sur l'audiovisuel.

Il faut rompre le lien de dépendance entre la radiodiffusion – télévision et le pouvoir politique, et en particulier couper le cordon ombilical entre les télévisions et l'Élysée. Ceci pourra se faire d'abord en confiant le soin de veiller sur l'indépendance et le bon fonctionnement de tous les organismes audiovisuels à une sorte de magistrature du son et de l'image, un Conseil national de la radio-télévision composé de représentants du Parlement, des régions, du personnel et du public. Le Conseil national veillera au respect des obligations de service public par tous les organismes audiovisuels. Il répartira les ressources. Il garantira le statut du personnel et veillera à l'emploi. Il assurera enfin des fonctions de représentation et de prospective. D'autre part, les sociétés de télévision et de

---

<sup>368</sup> Loi n°72-553 du 03 juillet 1972 *Statut de la Radiodiffusion – Télévision Française*.

radio désigneront elles-mêmes leur président, sans que le gouvernement désormais intervienne dans ce choix. La régionalisation et la décentralisation de l'audiovisuel seront mises en place. Parallèlement à l'accroissement des pouvoirs des assemblées des régions (élues au suffrage universel), celles-ci seront dotées de compétences audiovisuelles. L'objectif est qu'une société de radio et qu'une société de télévision soient créées dans chaque région. La production régionale sera encouragée.<sup>369</sup>

François Mitterrand engageait dans ce discours une nouvelle considération de l'audiovisuel favorable à la régionalisation de la création et de la diffusion, qui n'est pas sans rappeler le système de radio-télévision allemand.

Le Conseil Constitutionnel français prêchait le pluralisme en télévision en garantissant la « préservation du caractère pluraliste des courants d'expression socioculturels. »<sup>370</sup> Dans sa politique audiovisuelle reconnaissant des libertés de communication, et dans le cadre des libertés d'expression s'appliquant à la presse et aux médias, la France a légitimé ces libertés par le pluralisme et la diversité culturelle. Pierre Moinot<sup>371</sup> prônait la décentralisation des chaînes et la création d'une société indépendante pour en garantir l'autonomie. L'homme de lettres est à l'origine de la création le 29 juillet 1982 de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, premier organisme de régulation de l'audiovisuel, chargé de « garantir l'indépendance du service public de la radiodiffusion sonore et de la télévision. »<sup>372</sup> Le lien étroit entre Gouvernement et audiovisuel public fut pour la première fois rompu. La Haute Autorité nommait les présidents des sociétés de radio et télévision. Si ce nouvel organisme avait pour objet de renforcer l'indépendance de l'audiovisuel, les décisions gouvernementales ne restèrent pas moins décisives pour la création de nouvelles chaînes. La création de ce nouvel organisme fut mal accueillie par l'opinion publique ; l'on reprochait la mise en place d'une institution encore très politisée et bénéficiant de trop de pouvoirs.

La loi du 29 juillet 1982 sur la liberté de la communication audiovisuelle ouvrait les portes aux entreprises privées, avec autorisation préalable de l'État. Le 31 juillet 1985, Georges

---

<sup>369</sup> Cité depuis Brochand, Christian. *Histoire Générale de la Radio et de la Télévision en France*, Tome III 1974-2000, p.40-41.

<sup>370</sup> Décision n°82-141 DC du 27 juillet 1982.

<sup>371</sup> (1920-2007) Parmi ses nombreuses fonctions, l'auteur, journaliste, fut Conseiller au Cabinet d'André Malraux en 1959, Membre de la Commission de réforme du statut de l'ORTF en 1969, Administrateur de l'ORTF, Président de la Commission d'Orientation et de Réflexion sur l'Audiovisuel en 1981. Elu à l'Académie Française le 21 janvier 1982.

<sup>372</sup> Loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle, disponible à l'adresse suivante <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000880222&dateTexte=19860930>

Fillioud<sup>373</sup> rédigeait une proposition de loi définissant le statut des chaînes privées de télévision et rendait publique la possibilité de création de deux nouvelles chaînes, en évoquant sa volonté de mettre en place un programme éducatif et culturel. Ce projet de loi entre en résonance avec le rapport de Pierre Desgraupes<sup>374</sup> en faveur d'une chaîne culturelle.

La mainmise du gouvernement sur les moyens de communication modernes est bien ancrée dans la pratique française de régulation audiovisuelle, et ce dès la naissance de ces nouvelles techniques, comme nous avons pu le constater avec la loi de 1837. Les adversaires du système audiovisuel lui reprochaient d'être assujéti au pouvoir politique. Dans les années 1980, une relation toute particulière entre télévision et pouvoir public mûrit, le Président de la République Française François Mitterrand étant particulièrement engagé dans la question de la télévision et son rapport à la culture. Plusieurs réformes virent le jour, ayant pour objet de mettre sur pied une autorité disjointe de la hiérarchie gouvernementale. L'État, s'il est encore présent comme instance de régulation, a ainsi généré cet organisme quasi autonome, la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle. Le changement de majorité politique et la nomination de Jacques Chirac comme Premier Ministre bouleversa le paysage audiovisuel. Par l'adoption de la Loi Létotard du 30 septembre 1986, la Commission Nationale de la Communication et des Liberté (CNCL) remplaçait la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle. Considérée comme le fruit d'une mesure strictement politique, la CNCL fut relativement mal accueillie dans ce paysage français audiovisuel en pleine mutation, qui vit la privatisation des chaînes de télévision se mettre doucement en place, comme l'avait promis Jacques Chirac lors des élections législatives.

Les dispositions de la Loi Létotard furent sujettes à de vives réactions du côté du Parlement, en particulier causées par la décision non sans conséquences de la privatisation d'une chaîne, et la réattribution de la cinquième et sixième chaîne, qui allait établir un climat de concurrence entre les concessions, et donc affaiblir des chaînes publiques déjà établies.

Comme la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, la CNCL restait profondément astreinte par la majorité politique du gouvernement alors en fonction. Ses treize membres étaient par ailleurs nommés par le Président de la République, le Président de l'Assemblée

---

<sup>373</sup> (1929-2011) Secrétaire d'État chargé des techniques de communication en 1985.

<sup>374</sup> Journaliste, directeur de l'information de l'ORTF, il fut intendant d'Antenne 2, et fait partie des pères fondateurs de La Sept.

Nationale, le Président du Sénat, le Conseil d'État, la Cour des Comptes, la Cour de Cassation, l'Académie Française et des professionnels de l'audiovisuel. La CNCL se chargeait en outre de la nomination des présidents de chaînes de télévision dont l'affiliation politique au RPR de Jacques Chirac ne fut par ailleurs pas dissimulée. La loi Léotard, en plus d'être à l'origine de la création de la CNCL, métamorphosa le paysage audiovisuel, notamment le secteur public. La CNCL disposait de moyens financiers non négligeables, puisque soutenue par les Ministères des Finances et de la Culture. Seulement un mois après ses débuts, la CNCL congédiait les présidents des stations publiques Antenne 2, FR3, Radio France et RFO, ce qui fut évidemment mal perçu par l'opposition et les partisans du secteur public. S'en suivit une vague de privatisation : le monopole de l'État s'effondrait à partir de 1985, marqué par la création de Canal Plus (1983), de la cinquième et sixième chaîne (1986). Les deux nouvelles chaînes hertziennes allaient pouvoir voir le jour, et sans appel d'offre, la candidature de Jean Riboud<sup>375</sup>, Jérôme Seydoux<sup>376</sup> et Silvio Berlusconi<sup>377</sup> fut acceptée. Décidé par l'Élysée seul, le verdict provoqua l'indignation, à plus d'un titre. L'on reprocha par exemple à la Cinq de bénéficier d'un cahier des charges bien trop souple. Le nouveau canal se présentait comme outil de divertissement, proposait des téléfilms légers, des jeux et divers shows télévisés.

Les premières impressions produites par l'importation du modèle italien sont assez défavorables : le public français découvre que sa télévision, qu'il juge souvent sévèrement, avait jusqu'à présent échappé à une certaine forme de populisme et de vulgarité qui caractérise déjà les programmes privés italiens.<sup>378</sup>

La sixième chaîne, TV6, fortement marquée par sa tendance musicale, fut désirée par le Ministère de la Culture. Le canal proposait à ses débuts une multitude de clips musicaux, à destination d'un public jeune, puis cherchait à étendre son audience en diffusant quelques séries. Jack Lang, qui soutenait l'idée d'une chaîne culturelle, a aussi participé à l'élaboration de la sixième chaîne, persuadé ainsi de pouvoir promouvoir l'activité musicale, qui lui est si chère.

---

<sup>375</sup> Président Directeur Général de Schlumberger.

<sup>376</sup> Président Directeur Général Chargeurs Réunis.

<sup>377</sup> Homme d'affaire et homme politique italien, fondateur et président de mouvements qui incarnent la droite ultralibérale.

<sup>378</sup> Sauvage M. et Veyrat-Masson, I. *Histoire de la télévision française*, Ed. Nouveau Monde, Paris 2012, p.190.

Les élections de 1986 et le passage à une majorité de droite eurent pour conséquence la résiliation de ces deux concessions, respectivement le 5 août 1986, puis le 2 février 1987, sur ordonnance du gouvernement Chirac. Le cinquième réseau fut réattribué au groupe Berlusconi Seydoux, le sixième, qui deviendra M6, à la Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion, à la fin du mois de février de la même année.

La privatisation de TF1 marquait un tournant remarquable et une véritable chute des contenus qualitatifs au profit du divertissement. Ce nouveau paysage poussait même le service public à développer une politique plus tournée vers l'audimat qu'autrefois, ce qui affectait tout autant l'essence de ses émissions. L'évolution du PAF et la formation des chaînes privées sont le signe irrécusable de la fin du monopole public de la télévision. L'ensemble des entreprises audiovisuelles, tant publiques que privées, entraient dans une ère de concurrence. De nouvelles interrogations se posaient en termes de programmation, en particulier du côté du service public, qui cherchait alors à redéfinir son rôle et réaffirmer sa place. Si la télévision doit instruire, divertir et ouvrir à l'information et à la connaissance, elle est désormais régie par une nouvelle logique d'entreprise, se voit durement touchée par les enjeux de compétitivité et d'audimat. Dans ce contexte, l'idée de mettre en place un espace audiovisuel européen se présente comme solution.

Malgré leur caractère public, les trois chaînes françaises TF1, Antenne 2 et FR3 sont entrées en concurrence dès 1974. Les trois stations ne cherchaient pas à harmoniser leur programmation, et la privatisation de la première chaîne ne fit qu'affaiblir un peu plus le système public. Alors que la concurrence du privé est grandissante, les audiences publiques diminuent.

La notion de 'service public', selon laquelle la télévision a pour mission de garantir au téléspectateur une certaine qualité d'information, d'instruction et de divertissement, s'estompe au profit de la notion de 'secteur public', qui impose une logique d'entreprise, avec ses impératifs de rentabilité et de compétitivité. Face aux chaînes généralistes privées, le secteur public se trouve dans une position ambiguë, entre la nécessité d'assurer les missions de service public et celle d'obtenir des résultats d'audience suffisants.<sup>379</sup>

---

<sup>379</sup> Lefort, Pierre. *La Sept et le projet de chaîne culturelle européenne*, Presses Universitaires de France, Relations Internationales 2006/2 (n°126), 128 pages. Disponible à l'adresse suivante <https://www.cairn.info/revue-relations-internationales-2006-2-page-97.htm>.

Suite à cette vague de privatisation, les missions de ce qui répond désormais au nom de *secteur public* furent redéfinies par la loi Léotard du 30 septembre 1986. Ainsi, les programmes et services de télévision publique devaient témoigner de « leur diversité et leur pluralisme, leur exigence de qualité et d'innovation ». Les nouvelles missions du secteur public devaient se manifester par « des actions en faveur de la cohésion sociale, de la diversité culturelle, de la lutte contre les discriminations et des droits aux femmes ». Ces dernières « assurent la promotion de la langue française et, le cas échéant, des langues régionales et mettent en valeur la diversité du patrimoine culturel et linguistique de la France ». Elles « favorisent l'apprentissage des langues étrangères. »<sup>380</sup>

Cependant, la CNCL, bien trop influencée par les pouvoirs politiques, se vit ébranlée par le système de cohabitation politique Mitterrand / Chirac. Lors de la campagne présidentielle, les deux candidats menèrent une bataille rendue publique par le média télévisuel. Les membres de la CNCL, nombreux et en relation étroite avec les deux hommes, étaient tiraillés et la Commission perdit en légitimité. Cette instance de régulation démontre à quel point le système des médias français est asservi par une politique économique. Alors qu'elle prônait la liberté, la CNCL était elle-même surveillée par la sphère politique, et régulée par des enjeux économiques bien plus importants que la question même de la programmation. La réélection de François Mitterrand entraîna la clôture de la CNCL au profit d'une nouvelle instance, dont l'indépendance dut être réaffirmée.

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel<sup>381</sup> (actuel CSA), fut mis en place lors de l'adoption de la loi du 17 janvier 1989 « relative à la liberté des communications ». Les pouvoirs du CSA furent renforcés, notamment en matière de sanctions concernant la non application de la réglementation, notamment celle de la publicité, fixée par le gouvernement. Protection de l'enfance et de l'adolescence dans les contenus audiovisuels étaient au cœur des nouvelles prérogatives. Selon l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986, le CSA doit « garantir l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle par tout procédé de communication électronique ». La nouvelle instance se définit comme indépendante de l'État, ses membres sont pourtant élus par le Président de la République, le Président du Sénat et de l'Assemblée Nationale. Elle justifie et garantit son indépendance de l'État en organisant un vote des

---

<sup>380</sup> Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, dite Loi Léotard, consolidée le 19 juillet 2018.

<sup>381</sup> Présidences du CSA : Jacques Boutet (1989-1995) Hervé Bourges (1995-2001) Dominique Baudis (2001-2007) Michel Boyon (2007-2013) Olivier Schrameck (2013-2019), Roch-Olivier Maistre (2019-2025)



commissions parlementaires permanentes chargées des affaires culturelles concernant la décision du Président de la République, en charge d'élire le Président du CSA. Les choix du Président du Sénat et de l'Assemblée sont soumis au vote des commissions des affaires culturelles de leurs assemblées respectives. Le CSA, désigné « autorité indépendante » lors de sa création, modifia ses statuts en 2013 pour devenir « autorité publique indépendante », certifiant la présence d'une entité juridique distincte de l'État.

Toujours en quête d'une forme d'indépendance, la télévision se vit attribuer par la Loi Constitutionnelle du 23 juillet 2008 de nouvelles règles concernant la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias.

En 1988, l'on proposait à A2 et FR3, pour enfin équilibrer leur programmation, et tenter de contrebalancer le pouvoir de TF1, de mutualiser leur financement et leur présidence pour effacer cette concurrence qui les altère. Les entreprises publiques cherchaient tout de même à se développer individuellement. Le secteur privé ne comptait que sur l'audience et ne manifestait aucune hésitation quand il s'agissait de diminuer la qualité des programmes au profit de la grande écoute. Le secteur public restait pour sa part régi par les choix du gouvernement, notamment sur le plan budgétaire.

L'émergence des chaînes privées, et l'apparition de nouveaux acteurs dans les télécommunications conduit à repenser la mission de service public, et c'est dans ce contexte que s'est développé le projet La Sept. Le lien indéfectible entre PAF et politique conféra à La Sept, puis à ARTE, une sécurité capitale, celle de ne pas être régie par la dure loi de l'audimat, et se consacrer ainsi pleinement à sa mission culturelle. La télévision publique souhaitait garantir une offre culturelle. La bataille contre l'hégémonie et le lissage des programmes sous format américain était alors bien engagée, alors que l'Europe achetait en 1987 des productions américaines à hauteur de près de 40%.

#### **b) Une chaîne culturelle en réaction à la privatisation.**

L'idée de chaîne culturelle est dans les tiroirs depuis bien longtemps, et remonte en France à la fin des années 1970, alors que François Régis Bastide<sup>382</sup>, dans la continuité de la

---

<sup>382</sup> Écrivain, éditeur, animateur radio et diplomate, membre du Conseil au Développement Culturel au début des années 70. Il a par ailleurs dirigé la programmation musicale de Radio-Sarrebruck à la fin de la guerre. Il fut

politique culturelle du Gouvernement de l'époque, remettait en 1978 un rapport à propos d'une chaîne éducative. Bien avant l'essor des chaînes privées, et par conséquent des contenus divertissants, la télévision avait pour mission d'offrir un regard sur le documentaire, le magazine et l'information. L'on accordait une place toute particulière aux magazines à teneur littéraire, ainsi qu'aux documentaires historiques, ces derniers jouant un rôle indéniable sur la mémoire collective des Français. À ses débuts très demandé, le documentaire vit sa place chuter dans le cœur des Français, et fut relégué en soirée dans les années soixante-dix. Les journaux d'information quant à eux ne cessèrent de susciter l'intérêt. Les éditions régionales se développèrent, les présentateurs devinrent des stars du petit écran, des rendez-vous se mirent en place, et l'audience explosait.

L'on retrouve à l'origine de la création d'ARTE une idée exclusivement française : La Sept, chaîne culturelle à dimension européenne. Intéressons-nous dans un premier temps à la dimension culturelle de cette entreprise, qui fut érigée en réponse à la libéralisation de l'audiovisuel et à la multiplication des chaînes privées, dont l'unique préoccupation reste la courbe d'audience, influençant directement la politique éditoriale.

Le projet de chaîne culturelle fut réamorcé dans les années quatre-vingts. Laurent Fabius, alors Premier Ministre, figure parmi les acteurs de la création de la Sept. Si François Mitterrand compte parmi les instigateurs de la chaîne cryptée et privée Canal Plus, ce qui lui fut reproché, ce dernier affichait clairement une volonté de développer l'action culturelle, et proposait de s'appuyer sur un programme télévisé culturel et éducatif. Le 13 février 1984, lors de son discours au Collège de France, le Président de la République, souhaitant faire évoluer l'enseignement, évoquait la possibilité de tirer profit de l'innovation technologique et audiovisuelle pour arriver à ces fins. Par le biais de la radiodiffusion, d'instruments modernes tels que la télévision, l'homme d'État croyait en de nouvelles chances de faire croître la connaissance, de diffuser la culture, pour la population la plus large possible. La télévision, média de masse et populaire, fut alors réévaluée et peu à peu considérée comme moyen potentiel d'élever le niveau d'éducation et de culture. François Mitterrand manifesta publiquement son intérêt en faveur d'une *éducation télévisuelle*, et entrèrent en jeu le sociologue Pierre Bourdieu et l'historien George Duby, qui soumettaient l'idée d'une chaîne de télévision culturelle. Les origines de La Sept remontent donc à 1985, en réponse à la

---

nommé ambassadeur de France au Danemark par François Mitterrand, puis ambassadeur de France à l'UNESCO en 1988.

déliquescence du service public audiovisuel. Universitaires, politiciens, auteurs et responsables de l’audiovisuel partageaient la revendication à cette époque oubliée d’exploiter le média télévisuel à des fins didactiques.

Das Fernsehen sollte nicht nur eine ‚moderne Vermittlungsmethode‘ von Wissen sein, sondern hatte für die Professoren als Massenmedium eine gesellschaftliche Funktion.<sup>383</sup>

La culture, dont l’accès fut si longtemps associé aux bibliothèques, lieux culturels, est ainsi rendue accessible par le biais des moyens de communication modernes, en faveur du grand public. Alors que l’on associait la culture à une *culture cultivée*, aux lieux propres où elle est représentée (musées, salles de concert, théâtres, opéras), la télévision s’est présentée comme accessoire inconciliable avec cette forme de culture, parfois même qualifiée de néfaste par les intellectuels, car tirant la société vers le bas. Le public, friand de contenus divertissants, faciles d’accès, a tendance à rejeter les propositions culturelles. Cette constatation, au lieu de freiner les instigateurs du projet de chaîne culturelle, en légitimait la création. La Sept devait faire contrepoids à la télévision commerciale et privée en plein expansion, devait proposer à l’ensemble des publics de renouer avec la culture. En 1985 pourtant, François Mitterrand abordait clairement la question de l’ouverture de la télévision aux entreprises privées. Dans ce cadre, le Président avait prié à son Premier Ministre Laurent Fabius de commander un rapport à Jean-Denis Bredin, qui avait participé à la création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle. Dans son expertise, l’avocat s’est penché sur la question des conditions économiques et juridiques de la création de chaînes privées, laissant dans l’ombre la nécessité de mettre en place quelque chaîne éducative ou culturelle.

Un nouveau concept vit le jour, celui de Michel Guy, alors directeur du Festival d’Automne de Paris, qui proposait de transformer le canal régional FR3 en une chaîne culturelle, insistant sur la stricte séparation de la production et de la diffusion des programmes. Ce concept fut rédigé en réponse à la privatisation de TF1, afin de mettre en valeur des contenus de qualité et de soutenir la production cinématographique ainsi que la création audiovisuelle.

---

<sup>383</sup> « La télévision ne devait pas être uniquement une méthode moderne de transmission de savoirs, mais avait aussi, en tant que média de masse, une fonction sociale pour les professeurs. », dans Gräßle, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, Campus 1995, p. 76.

Schöpferisches Wirken im Fernsehen zu ermöglichen war nach Guy eine originäre kulturpolitische Aufgabe des Staates und die einzige Möglichkeit, das nationale Erbe zu bewahren.<sup>384</sup>

Sur commande de Georges Filloud<sup>385</sup> fut présenté un tout autre rapport, signé de la main de Pierre Desgraupes. Ce dernier proposait de mettre en place un programme culturel à portée du public, aux exigences culturelles fortes, et dont la participation éditoriale pourrait se faire à l'échelle européenne, en soutenant l'expression originale de chacun des pays. Le projet de chaîne, innovant par son caractère européen et dans sa volonté de diffuser des événements culturels en direct, est dévoilé en juillet 1984. Pierre Desgraupes explicite nettement le fait que La Sept ait été édifiée en réponse à la privatisation de l'audiovisuel français.

L'esprit du temps est au dérèglement et à la privatisation. Mais s'il est vrai que le secteur public doit prendre en charge ce qui simultanément est hors de portée et relève de l'intérêt général, alors l'idée d'une chaîne culturelle à vocation européenne correspond à la définition la plus pure du service public.<sup>386</sup>

Cet épisode marque solennellement la revendication française de bâtir un espace audiovisuel public européen, dans l'optique de renforcer l'identité européenne, toujours au cœur des débats depuis la réconciliation franco-allemande. Dans son rapport, Desgraupes soutenait la théorie selon laquelle les contenus européens et culturels sont à même de rapprocher les citoyens à cette échelle. L'ancien président d'Antenne 2 développait l'idée d'un programme à portée internationale, ambitieux et de qualité. Il y proposait une définition plus large de la culture, qui engloberait aussi les programmes d'information, sportifs, politiques ou de divertissement. L'accent fut toutefois porté sur les temps forts culturels avec la captation et la retransmission d'évènements tels que le Festival de Salzbourg, Bayreuth, Avignon, bref, les indispensables du théâtre et de la musique classique. Des reportages sur le patrimoine et les grandes traditions y étaient aussi imaginés, ainsi qu'un journal d'information plus orienté vers l'Europe que sur le national.

Desgraupes ging von einer „europäischen Öffentlichkeit“ mit gemeinsamen Wurzeln aus

---

<sup>384</sup> « Le fait de rendre possible l'activité créatrice de la télévision était selon Guy une tâche fondamentale de la politique culturelle de l'État, et le seul moyen de préserver son patrimoine national », dans Gräble, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, Campus 1995, p. 79.

<sup>385</sup> George Filloud officie alors en tant que conseiller d'État. Ancien Ministre de la Communication, il est entre autres aux origines de la suppression du monopole de l'État en 1982 et de la création de Canal Plus.

<sup>386</sup> Desgraupes, Pierre. 1985, dans Susan, Emanuel. *Culture et Télévision en France*, 1993, p.112.

und glaubte daran, daß ein öffentlich-rechtlich verantworteter Europäischer Fernseh-Kulturkanal der europäischen Integration dienen könnte.<sup>387</sup>

Desgraupes développait donc la théorie d'une culture commune européenne à faire ressurgir au profit d'un renforcement de l'identité européenne. Le projet Desgraupes fut bien accueilli et adopté le 31 juin 1985 par le Conseil Ministériel avec un budget de 700 millions de Francs, pour être subitement abandonné en novembre de la même année. Destiné à être diffusé via le satellite TDF1, le programme imaginé par Desgraupes aurait été proposé sur FR3 en attendant que le satellite soit mis en fonction.

Le directeur du Festival d'Avignon, Bernard Faivre d'Arcier, proche de Laurent Fabius, prit la suite des investigations en se basant sur les idées de Desgraupes, Mitterrand et Guy pour exposer son propre projet de télévision culturelle. Le conseiller culturel du Premier Ministre chargeait alors FR3 de créer une filiale financée par la redevance audiovisuelle, qui exercerait sous forme d'une société d'édition de programmes culturels<sup>388</sup>, mais qui ne produirait ni ne diffuserait. En ce 2 janvier 1986, le projet de chaîne culturelle prit la forme d'une société de programmes. Le projet de Bernard Faivre d'Arcier, en réaction à la fin du monopole public, était une société d'édition de programmes de télévision, culturels et à vocation européenne, disposant d'un budget de 300 millions de Francs.

Le 15 novembre 1985, Georges Fillioud annonçait la création de ce qui sera La Sept, filiale de FR3, soutenue financièrement par l'INA, et Radio France. Rapidement, Laurent Fabius allait demander que l'on y ajoute un partenaire européen. En parallèle, la création de la Cinq, chaîne franco-italienne de Seydoux et Berlusconi a provoqué la colère dans les milieux culturels, socialistes, et chez les porteurs du projet La Sept. La Sept fit guise de compromis entre les projets présentés précédemment. Comme le désirait Guy, elle devait promouvoir la création cinématographique. Avant que La Sept ne signe avec l'Allemagne, cette société d'édition était purement franco-française, et ce même si elle prétendait vouloir s'ouvrir sur l'Europe. Mis à part celui de Desgraupes, aucun projet ne mentionnait de dimension internationale et privilégiait d'ailleurs une conception relativement élitiste de la culture, qui ne

---

<sup>387</sup> « Desgraupes est parti de l'idée qu'il existait un 'public européen' aux racines communes, convaincu qu'une chaîne publique de télévision culturelle pouvait servir l'intégration européenne », dans Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. München: Verlag Reinhard Fischer, 1997. p.215.

<sup>388</sup> Dans le rapport de Bernard Faivre D'Arcier, la notion de contenus culturels en est la définition plus élitiste, avec des programmes tournés vers le documentaire, les magazines, la captation de pièces de théâtre ou d'opéra.

correspond pas à l'idée première de François Mitterrand de rendre accessible à tous des contenus éducatifs, et de démocratiser les savoirs. Fictions, documentaires, magazines, retransmissions de pièce de théâtre et d'opéra étaient au cœur de la programmation.

La Sept est créée le 27 février 1986, en pleine période de libéralisation des services de radiodiffusion. Il s'agit alors d'une société de production, comme l'avait proposé Bernard Faivre d'Arcier. Elle ne diffuse pas. Pour les raisons évoquées dans le rapport de Bernard Faivre d'Arcier, mais aussi parce que l'espace hertzien ne le permettait pas au moment de sa création. Seules six chaînes peuvent diffuser. La Sept est alors une entreprise sous forme de société anonyme, avec un capital de 60 millions de Francs. Ses actionnaires sont FR3 (45%), l'État Français (25%), Radio France (15%) et l'Institut National de l'Audiovisuel (15%). L'équipe dirigeante était au départ constituée de Bernard Faivre d'Arcier, Janine Langlois-Glandier<sup>389</sup> et Georges Duby<sup>390</sup>. Il s'agit d'un établissement public, mais organisé comme une société privée. Concernant les chaînes publiques, les présidents sont nommés par les instances de régulations audiovisuelles, et concernant La Sept, ce processus est interne, et les présidents sont élus via le Conseil d'Administration. La Sept stocka ses programmes jusqu'à ce qu'elle puisse émettre par satellite.

Lorsque la gauche perdit les élections législatives de 1986, la droite passait au pouvoir et s'instaurait le nouveau gouvernement de Jacques Chirac. Il poursuivit le projet La Sept, mais en changea l'effectif, en nommant Georges Duby président du Conseil d'Administration, et Bernard Faivre d'Arcier fut remplacé par Jean-Loup Arnaud. Michel Guy en est le vice-président. Si La Sept se veut européenne, son siège est à Paris et ses actionnaires sont français, tout comme ses effectifs. La chaîne devait représenter l'outil de production audiovisuelle à l'échelle européenne, et Georges Duby eut pour tâche de relancer son caractère européen lorsqu'il prit la place de Bernard Faivre d'Arcier.

Le Gouvernement Chirac de 1986 constitue le temps fort de la libéralisation du PAF avec la privatisation de TF1 au profit du groupe Bouygues, la création de Canal Plus initiée par François Mitterrand, l'attribution de la Cinq à Hersant-Berlusconi, et M6 à Métropole

---

<sup>389</sup> À l'origine directrice du contrôle de la gestion des finances à l'ORTF, elle fut quelques années précédant sa nomination à la présidence de la SEPT Secrétaire Générale de la Société Française de Production (1981), puis Directrice Générale en 1983. De 1987 à 1990, Présidente du Conseil d'Administration de l'INA, de 1997 à 2002 nommée au CSA. Administratrice indépendante de TF1 depuis 2012, Présidente du Forum Médias Mobiles depuis 2005.

<sup>390</sup> Historien Français, professeur au Collège de France.

(groupement CLT). Comme le constatait Pierre Lefort<sup>391</sup>, le *service public* se dissolvait alors et se muait en *secteur public*. De nouveaux enjeux se dessinaient, sous l'égide de l'audience et de la productivité. Le *mieux-disant* culturel applicable à la libéralisation générait un climat concurrentiel entre les chaînes généralistes du secteur public, et l'ensemble des *industries culturelles* se réincarnaient en *entreprises culturelles*. Le secteur public se situait alors à cheval entre le *service public* qu'il était autrefois, comprenant l'ensemble de ses engagements, et le *secteur privé*, régi par une économie de concurrence. Le *mieux-disant* culturel chiraquien se dressait alors face aux théories du *tout culturel* promulguées par Lang, cela ayant pour conséquence majeure un affaiblissement des chaînes généralistes publiques. Le projet de chaîne culturelle avait préalablement été élaboré, mais François Mitterrand en accéléra le processus afin d'apaiser les critiques et d'éviter tout mouvement de contestation de la part des grands ouvriers de la Sept. L'ensemble de ces tensions menait en outre à la suppression de la CNCL, remplacée par le CSA. La France peinait à harmoniser son offre télévisuelle, et Lang, dans un dossier adressé au CSA, pria à l'instance de bien vouloir « sortir le secteur public de la situation où il s'est enlisé, de faire cesser la concurrence entre les chaînes publiques A2 et FR3, de les rendre complémentaires et de redonner une cohérence à l'ensemble de l'audiovisuel. »<sup>392</sup>

La Sept est l'embryon de la future chaîne culturelle européenne, destinée à émettre sur le câble. Jack Lang et Catherine Tasca<sup>393</sup> sont au cœur de ce dispositif. François Léotard a constitué l'équipe en 1986, mais Lang et Tasca souhaitaient en changer la dynamique. Jérôme Clément entraîna ainsi dans la sphère et candidatait à la présidence alors qu'il était à la tête du CNC<sup>394</sup> depuis presque 5 ans.

[...] j'ai toujours pensé que la télévision pouvait être un instrument exceptionnel pour la création et la diffusion de la culture. Cela manque en France. La télévision s'appauvrit, devient commerciale. Il est temps de réagir.<sup>395</sup>

---

<sup>391</sup> Lefort, Pierre. *La sept et le projet de chaîne culturelle européenne*, Presses universitaires de France, 2006/2 (n°126).

<sup>392</sup> Emanuel, Susan. *Culture et Télévision en France*, 1993, p.97.

<sup>393</sup> Ministre de la culture de 2000 à 2002, elle fut en charge des Maisons de la Culture sous l'égide d'André Malraux, et nommée par François Mitterrand au CNCL que nous avons évoqué plus haut en 1986 pour une période de trois ans.

<sup>394</sup> Centre National du Cinéma et de l'image animée.

<sup>395</sup> Clément, Jérôme. *Le choix d'ARTE*. Paris: Grasset, 2011, p.14.

Clément, proche collaborateur de François Mitterrand, était au cœur des projets culturels. Il a pu vivre en interne cette impulsion déclenchée par des hommes soucieux de faire éclore la culture en France, de la développer, avec le dynamisme de Jack Lang, qui s'est battu en faveur de la création culturelle et artistique. Homme de cinéma, Jérôme Clément saisit rapidement l'importance et le lien avec la télévision, il défend une politique audiovisuelle, le soutien financier, le soutien à la création. Il a, entre autres, initié la création d'Eurimages, Fonds du Conseil de l'Europe pour l'aide à la coproduction, à la distribution d'œuvres cinématographiques européennes. Jérôme Clément partageait avec Mitterrand et Lang le souci de ne pas laisser le marché américain prendre le pas sur la création audiovisuelle et cinématographique française. Une volonté et une crainte qu'il ne manqua pas de signifier publiquement :

La bataille de l'exception culturelle n'était pas encore engagée, mais la volonté de ne pas les laisser devenir les seuls maîtres du marché du cinéma et de l'image nous obsédait. Pour gagner, il fallait s'appuyer sur la culture française, sa spécificité, ses créateurs, et jouer la carte de la qualité des programmes.<sup>396</sup>

Jack Lang, qui souhaitait lui aussi renforcer le lien entre télévision et cinéma<sup>397</sup>, approuvait en toute logique la candidature de Jérôme Clément à la direction de l'entreprise La Sept. Ce projet à forte teneur culturelle ne manquait pourtant pas de déranger quelques intellectuels et acteurs de la vie culturelle, que l'ambivalence de la télévision ne cessait d'interpeler. Ce média propre à la diffusion de masse se présente comme contraire à l'originalité, la singularité, l'exception des œuvres et objets d'art que La Sept est censée valoriser et exposer. Jack Lang insistait alors sur le caractère populaire de la télévision au service de la *démocratisation culturelle*. Alors que la création est au cœur des politiques culturelles françaises, la réaction de Jack Lang face à la fin du monopole de radio-télévision et la distribution de canaux à de grands groupes privés, en particulier La Cinq de Berlusconi, fut vive. Le Ministre de la culture sollicitait une reconsidération du service public. La définition de la culture se vit élargie, et certaines pratiques, jusqu'alors considérées comme pratiques loisir, furent qualifiées et reconnues comme culturelles. La musique contemporaine, le cinéma, la bande dessinée se virent ainsi redéfinis.

---

<sup>396</sup> Ibid. p.17.

<sup>397</sup> La chaîne cryptée Canal + avait par ailleurs été créée en ce sens. Privée certes, elle avait pour tâche de diffuser un maximum d'œuvres cinématographiques.



Le ministère de la Culture a pour mission : de permettre à tous les Français de cultiver leur capacité d'inventer et de créer, d'examiner librement leurs talents et de recevoir la formation artistique de leur choix ; de préserver le patrimoine culturel national, régional, ou des divers groupes sociaux pour le profit commun de la collectivité toute entière ; de favoriser la création des œuvres d'art et de l'esprit et de leur donner la plus vaste audience ; de contribuer au rayonnement de la culture et de l'art français dans le libre dialogue des cultures du monde.<sup>398</sup>

Les pouvoirs publics ont participé à un remaniement des pratiques culturelles, une transformation accélérée par les médias, qui devinrent peu à peu la nouvelle référence populaire d'un paysage culturel en pleine mutation, s'éloignant de la *culture cultivée*, en faveur d'une *culture de masse*. La télévision pouvait ainsi se présenter comme outil d'éducation à la culture. La Sept fut créée en réponse à un constat : la décadence de l'audiovisuel public, désormais dépendant des logiques concurrentielles et commerciales, et dont les contenus se dégradaient au nom du profit. Si le monopole de l'État sur la télévision s'est vu dissout par la création d'autorités de régulation, ce dernier joue toujours un rôle majeur dans les prises de décision. Les responsables politiques soutiennent ou non les nouvelles conceptions, ainsi que les candidatures aux présidences des chaînes de télévision. François Mitterrand s'impose comme grand acteur de la refonte du paysage audiovisuel des années quatre-vingts et La Sept n'aurait jamais vu le jour sans son appui, avec la collaboration de Jack Lang, Catherine Tasca et Laurent Fabius. Sa création avait aussi pour but de calmer les contestations d'acteurs de la vie culturelle et intellectuelle regrettant la création de chaînes privées dédiées au divertissement (La Cinq et TV6).

La Sept, nouvellement créée en réaction à la privatisation, se présentait comme véritable pilier de la création française. Filiale commune de FR3, de l'INA et Radio France, elle coproduisait avec les chaînes publiques. Son action culturelle fut légitimée par la participation active de personnalités de renom. Le metteur en scène, réalisateur et acteur Patrice Chéreau prenait ainsi part au projet, accompagné de Coline Serreau<sup>399</sup>, du documentariste Jean-Marie Drot<sup>400</sup>, ou encore Jérôme Clément, qui en devint le président. La Sept cultivait plusieurs ambitions. La société, véritable mécène pour le genre documentaire, se chargeait de proposer de nouvelles formes de captation. Sa dénomination ne fut pas choisie par hasard, acronyme de

---

<sup>398</sup> Décret n°82-394 du 10 mai 1982 Relatif à l'Organisation du Ministère de la Culture.

<sup>399</sup> Réalisatrice et scénariste française, notamment de *La Belle Verte*, 1996.

<sup>400</sup> Écrivain, documentariste, directeur de la Villa Médicis, Rome (1985-1994).

Société d'Édition de Programme de Télévision, La Sept fait aussi référence au septième art, qu'elle cherche à défendre, en soutenant la jeune création. Son partenariat étroit avec l'INA l'y aidera, et la participation active de Thierry Garrel<sup>401</sup>, futur responsable de l'unité documentaire, confèrera à La Sept un esthétisme unique, pointilleux. Dans le souhait de s'étendre à l'échelle européenne, La Sept avait pour mission de créer des magazines culturels européens, de diffuser le meilleur des productions européennes en s'appuyant sur des partenariats étroits. Les fonctions de cette société de production sont clairement définies : achat de productions, coproduction, cofinancement. Cette politique de coproduction vise à contrer l'importation américaine, en privilégiant uniquement les contenus produits en Europe. À ses débuts, La Sept ne se présentait pas comme chaîne franco-allemande, mais bien française, tournée vers l'Europe.

La SEPT n'avait donc pas de lien privilégié avec l'Allemagne, elle n'était pas conçue non plus comme une chaîne bilingue.<sup>402</sup>

Toujours en réaction à la privatisation, le Rapport Campet de 1993 marque un tournant dans l'histoire de la télévision publique française, puisqu'il proposait de redéfinir les missions du *service public*, devenu *secteur public* par l'avènement du privé. Certaines chaînes privées respectent la triple mission *informer, cultiver, distraire*, d'ordinaire attribuée au secteur public. Les chaînes publiques quant à elles ne parvenaient pas à s'harmoniser, dans une course à l'audience non dissimulée. Le Rapport Campet avait pour objectif de raffermir et réajuster les missions du regretté *service public*. Ainsi, Jacques Campet<sup>403</sup> proposait qu'une commission puisse reconsidérer les missions et le système de financement de France 2 « grande chaîne nationale aux programmes aisément identifiables », France 3 « une télévision de proximité s'appuyant sur des structures décentralisés » et La Sept « une chaîne culturelle européenne à vocation internationale. »<sup>404</sup> Les trois chaînes devaient alors s'écarter de tout affrontement concurrentiel direct avec le secteur privé, et s'harmoniser sur le plan de la programmation. Le rapport revalorisait le pluralisme et la diversité, et garantissait

---

<sup>401</sup> À l'origine à l'ORTF puis à l'INA, figure incontournable de la politique de diffusion de documentaires de la Sept puis d'ARTE. Il fut directeur de la section documentaire jusqu'en 2008.

<sup>402</sup> Témoignage de Bernard Faivre d'Arcier dans MILOT Olivier, *Aux Origines d'ARTE...était La SEPT*, publié le 06 avril 2011, disponible à l'adresse suivante :

<http://www.telerama.fr/television/aux-origines-d-arte-etait-la-sept,67589.php>.

<sup>403</sup> Conseiller maître à la cour des comptes en 1987, président de la commission chargée de réfléchir à l'avenir du secteur public en télévision.

<sup>404</sup> Campet, Jacques, Cavada, Jean-Marie, Elkabbach, Jean-Pierre. *L'avenir de la télévision publique : rapport au ministre de la communication*, dit *Rapport Campet*, 1993.

l'impossibilité de privatisation des deux chaînes publiques nationales que sont France 2 et France 3, et se prononçait en faveur du maintien de la chaîne franco-allemande, « chaîne transnationale à vocation culturelle. »<sup>405</sup>

### ***La Sept sur FR3.***

La loi du 3 juillet 1972, qui a par ailleurs déterminé le monopole de l'État sur le service public national de radiodiffusion-télévision, a conduit à la création d'une chaîne dédiée aux régions. Des décrochages régionaux étaient auparavant mis en place sur les deux chaînes nationales de l'ORTF, témoignant de l'enjeu régional préexistant. L'éclatement de l'ORTF, promulgué par Jacques Chirac en juillet 1974, donnait naissance à sept sociétés indépendantes. L'Institut National de l'Audiovisuel fut érigé, avec pour missions de reprendre quelques-unes des anciennes fonctions de l'ORTF, telles que la formation professionnelle ou l'archivage. La conséquence principale de l'éclatement de l'Office de Radio-Télévision Française est l'apparition d'une forme de concurrence entre les trois chaînes. Les réactions sont partagées, certains étant convaincus de l'importance de ces duels entre chaînes de télévision au service de la production d'émission de qualité, d'autres craignant que cela ne mène à la privatisation des chaînes en difficulté.

La création de France 3 atteste un certain désir de décentralisation, chaîne du cinéma, à vocation régionale, France-Région 3 (FR3) est créée le 1<sup>er</sup> janvier 1975. À ses débuts, la chaîne n'émettait qu'à partir de 19h, avec un journal d'information régional, puis proposait des fictions en soirée. Une des particularités de la chaîne est l'offre thématique, puisqu'influencée par les régions concernées. Le développement de l'offre régionale reste complexe à organiser, tant il implique une coordination avec les sociétés de production dispatchées sur l'ensemble du territoire national. Le cahier des charges de FR3 la contraignait à diffuser quatre films par semaine. Elle couvrait les régions de la métropole et d'Outre-mer, mais ne diffusait à ses débuts que 3h par jour. La chaîne se présentait aussi comme éducative, à la demande du ministère. Dès 1975, FR3 ose les décrochages en patois, corse, breton, alsacien ou basque. Financée au départ par la redevance, elle s'ouvrit à la publicité en 1983. Son nouveau cahier des charges lui offrait la possibilité de diffuser des variétés, ce qui ne lui était pas autorisé à sa création.

---

<sup>405</sup> « La commission Campet se penche sur le service public ». *L'Humanité*, 23 septembre 1993. <https://www.humanite.fr/node/63939>.

Le service public prit donc, dans la première moitié des années 1970, une dimension régionale. L'on comptait sur le désir des téléspectateurs d'une télévision de proximité, tant dans l'information et que dans les magazines et reportages. La télévision régionale fut réévaluée et perçue comme un outil de cohésion sociale. La télévision et l'information nationale ne sont-elles pas le reflet d'évènements au sein même du territoire, reflet des régions et départements ? Les publics semblaient adhérer à cette offre, développant une identification à travers la télévision régionale, avec une mise en valeur de la diversité des territoires et des traditions. Au cours de son développement, la chaîne s'est affirmée avec ce double profil national et régional. Cette double identité la renforce et satisfait un public désireux d'accès à l'information nationale et locale en continu.

La loi de 1982 ouvrait la création de sociétés régionales de radio et télévision. La décentralisation faisait partie intégrante des ambitions de François Mitterrand en matière d'audiovisuel. En 1983, FR3 est composée de douze stations régionales. La chaîne souffrait cependant d'un manque de moyens considérables et ne pouvait se permettre une programmation riche et variée, malgré la mise en place de l'Agence de Programmes Interrégionaux, qui constituait un fond commun pour l'achat et les coproductions et l'échange de programmes. Le processus de décentralisation, initiée par la création de FR3, poursuivi par François Mitterrand, reste un relatif échec. L'on constate même en 1985 un retour en arrière, puisque des horaires auparavant dédiés à l'information régionale furent réattribués au national. Malgré ces soucis budgétaires, FR3 parvint à implanter quelques centres de télévisions régionales grâce au soutien des départements et régions. Le budget gonflait enfin à partir de 1990. Hervé Bourges, élu PDG des chaînes du service public, cherchait à équilibrer les forces et fut créé le 7 septembre 1992 l'organisme France Télévisions, enseigne sous laquelle évolueront désormais France 2 et France 3 avec une harmonisation de leur programmation.

Le groupe France Télévisions ainsi créé pouvait conserver en partie son caractère régional, comme l'indique le texte de Loi de 1989 relatif à la liberté de communication.

France Télévisions conçoit et diffuse en région des programmes qui contribuent à la connaissance et au rayonnement des territoires et, le cas échéant, à l'expression des langues régionales. Ces programmes sont diffusés à travers des décrochages spécifiques, y compris aux heures de grande écoute, et peuvent être repris au niveau national. Ils

reflètent la diversité de la vie économique, sociale et culturelle en région et proposent une information de proximité.<sup>406</sup>

Ce même texte traduit les missions du service public, selon lesquelles les chaînes de télévision associées ont un devoir de pluralisme, d'accès à la culture et doivent permettre un rapprochement des citoyens, quelle que soit leur classe sociale. Modifié en 2009, il prend en compte les missions de la chaîne franco-allemande.

Les sociétés énumérées aux articles 44 et 45<sup>407</sup> poursuivent, dans l'intérêt général, des missions de service public. Elles offrent au public, pris dans toutes ses composantes, un ensemble de programmes et de services qui se caractérisent par leur diversité et leur pluralisme, leur exigence de qualité et d'innovation, le respect des droits de la personne et des principes démocratiques constitutionnellement définis. [...] Elles favorisent le débat démocratique, les échanges entre les différentes parties de la population ainsi que l'insertion sociale et la citoyenneté. Elles mettent en œuvre des actions en faveur de la cohésion sociale, de la diversité culturelle et de la lutte contre les discriminations et proposent une programmation reflétant la diversité de la société française. Elles assurent la promotion de la langue française et, le cas échéant, des langues régionales et mettent en valeur la diversité du patrimoine culturel et linguistique de la France. [...]. Elles favorisent l'apprentissage des langues étrangères. [...].<sup>408</sup>

Bernard Faivre d'Arcier, alors à la tête de l'équipe dirigeante de La Sept et proche de Jeanine Langlois-Glandier, présidente de FR3, bâtissait un projet commun avec cette dernière. Le président de La Sept affichait une conception relativement *classique* de la culture, et ciblait sa programmation sur les arts, la création, le théâtre, la musique, l'opéra ou encore les arts plastiques. Le projet Canal I de Desgraupes, à vocation européenne, fut écarté, et la Société d'Édition de Programmes de Télévision se présentait plutôt comme soutien au cinéma et à la culture française. Le Comité de Gérance de La Sept se constituait de représentants de FR3, de l'État, de Radio France et de l'INA, soit une équipe intégralement française. La Sept, qui ne

---

<sup>406</sup> Article 44 de Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard), modifié par la loi n°2009-258 du 5 mars 2009, disponible en ligne à l'adresse suivante : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930&dateTexte=20090909#LEGIARTI000006420195>.

<sup>407</sup> Il s'agit des sociétés nationales de service public France Télévision, Radio France, ARTE France.

<sup>408</sup> Article 43-11 de la Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard), modifié par la loi n°2009-258 du 5 mars 2009.

pouvait diffuser, survit grâce à FR3, qui lui permit au passage d'affirmer ses vocations, « enrichir le patrimoine européen » et « nourrir les coproductions ».

Lorsque le gouvernement changeait de majorité en 1986, les hommes à la tête de la Sept changèrent eux aussi. Georges Duby en fut élu président, et la volonté de faire de la chaîne non plus seulement une chaîne de production, mais aussi d'édition, émergea. Cette fonction d'éditeur fut rendue possible par un changement de statuts et une attribution d'une fenêtre sur FR3 dès le mois de mai. Les premières diffusions de La Sept tardèrent pour des raisons techniques, et la chaîne n'émettait qu'à partir du 30 mai 1989. Alors qu'elle était encore très française, elle se présentait à l'enseigne d'un slogan bien européen, puisqu'elle est « chaîne culturelle à vocation européenne autant par ses programmes que par sa programmation. »<sup>409</sup> La Sept, alors qu'elle existait depuis plus d'un an, restait invisible. L'espace hertzien est saturé. Devant l'impossibilité de lui ouvrir un réseau, et face aux problèmes techniques rencontrés par le satellite censé l'héberger, La Sept obtenait trois jours d'essai en fenêtre sur FR3. Cette décision eut des effets positifs et négatifs. Une opportunité bien entendu pour La Sept qui obtint enfin une vitrine de sa programmation (même si le créneau était relativement court) et qui pouvait ainsi prolonger son rôle de mécène. Georges Duby, à qui l'on demandait de justifier le caractère européen de la chaîne, en profita pour faire appel à des programmeurs européens de renom, Eckart Stein (ZDF) et Michael Kustow (Channel 4). Pour FR3, la décision est perçue bien différemment : les responsables de la chaîne devaient déjà s'acquitter d'une double mission, celle d'être représentatif des régions et de la production cinématographique, ils se voyaient désormais assignés à être promoteurs d'un embryon de chaîne culturelle, qu'ils se devaient d'héberger, sans avoir d'influence ni de droit de regard sur la programmation proposée. Les auteurs de La Sept ne se privèrent pas d'ironiser sur cette situation, annonçant « Dans Cendrillon, à minuit, le carrosse se transforme en citrouille, c'est comme pour la Sept, à minuit, elle redevient la 3 ». Ou encore « La Sept s'en va à petits pas, car c'est l'heure du golf sur FR3 ». Inutile de préciser que FR3 n'apprécia guère.<sup>410</sup>

Georges Duby avait déclaré lors de ce premier essai « si nous parvenons à dissocier le mot culture du mot ennui, nous aurons gagné la partie. »<sup>411</sup> Si les instigateurs du projet de chaîne culturelle souhaitaient promouvoir la création, ils ne restaient pas moins conscients de la question de l'élitisme qu'une telle entreprise soulève. La première journée de diffusion de la

---

<sup>409</sup> INA 1993.

<sup>410</sup> Situation décrite dans l'émission Culture Pub dédié à La SEPT, « *Sept ans de malheur* » diffusée en 1992 sur M6.

<sup>411</sup> Culture Pub, 1992.

Sept se soldait par un échec avec 1.7% d'audience uniquement. Les deux jours suivants furent plus élevés, et FR3 conservait, non sans réticences, cinq rendez-vous hebdomadaires sur sa chaîne.

La Sept fut en outre confrontée à des problèmes techniques : la diffusion par satellite prit du retard et est très coûteuse, pour une chaîne finalement peu regardée, surnommée « la belle invisible » par la presse. Jérôme Clément, alors qu'il était le président de l'établissement télévisuel, voulait pouvoir diffuser sur le réseau multiville hertzien. Catherine Tasca souhaitait voir La Sept se développer sur FR3. Clément, dans son engagement culturel, menait un véritable combat de terrain pour gagner en audience. Il ne jouait pas seulement sur la programmation mais cherchait à faire connaître la chaîne en province. Aidé par les maires, il ouvrait des salles de visionnage dans des salles de spectacle, rassemblant ainsi le public autour de la programmation de La Sept. Alors que les chefs de Gouvernements français et allemand exposaient leur projet de chaîne culturelle franco-allemande en 1988, la Sept n'émettait toujours pas. En mai seulement, le satellite TDF1 rendait la diffusion possible, mais les potentiels téléspectateurs, alors évalués à 300 millions, devaient s'équiper d'un décodeur de la norme D2 Mac, malheureusement bien rare sur le marché. La solution passait par le câble, mais le public n'était pas au rendez-vous. La solution la plus efficace aurait été l'ouverture d'un 7<sup>e</sup> réseau hertzien, ce qui était à cette heure impossible.

Le 3 février 1990, La Sept diffusait ses programmes sur FR3, le samedi avec une fenêtre de 15h à 19h puis de 20h à minuit, durant deux ans (avril 1992). Le grand public découvre peu à peu la programmation, et se montre curieux de l'émission de Marc Ferro, *Histoires Parallèles*, qui atteint une audience de 4 à 5%, avec des pics à 7%, un record pour la chaîne.

D'un point de vue organisationnel, La Sept est divisée en unité de programmes, comme l'est actuellement ARTE. Au moment de sa création, elle propose trois grandes unités : Documentaires, Fictions, et une unité rassemblant Musique, Théâtre et Danse. Des programmes Jeunesse feront leur apparition à partir de 1987. La Sept séparait production, édition et diffusion. Elle n'avait pas de site de production ni de studios. Les trois unités de programme travaillaient relativement indépendamment, régulées ensuite par la direction mais relativement autonomes. Dans le paysage audiovisuel français, La Sept faisait figure d'entité de coproduction. En 1987, 80% de ses programmes sont des coproductions avec des sociétés privées de production, le reste avec la Société Française de Production (SFP) et FR3. La Sept

s'apparente à une société de financement, et offre de nouvelles perspectives à la télévision, une télévision de création, une télévision d'auteurs. Le média populaire se rapproche du cinéma, et se profile contre l'industrialisation des contenus.

La SEPT war eine in Europa einmalige Chance der Fernsehschaffenden, ihre kulturtheoretischen Vorstellungen in einer Produktions- und Programmpolitik zu verwirklichen.<sup>412</sup>

La Sept tâchait de redonner ses lettres de noblesse à la création. La chaîne se caractérise par son attrait aux documentaires, qui sont une grande partie du budget. Sont ensuite promus longs métrages et coproductions. La Sept apparaît comme mécène et ouvre le champ des possibles concernant la création audiovisuelle. Elle devint diffuseur à partir d'avril 1989, et obtint une autorisation par le CSA de se servir du satellite TDF1. La Sept souffrait d'un manque de visibilité évident, avec des audiences entre 0.1 et 1% seulement. Cette ambition de proposer des contenus culturels en télévision reste effectivement antinomique, les intellectuels n'étant que peu attirés par ce média, et le grand public ne s'inscrivant pas particulièrement dans cette demande.

Au regard de sa programmation, l'on constate un relatif échec de son aspect européen. La Sept était imprégnée de contenus français. Inge Gräßle en rapporte les chiffres, avec 60% de contenus cinématographiques d'origine française pour 20.7% de l'UE. En ce qui concerne les documentaires plus de 68% étaient français contre seulement 16.3% d'expression européenne.<sup>413</sup> De 1989 à 1991, 45 à 48% du temps de diffusion était consacré aux documentaires et magazines, 30% à 35% aux longs métrages et 8 à 20% pour les domaines de la musique, danse et théâtre, 2 à 14% cours de langue<sup>414</sup>. Malgré sa vocation européenne, la Sept en tant que diffuseur restait très française, avec près de 80% d'œuvres d'expression originale française entre 1989 et 1991.

C'est seulement lors du Sommet Franco-Allemand de mai 1987 que les gouvernements français et allemand allaient s'accorder sur le projet de chaîne commune, culturelle et

---

<sup>412</sup> « En Europe, La SEPT fut une opportunité unique pour les professionnels de la télévision de concrétiser leurs théories culturelles dans une politique de production et de programmation », dans Gräßle, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, Campus 1995, p.85.

<sup>413</sup> Gräßle, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, Campus 1995, p.87.

<sup>414</sup> CSA/INA 1992



européenne. La Sept cherchait alors à étendre sa programmation et ses partenariats vers l'Europe.

### c) La Sept, chaîne culturelle européenne ou française ?

Française dans son origine, ses structures et ses moyens actuels, La SEPT est européenne dans son ambition et dans son devenir.<sup>415</sup>

La direction de La Sept a connu de nombreux remous : Dirigée à l'origine par Bernard Faivre d'Arcier, inspiré par le caractère européen du projet mais plutôt décisif au sujet du soutien à la création et à la diffusion de la culture française – une culture des *beaux-arts*, la chaîne fut ensuite rapidement aux commandes de Georges Duby, plutôt en faveur d'une télévision éducative et qui devait se charger de remettre l'*européen* au cœur du projet. Jérôme Clément lui succéda, et resta à la tête de La Sept, qui allait devenir ARTE France, pendant vingt ans. Ce qui devait être un grand laboratoire d'expérimentation télévisuelle européenne se résoudra à une structure franco-allemande, dans son organisation administrative et ses locaux. Cette finalité est le fruit de plusieurs logiques. Mitterrand et Kohl, dans leur dynamique de renforcement des liaisons franco-allemandes, cherchaient à construire ensemble un média européen. S'en tenir à une coopération franco-allemande avait aussi pour but de simplifier la structure juridique, financière et linguistique de la chaîne. Quelques projets médiatiques européens avaient échoué, à l'image du magazine français *L'Européen*, en 1998, qui n'a tenu que quelques mois.

Le fait de s'en tenir au franco-allemand apparaît ici comme *un mode de résolution* de la problématique européenne traitée dans le point précédent. Si l'on reproche à la chaîne sa dimension politique, rappelons tout de même que ce soutien étatique est à l'origine de sa stabilité actuelle, si bien au moment de la création de La Sept, que lorsque les partenaires allemands ont rejoint l'aventure. Les trois pôles d'ARTE constituent un ensemble bien rodé, tant financièrement qu'administrativement, sécurisant sa structure unique. Malgré la privatisation et la libéralisation de la télévision, l'État trouve encore son rôle à jouer avec la création de cette chaîne culturelle européenne, faisant le lien entre les contraintes techniques, financières et socio-culturelles, afin de satisfaire les deux partis.

---

<sup>415</sup> François Léotard lors de la conférence de presse du 30 septembre 1987, retranscrit dans Léotard, François. *Culture, Les Chemins du Printemps*.

Si on peut lui reprocher sa structure française au départ, la chaîne garantissait tout de même une philosophie bien particulière, fondée sur le rejet de la production audiovisuelle de masse et d'industrie, dans le but de se faire valoir comme outil de création aux ambitions esthétiques, artistiques, culturelles et intellectuelles, bref, une télévision de la création et de l'expérimentation. Un aspect expérimental qui lui valut aussi quelques critiques.

La Sept n'a pas la préoccupation du public. Ses programmes sont intéressants mais appartiennent plus souvent à la recherche qu'à la satisfaction du public.<sup>416</sup>

La Sept eut certes quelques difficultés à convaincre ses téléspectateurs, elle ne trouvait pas son public, mais semblait tout de même atteindre ses objectifs puisque son contenu devint petit à petit européen, grâce à la signature d'accords avec des chaînes de télévisions européennes. La Sept diffusait alors sur la RAI, la ZDF ou la BBC, et élargissait son champ de diffusion. Dès 1989, La Sept fournissait des programmes en Europe de l'Ouest et Centrale. Elle signait des contrats de coopération avec la ZDF puis l'ARD. Un conseil consultatif des programmes fut mis en place, avec 25 personnalités européennes de la vie culturelle. C'est par le biais de ces initiatives que La Sept devint européenne.

La structure et le financement de la Sept ont été décidés par le ministère français de la culture, en décembre 1987. Une participation financière à hauteur de 30% fut demandée à l'Allemagne. La Sept, bien que l'ARD et la ZDF aient pris part au projet, restait française, mais cherchait à encourager la production européenne. Les *Länder* commençaient eux aussi à faire part de leurs exigences en matière de télévision culturelle européenne. Les Français se montraient désireux de créer une nouvelle structure sur laquelle le droit allemand et le droit français pourraient être appliqués à parité, alors que les Allemands tenaient surtout à l'autonomie vis-à-vis de l'État, ce qui n'était pas le cas avec La Sept, autonome certes, mais pas suffisamment. Deux ans de négociations furent nécessaires pour que les Allemands annoncent leur accord de financement via l'augmentation de leur taxe audiovisuelle. Les deux pays s'accordèrent sur l'utilisation du satellite TDF1 pour émettre. Le projet franco-allemand s'institutionnalisait alors. La Sept comptait 26 membres, 13 Allemands de l'ARD et de la ZDF, des *Länder* et représentant des affaires étrangères, 13 Français issus de La Sept, du

---

<sup>416</sup> Philippe Guillaume, Président Antenne 2, cité depuis Emanuel, S. *Télévision et Culture en France, A la recherche d'une chaîne culturelle européenne* 1992, p.202.

ministère de la communication, des finances, des affaires étrangères, le premier ministre, les représentants de l'ambassade et du CNC. La fondation de ce groupe d'experts fut fixée par Lothar Späth et François Léotard le 23 juin 1987. Ils se rencontraient en janvier 1988 pour la première fois, afin de constituer un cadre juridique au service d'une programmation commune.

Alors que l'on reprochait à La Sept d'être trop française, Michel Guy soulignait que la chaîne collaborait avec la Rai, Channel Four, ZDF et la SSR, ce qui lui conférait sa dimension européenne. Michel Guy répondra ouvertement à ces critiques dans le journal *Le Monde* en 1987, alors que la Sept ne faisait que ses premiers pas dans le PAF.

Quatre chaînes européennes participent au comité de programmes : la RAI, Channel Four, la ZDF et la télévision suisse romande SSR. Nous allons signer des accords-cadres de coproduction avec sept autres chaînes européennes. Et vous verrez, dès nos premières 'journées' sur FR3, que plus de la moitié des programmes présentés à cette occasion seront coproduits à l'échelle européenne, ou consacrés aux pays de la communauté.<sup>417</sup>

Le comité de programmes constitué en 1986 avec des professionnels de l'audiovisuel représentait ces quatre chaînes, et donc quatre pays, l'Italie, l'Angleterre, l'Allemagne et la Suisse. La Sept entrait dans une politique de coopération et d'accord avec les pays européens, dans l'optique de développer ce réseau. Ses achats de programmes européens s'élevaient à hauteur de 25%. La Sept était présente dans les manifestations audiovisuelles internationales, cherchant à participer à des échanges concrets avec des acteurs de l'audiovisuel et les créateurs. La Sept valorisait le documentaire, développait une écriture particulière, incomparable aux autres formats. L'unité de programme Fictions cherchait à promouvoir le genre européen, et l'unité spectacle couvrait les grandes manifestations européennes.

La Sept était à ses débuts très culturelle, et assez peu européenne, tant dans ses effectifs que dans ses achats et coproductions. Elle participait grandement à la sauvegarde du patrimoine cinématographique français, mais restait assez timide à l'échelle européenne. Profondément liée à la culture française, et selon une acceptation très française<sup>418</sup>, elle ne parvint que

---

<sup>417</sup> Gay, Pierre Angel, dans son article « *Un entretien avec M. Michel Guy, vice-président de la Sept, Une télévision pour les forces vives de notre société* » *Le Monde*, 17 avril 1987.

<sup>418</sup> La France présente une définition de la *culture* plutôt liée au domaine des beaux-arts, de l'esthétisme. Sous le terme de *Kultur*, les Allemands proposent une acceptation plus large, tenant compte des traditions, des habitudes

difficilement à proposer une autre image. La vocation culturelle de La Sept est fortement affirmée et parfois critiquée. Elle présentait effectivement une définition assez élitiste, « à la française », de la culture, la culture des beaux-arts. Le comité des programmes reflétait cette audace, car composé d'intellectuels et de personnalités issues des milieux culturels, avec Pierre Boulez (chef d'orchestre, compositeur), Patrice Chéreau (metteur en scène), Michel Guy, le sociologue Pierre Bourdieu, Françoise Héritier-Augé (anthropologue), Jean-Louis Binet, professeur de médecine, Peter Brook, metteur en scène, ou encore Eckart Stein, directeur de programmes à la ZDF.

Quelques journalistes d'information regrettaient que La Sept ne s'intéresse pas à l'information européenne, point qu'avait suggéré Pierre Desgraupes et qui ne fut pas retenu. D'autres proclamaient l'enfermement de la culture dans un « ghetto » via la naissance de cette nouvelle entité télévisuelle, incompatible avec la télévision généraliste. Nous nous arrêterons plus longuement sur l'ensemble des critiques qu'a pu connaître la chaîne en fin de chapitre.

La Sept est le fruit d'une conception française et s'inscrit nettement dans le cadre des politiques culturelles françaises. L'on a cherché d'une part à promouvoir la culture par un média populaire : la télévision. D'autre part s'est développée une politique de construction européenne, visible à l'échelle des médias de communication, dans le but bien précis de produire des contenus européens et contrer le marché américain. Le PAF s'est vu modifié et reflète bien l'histoire des politiques culturelles et audiovisuelles : Un fort monopole de l'État, une tentative de décentralisation, la création d'une chaîne des régions, puis d'une chaîne culturelle en réponse à la multiplication des chaînes privées et de contenus certes divertissants mais peu qualitatifs, abaissant la télévision au rang de média populaire. L'Allemagne, toujours dans le cadre de ses coopérations rapprochées avec la France, et sous l'impulsion de Lothar Späth, allait se lier au projet La Sept, et celle-ci n'allait plus être uniquement une chaîne culturelle européenne, mais bien une chaîne franco-allemande culturelle et européenne. Après avoir exploré les grandes articulations et mutations du PAF, après avoir explicité quelques-unes des raisons de création de La Sept – réaction à la privatisation, création d'une identité culturelle européenne, valorisation du patrimoine français – il est désormais utile de

---

et des modes de vie. La *Kultur* allemande s'apparente plutôt à la notion française de *civilisation*. Lors de notre chapitre consacré à la théorie de l'interculturalité, nous développons ces considérations afin de les appliquer à une analyse de la programmation d'ARTE, et dans le but de proposer une définition de l'interculturalité en télévision. Les deux États présentent tous deux des acceptions bien distinctes, parfois même contradictoires, de ce qu'est la culture, de ce que peut être la culture en télévision.

dresser une analyse du paysage audiovisuel allemand, afin de discerner un historique que nous pourrions comparer à celui de la France, et tâcher de comprendre quelles missions soutient la télévision allemande, et en particulier comment les deux pays ont dû s'harmoniser.

Cette comparaison servira de surcroît à mieux saisir quels ont été les méthodes et les moyens de résolution de conflits dans ce cadre bien particulier qu'est la constitution d'une chaîne de télévision culturelle bicéphale, franco-allemande. Ces conflits résultent de la rencontre entre deux structures culturelles et audiovisuelles différentes, que nous considérons comme une rencontre interculturelle à l'échelle entrepreneuriale et juridique. Avant de s'intéresser à l'harmonisation de l'équipe binationale que constituent les employés de la chaîne ARTE, il a fallu appréhender la phase d'harmonisation des structures, conséquence d'un rapprochement dans ce domaine bien précis qu'est celui de l'audiovisuel. Il s'agit ici de la première strate propre à l'interculturel télévisuel, que nous nommerons *strate systémique*, puisqu'un *système* précis a dû être mis en place pour rendre l'interculturel télévisuel fonctionnel, et pérenniser les actions de la chaîne culturelle. Pour devenir franco-allemande, La Sept a dû évoluer et s'insérer dans deux systèmes bien distincts. La tradition fédérale de l'Allemagne, ou encore son acception culturelle, ont des répercussions notables dans la structure profonde de son système audiovisuel. Cette structuration a été un premier obstacle à surmonter pour la chaîne interculturelle en devenir. Après avoir décrit le paysage audiovisuel français, il est désormais essentiel de rendre compte de son pendant allemand en donnant à voir ses grandes tendances, notamment culturelles et éducatives avant d'étudier les probables conflits internes, conflits humains immanents de la rencontre interculturelle. L'on peut parler d'un conflit structurel, cette fois-ci intrinsèque de *l'interculturel télévisuel*, et qui donne lieu à une problématique supplémentaire. Il n'a pas suffi de rapprocher des peuples, des Hommes, ni même des idées, mais aussi deux véritables systèmes que sont l'audiovisuel en France et l'audiovisuel en Allemagne.

#### **4) La nouvelle vocation interculturelle de La Sept : Les premières traces d'une forme de dialectique.**

France et Allemagne sont parvenues à constituer un climat d'entente et d'étroites collaborations et ont ainsi pu bâtir en commun bon nombre d'institutions. Si, dans le domaine culturel, de pérennes institutions telles que l'OFAJ ou l'Institut Goethe semblent les plus abouties et demeurent les plus célèbres, ARTE suggère pour sa part une portée internationale

à l'amitié franco-allemande. Sa nature télévisuelle lui confère en outre un avantage considérable ; celui d'être en mesure de capter un large auditoire, les germanophones comme les francophones, les germanophiles comme les francophiles, et surtout les initiés comme les néophytes. Malgré des paysages audiovisuels très différents, les deux États se sont associés dans ce but de créer un canal commun européen, de faire apparaître et renforcer un lien identitaire entre les États membres.

Une problématique majeure fait dès lors surface ; alors que La Sept existait déjà, comment la partie allemande a-t-elle pu se greffer ? Lorsqu'elle devint franco-allemande, comment La Sept – qui allait changer de dénomination pour basculer vers celle usitée aujourd'hui, ARTE – s'est-elle insérée dans le paysage audiovisuel allemand, alors qu'elle a au départ été conçue certes dans une optique européenne, mais bien par et sur le territoire français, et donc selon les usages français ? Un examen du paysage audiovisuel allemand nous permettra de répondre à cette question, et tend une fois encore à montrer que les deux parties engagées sont parvenues à constituer un terrain d'entente parce qu'elles partageaient de fortes ambitions. L'évocation du rattachement de la partie allemande à La Sept nous permet de conserver comme perspective d'analyse les grandes phases d'harmonisation, le contournement ou la résolution de problèmes et conflits inhérents à la rencontre interculturelle, à la fondation d'un média transnational, codirigé par deux pays bien distincts, la France et l'Allemagne. En ancrant notre rédaction dans ce paradigme, nous pourrions vérifier notre hypothèse de recherche dans ce contexte précis de la constitution d'un organisme de télévision biculturel et l'étude de sa structure, dans ce que nous avons choisi de considérer comme étant la *stratémique* de la rencontre interculturelle.

#### **a) Le paysage audiovisuel allemand : une tradition fédérale.**

À la tradition française dans laquelle les élites nationales cherchent à imposer des manières de voir et de penser, s'oppose la tradition fédéraliste allemande où les pouvoirs polycentriques ne délèguent à l'instance supérieure que les questions qu'ils ne peuvent résoudre à leur niveau. Cette règle de subsidiarité s'applique à toutes les questions d'éducation et de culture dont relève en particulier le domaine de la radiotélévision.<sup>419</sup>

---

<sup>419</sup> Utard, Jean-Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational : étude d'un corpus franco-allemand*. Université Robert Schuman (Strasbourg), 1997, p.19.

L'Allemagne considère les médias comme les grands responsables de la propagande hitlérienne, et ainsi, de fait, la puissance des médias sur l'opinion publique provoque depuis plusieurs décennies plus de réticences qu'en France, d'où le choix net d'une séparation du pouvoir étatique, de laisser les *Länder* maîtres de cette grande instance et garants des décisions, finalement en continuité avec ce que les Alliés avaient mis en place lors de la phase d'occupation en créant chacun leur station de radiodiffusion, alors que la France bâtissait son système audiovisuel sur un contrôle de l'État pour en garantir la sécurité. La télévision française devint en 1959 « établissement public à caractère industriel et commercial ». En tant qu'outil de diffusion d'information, elle restait régulée par la Constitution. Son ascendant politique et gouvernemental provoqua bien des contestations, notamment au sujet de son influence sur l'information. Le démantèlement de l'ORTF ouvrit la porte aux entreprises privées, éloignant le monopole de l'État, ouvrant les portes de la concurrence et permettant une grande liberté dans les contenus. La « liberté de la communication audiovisuelle » s'affirme par la loi du 29 juillet 1982, mais l'État conservait un monopole en termes de diffusion.

Dans sa tradition de rejet de toute propagande, l'Allemagne rédigea un alinéa dans la Loi Fondamentale de 1949 exposant les principes de liberté de communication :

Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.<sup>420</sup>

L'article 5 de la Loi Fondamentale du 23 mai 1949 garantit les libertés de presse, de radio, de télévision et de cinéma. Il s'agit du principe de la liberté de l'audiovisuel, la *Rundfunkfreiheit*. Les médias relèvent de la compétence des *Länder* d'un point de vue législatif ; ce sont eux qui sont aptes et autorisés à adopter les lois sur les médias. Chacun de leurs instituts sont d'intérêt public, ainsi que de droit public et autonomes.

---

<sup>420</sup> « Chacun a le droit de s'exprimer et de diffuser librement son opinion par la parole, par l'écrit et par l'image, de s'informer sans entraves aux sources qui sont accessibles à tous. La liberté de la presse et la liberté d'informer par la radio, la télévision et le cinéma sont garanties. Il n'y a pas de censure », dans l'article 5 alinéa 1 de la Loi Fondamentale.

L'influence de la télévision sur l'opinion publique a fait se développer en Allemagne un principe de subsidiarité afin d'éviter que le média ne soit l'outil de l'État ou ne représente qu'un parti unique.

Il est nécessaire de préciser que la jurisprudence du *Bundesverfassungsgericht* (Tribunal Constitutionnel) n'exclut pas tout à fait l'État, mais fixe que l'État ne doit pas avoir d'influence déterminante. Les sociétés de télévision sont indépendantes du *Bund*. Les *Länder* exercent le pouvoir législatif mais les chaînes sont assurées de leur indépendance. Si ces principes d'indépendance sont au cœur des investigations allemandes, il existe bien des instances de régulations, des représentants des différents niveaux de l'État dans les comités des instituts de l'audiovisuel public. Les *Rundfunkräte*, par exemple, propres au service public allemand, assurent un rôle de représentation de la société civile, et sont internes à chaque entreprise de radiodiffusion. Les *Rundfunkräte* se déclarent indépendants, mais sont tout de même en partie constitués par des représentants choisis par les partis politiques<sup>421</sup>, la majorité politique du *Land* concerné s'y reflète donc.

En Allemagne, le système audiovisuel n'est autre que le reflet de sa structure fédérale, régenté par les *Länder*. Il se caractérise par sa structure embrassant le découpage régional d'après-guerre statué par les Alliés. Sa relation à l'État est bien singulière au regard de ce qu'a pu développer la France. Le système allemand est un système de droit public (*öffentlich-rechtlich*). S'il est autonome vis-à-vis du *Bund*, des arrêts de la Cour Constitutionnelle Fédérale (*das Bundesverfassungsgericht*) ont fait évoluer la législation dans ce domaine.

L'ARD (*Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland*, fondé en 1950) est le premier établissement public de radiodiffusion, organisme rassemblant plusieurs établissements régionaux. L'ARD regroupe des instituts de l'audiovisuel public (*Anstalten*) qui diffusent chacune dans leur *Land*, et contribuent ainsi à la programmation globale. Ces agences produisent communément le programme de la première chaîne *Das Erste* depuis 1952. Il s'agit d'une chaîne *patchwork* pour laquelle chaque émission est produite respectivement par son *Anstalt* et est diffusée comme programme national. L'ARD rassemble les organismes régionaux de télévision, chacun ayant sa part décisionnelle, propose des décrochages régionaux en fin de journée – une organisation rappelant fortement le fonctionnement de *FR3*, qui fut fondée bien après l'ARD.

---

<sup>421</sup> Les membres des *Rundfunkräte* sont issus des « *relevante Gesellschaftlichen Gruppen* », les « groupes importants pour la société ».



La ZDF, *Zweites Deutsches Fernsehen*, est la deuxième chaîne allemande, fondée en 1963. Elle diffère notamment de l'ARD par sa centralisation de production, à Mainz, mais elle relève elle aussi des régions, des *Länder*. La ZDF est constituée de deux conseils, le *Fernsehrat* (conseil de télévision), composé de membres représentant les *Länder*, mais aussi les partis politiques, les groupes sociaux, le gouvernement fédéral et les organisations religieuses et le *Verwaltungsrat* (conseil d'administration) qui se compose de cinq représentants des *Länder*, un représentant du gouvernement fédéral, huit élus du conseil de télévision. Les partis politiques disposent donc malgré le principe de *Staatsferne* d'une influence certaine dans la ZDF.

Les programmes régionaux, *ARD3* ou *Die Dritten Programme* regroupent huit *Länder* depuis 1993. Certains *Länder* se sont regroupés, ce qui explique qu'il y ait moins de chaînes régionales que de *Länder*. Conçues au départ pour la culture et l'éducation, elles ont goûté au divertissement pour des questions évidentes d'audience. Contrairement à la France, la télévision allemande a un rôle pédagogique plus affirmé. L'Allemagne comprend dans son paysage audiovisuel une chaîne thématique culturelle depuis 1984, *3Sat*, sur initiative de la ZDF, en réponse à la mise en route d'*ARD3*. L'*ORF* (Autriche) et la *SRG* (Suisse) ont conjointement pris part au projet *3Sat*. L'ARD les rejoindra ensuite, en 1993, renonçant à sa tentative de mise en place en 1986 de son propre programme culturel *Eins Plus*. ARTE et *Deutsche Welle* sont les deux chaînes du paysage allemand à caractère supranational. L'année 1986 marque officiellement l'ouverture du secteur privé, par arrêt du *Bundesverfassungsgericht*. Cet arrêt, le *Niedersachsenurteil*<sup>422</sup> a redéfini les missions du service public allemand, qui se virent désormais dans l'obligation de respecter un « service de base » (*Grundversorgung*), répondant comme en France à une obligation de services culturels, d'information, de divertissement et d'éducation, et ce concernant tant les conditions d'accès aux contenus que les contenus eux-mêmes. Les *Länder* se doivent de promulguer des lois garantissant des impératifs de pluralisme, pluralisme par ailleurs perceptible dans l'ensemble des règlements appliqués en France dès le début des années quatre-vingts. Avec l'avènement des télévisions privées, l'Allemagne se voit confrontée, comme en France, à une nouvelle concurrence. Ce nouveau paradigme est d'autant plus difficile pour nos voisins Outre-Rhin, qui jusqu'alors harmonisaient leur programmation entre chaînes publiques, évitant toute

---

<sup>422</sup> Niedersachsenurteil, BVerfGE 73, 118, 4.November 1986.

concurrence frontale. S'est développée à cette époque une télévision plus populaire, en quête d'audience.

Pour beaucoup de téléspectateurs et parmi les jeunes et les ménagères, le sérieux et la sobriété spartiate des émissions d'information de l'ARD et de la ZDF, le bon ton de leurs variétés, la sélection presque pédagogique de leurs œuvres de fiction parurent brusquement vieillies devant le clinquant et la familiarité des nouveaux programmes commerciaux.<sup>423</sup>

Alors que les chaînes privées se développaient, Berlusconi a tenté, comme en France, sa chance en Allemagne, en devenant actionnaire de *Tele-5* en 1988, chaîne de divertissement qui devint une chaîne thématique sport (DSF, *Deutsches Sport-Fernsehen*), il se retira en 1998.

La réglementation allemande sur l'audiovisuel est – démocratie oblige – proche de la réglementation française. Sa particularité s'inscrit dans son système fédéral. Le *Bund* édicte le cadre juridique, mais la législation relève des compétences des *Länder*, conférant aux organismes audiovisuels publics comme privés une véritable autonomie. Le principe de *Staatsferne*, que nous avons déjà évoqué, concerne cependant tant le *Bund* que les *Länder*. Les lois sur la protection de l'enfance, la jeunesse et l'accès à l'information restent les mêmes entre France et Allemagne, puisqu'apparentes dans la directive européenne Télévision Sans Frontières. La *Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)* est en charge d'orchestrer et d'équilibrer le système audiovisuel, d'assurer la diversité des opinions lors de la diffusion à l'échelle nationale des programmes de télévision. Alors que la France s'appuie sur le CSA uniquement, l'Allemagne compte une quinzaine d'instances de contrôle pour couvrir son territoire. Parallèlement à l'édiction du Rapport Campet français, le gouvernement allemand a établi son jugement constitutionnel en réaction à la privatisation, le 22 février 1994 : le secteur public doit, en plus de ses missions traditionnelles de formation d'une opinion, d'information et de divertissement, développer ses prédispositions culturelles.

En 1998, l'Allemagne comptait sept programmes publics : Trois chaînes diffusées par voie hertzienne ARD, ZDF, die Dritte, quatre par satellite 3Sat, ARTE, Phoenix et le *Kinderkanal* (chaîne des enfants), ainsi que vingt-trois programmes privés. Si l'organisation régionale du

---

<sup>423</sup> Albert, Pierre, et Koch, Ursula. *Les médias en Allemagne*, Que Sais-Je ? 2000 p.76.

paysage audiovisuel allemand lui confère une originalité, sa télévision est, comme en France, marquée par un système mixte de cohabitation public/privé. L'audiovisuel allemand propose un système contrôlé par la société civile, les fameux *gesellschaftlich relevante Gruppe*<sup>424</sup>. Le *Bundesverfassungsgericht* est régulièrement saisi sur ces questions de réglementations et d'autonomie de l'audiovisuel allemand vis-à-vis de l'État, afin de livrer son interprétation de l'article 5 que nous avons mentionné précédemment, ce dernier demeurant très général. Et l'on constate tout de même une forme d'influence de l'État à travers même les représentants de la société civile, ou encore via les ministres-présidents (*Ministerpräsidenten*) de chaque *Land*, eux-mêmes porteurs d'idéologies politiques, et qui ont bien plus qu'un simple droit de regard sur l'audiovisuel de leur territoire.<sup>425</sup>

Le grand principe de l'audiovisuel allemand est donc le principe constitutionnel fondamental d'indépendance de l'audiovisuel vis-à-vis de l'État, nommé le *Staatsferne*. Selon ce principe démocratique, l'on cherche à faire de la télévision un média en faveur du pluralisme, en particulier du côté du service public. C'est à la société civile de garantir l'intérêt public, qui représente le secteur audiovisuel, pour refléter l'opinion la plus large, l'ensemble de la société allemande.

Le Bund et les Länder sont appelés à garantir les droits fondamentaux conformément à leurs domaines de compétences tels que les a délimités la Loi Fondamentale. La garantie de la « liberté de radiodiffusion » relève des compétences des Länder. Le Bund se contentera des domaines d'influence que la Loi fondamentale lui reconnaît pour le cas où un Land ignorerait la Loi fondamentale. Les compétences législatives et administratives en matière de radiodiffusion reviennent aux Länder.<sup>426</sup>

Si dans les années quatre-vingts François Mitterrand semblait bien inspiré par le modèle allemand décentralisé et régionalisé, Adenauer tentait en 1960 d'établir une forme de contrôle étatique sur sa télévision, selon l'archétype français, avec la tentative de mise en place d'un canal privé à caractère national. Contraire aux grands principes édictés par la Loi

---

<sup>424</sup> Que l'on pourrait traduire par « groupes représentatifs de la société » ou « importants pour la société ».

<sup>425</sup> Robert Valérie, Maîtresse de Conférences en Études Germaniques à l'Université Sorbonne Nouvelle, évoque ainsi une « contradiction entre la réalité d'un système dominé par les partis politiques et un mythe professionnel constitutif de l'identité des journalistes allemands, celui de l'indépendance face à l'État. » dans son article « *Staatsfreiheit* ou intervention de l'État ? Le modèle allemand de l'audiovisuel public », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 2, n°2 – 2013, mis en ligne le 15 décembre 2013. URL : <http://surlejournalisme.com/rev>

<sup>426</sup> Bourgeois, Isabelle. *Radio et télévision publiques en Allemagne*, p.42.

Fondamentale de 1940, le projet de « *télévision Adenauer* » conduit à de nombreuses plaintes des *Länder* et fut avorté. Cet épisode eut deux conséquences majeures : il conduisit à l'adoption du premier jugement sur l'audiovisuel en 1961. Allait résulter de ce jugement deux grands principes : « La compétence exclusive des *Länder* en ce qui concerne la législation sur l'audiovisuel »<sup>427</sup> ainsi que la *Staatsfreiheit*<sup>428</sup>. D'une certaine manière, le jugement institutionnalisa la liberté des *Länder* par rapport à l'État et fut à l'origine de la création de la ZDF.

À propos de son financement, le système public étant indépendant de l'État, il ne peut profiter que de la redevance, et de la publicité. Chaque *Anstalt* (Institut de l'audiovisuel public, dont le ZDF fait partie) doit, tous les quatre ans, proposer un bilan de perspective de financements et les soumettre à la KEF (*Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* : commission d'évaluation des besoins financiers des entreprises de radiodiffusion, indépendante). La KEF propose ensuite une recommandation, elle-même évaluée par les gouvernements des *Länder* avant que ces derniers ne fixent ensemble le montant de la redevance. Enfin, ce montant se doit d'être validé par les parlements de chaque région avant que ne soit édité un traité interétatique.

Le système audiovisuel public allemand se différencie du français par son harmonisation. La concurrence y est moins rude qu'au sein du service public français représenté par les chaînes Antenne 2 et FR3, et ce avant même les débuts de la privatisation. On peut parler de concurrence interne entre toutes les chaînes de télévision en France. C'est moins le cas avec l'Allemagne qui parvient à harmoniser sa programmation publique. Cette tradition de concurrence en France justifie le développement d'une programmation divertissante, commerciale, au nom de l'audience. La mission culturelle de la télévision française, pourtant garantie depuis l'ORTF, peut donc être remise en cause. En Allemagne, les deux modèles, public et privé, sont mieux différenciés. Le service public propose des contenus éducatifs, culturels, informatifs alors que côté privé, les missions ne sont pas proprement définies, ce qui a toujours facilité la multiplication des programmes. L'apparition du secteur privé en Allemagne coïncide avec l'apparition du secteur privé français, en 1985 avec RTL Plus et SAT 1. Elle fut initiée quelques années plus tôt lors de la coalition de deux partis allemands CDU et SPD de 1982, qui créait une première vague de privatisation.

---

<sup>427</sup> Robert Valérie, « Staatsfreiheit ou intervention de l'État ? Le modèle allemand de l'audiovisuel public. », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre journalismo* [En ligne], Vol 2, n°2 – 2013, mis en ligne le 15 décembre 2013. URL : <http://surlejournalisme.com/rev>

<sup>428</sup> Ce terme remplace parfois le *Staatsferne*.

Contrairement à la France, ce ne sont pas des chaînes publiques existantes qui furent privatisées, comme le fut TF1, mais des entreprises annexes qui furent créées.

Si l'Allemagne rejette le pouvoir politique, il n'en reste pas moins influent : En 1986, la Cour Fédérale autorise quelques augmentations de la publicité, afin d'intégrer le secteur privé sans heurt, et d'en renforcer la gestion par les *Länder*. Ces derniers créèrent une *Landesmedienanstalt* (comprenant la quinzaine d'instances de contrôle déjà évoquée) pour contrôler ce secteur désormais commercial. Les opérateurs privés quant à eux mirent en place en 1993 la *Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen* (autorité d'autorégulation volontaire de la télévision). La 1<sup>ère</sup> chaîne de télévision commerciale Sat 1 fut lancée en 1984. La *Duale Rundfunksordnung* (l'ordre dual de radiodiffusion) permet de réguler cette cohabitation public/privé. Cette dernière redéfinit et renforce les missions des établissements publics. L'arrivée du secteur privé dénote une certaine instabilité du secteur audiovisuel. Pourtant la mise en place de ces stations supplémentaires fut nécessaire au développement de nouveaux moyens de diffusion (satellite, numérisation des signaux hertziens...). À propos de la *Duale Rundfunksordnung*, Jean-Michel Utard précisait qu'elle rendait possible la vocation culturelle de l'ensemble des chaînes publiques, et précisait leurs engagements de pluralité des contenus.<sup>429</sup> Les lois sur les médias sont adoptées par les *Länder*, seuls compétents en matière législative. Chaque *Land* a son propre institut de radiodiffusion, de droit public et est autonome. Si les instituts développent une forme d'autogestion, ces derniers sont tout de même gérés par le *Rundfunkrat* (conseil de l'audiovisuel), composé des membres importants de la société civile, dont la liste est déterminée par les lois des *Länder*. Le conseil de l'audiovisuel a la charge d'élire son directeur, l'*Intendent*. Entre ensuite en jeu l'aspect financier, régenté par le *Verwaltungsrat* (conseil d'administration), qui conseille l'*Intendent* à ce sujet.

Le secteur public en Allemagne a lui aussi connu des difficultés avec l'essor du privé, formant de gros groupes à dimension internationale et développant des stratégies d'acteurs politiques, ce que l'Allemagne a pourtant tendance à rejeter. À cette époque, l'audience de la ZDF et de l'ARD chutait, et Kohl évoquait même le démantèlement de cette dernière, ou sa privatisation

---

<sup>429</sup> Utard, Jean-Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational : étude d'un corpus franco-allemand*. 1997, p.22 « il y est affirmé le rôle déterminant des établissements publics dans l'accomplissement des missions culturelles fondamentales de la radiodiffusion. Les structures et les programmes de chacun d'eux doivent refléter la pluralité des opinions et les diversités culturelles ; le respect de ces principes est garanti par les représentants de la 'société civile' dans les instances de surveillance de ces établissements ».

en 1995. À l'heure actuelle, les chaînes publiques allemandes restent en tête des audiences face au privé, notamment grâce au journal culte d'information *Tagesschau*, proposé par *Das Erste*, ou encore sa fiction policière *Tatort*, par ailleurs diffusée en Autriche puisque conçue avec l'ORF.

Les paysages audiovisuels français et allemands divergent donc largement. Si leurs réglementations respectives se recoupent parfois, notamment en termes de protection de l'enfance, la structuration de leurs grandes instances de radiodiffusion n'est pas comparable, puisque l'Allemagne n'a finalement jamais réorganisé son système fédéral institué par les Alliés pour le remanier en un système national, qu'elle considère comme menaçant. En revanche, la politique de radiodiffusion à l'échelle régionale demeure bien timide en France, et ce malgré la création de FR3. Alors qu'en Allemagne, tout le système repose sur cette stratégie de pouvoir par *Land*, la France peine à offrir une autonomie à des structures de radiodiffusion régionale. Quelques programmes à saveur régionale furent proposés dès 1949 sur La Chaîne Nationale française, mais si ces derniers étaient régionaux dans leur production ou les sujets abordés, l'on est toujours resté très loin de la situation allemande. La télévision allemande présente une tradition de mécénat culturel, de renaissance culturelle, et ce dès 1945 avec la radiodiffusion. Helmut Schmidt fut le premier à considérer que la télévision pouvait avoir un lien fort avec la constitution d'*identités culturelles*. Outre cette différence majeure de fonctionnement central ou fédéral, France et Allemagne ont développé des stratégies communes, en réaction à la privatisation par exemple, nous l'avons évoqué, mais aussi des théories concernant le rôle social de la télévision, celui de rapprocher les peuples. Malgré toute la méfiance des Allemands vis-à-vis de ce média populaire assimilé à la manipulation et à la propagande, s'est développée l'idée que la télévision peut être un outil émancipateur. Il semblerait que cela constitue l'une des raisons pour laquelle l'Allemagne a souhaité se joindre au projet européen La Sept, et ce malgré toutes les différences culturelles et structurelles que l'on peut relever entre les deux États voisins. La Sept répondait en outre à cette tradition allemande de proposer des contenus culturels en télévision.

#### **b) La télévision culturelle, une ambition partagée.**

Les Allemands ont évidemment un attrait pour la culture. Ils étaient d'ailleurs plus avancés que les Français en télévision, avec notamment le *Theaterkanal* pour le théâtre, et

de très nombreuses retransmissions musicales sur les chaînes régionales de l'ARD. Le fait d'amener de la culture à la télévision allemande ne posait aucun problème.<sup>430</sup>

Dans les années 1960 en Allemagne, l'on cherchait à réaffirmer la place de la culture et de l'éducation. La conférence interministérielle de la culture en 1963 évoquait une *deutsche Bildungskatastrophe* (catastrophe de l'éducation allemande). C'est dans ce contexte que sont apparus les *Dritte Programme* (parfois traduit par « troisièmes chaînes ») que nous avons mentionnés plus haut. L'on considérait alors que la télévision pouvait faire office de média complémentaire à l'enseignement. Cela n'est pas sans rappeler l'idée de Mitterrand d'une télévision éducative en faveur d'une démocratisation de la culture, d'une multiplication des chances d'éducation, quelles que soient les classes sociales. Mais la télévision a du mal à s'affirmer comme outil d'éducation, et l'on reprochait d'ailleurs leur caractère élitiste aux troisièmes chaînes germanophones. Leur audience n'est pas à la hauteur.

La création des *Dritte Programme* est une réponse de l'ARD à la création de la ZDF en 1961. Les établissements régionaux de l'ARD devaient alors participer à son financement, à hauteur de 30% de la redevance, sans pour autant avoir la main sur les programmes, ni aucune fenêtre de diffusion. Grâce à la l'ARD, les *Länder* représentant chaque station allaient pouvoir proposer leurs propres programmes régionaux. La Bavière initia le processus en 1964, puis suivit La Hesse. À partir de 1965 tout le nord de l'Allemagne se joignit au projet avec NDR (*Norddeutscher Rundfunk*), SFB (*Sender Freies Berlin*) et RB (*Radio Bremen*). Le sud de l'Allemagne ne tardait pas à ouvrir ses établissements, dès 1969 avec SDR (*Süddeutscher Rundfunk*), SWF (*Südwestfunk*) et SR (*Saarländischer Rundfunk*). Parce que les deux premières chaînes multipliaient le divertissement, l'on s'appuyait sur les *Dritte* pour garantir une programmation culturelle et éducative, à l'échelle régionale. Des programmes pédagogiques furent ainsi mis disposition, aussi bien des programmes scolaires qu'universitaires. Ces programmes renseignaient sur les arts, les sciences, les langues, la politique. Les journaux d'information sont régionaux. Ces chaînes disposent d'une nature très expérimentale, proche de celle de La Sept.

Dans les années 1970, l'on constate que les *Dritte* cherchaient à divertir quelque peu. Le caractère éducatif et expérimental des *Dritte* est assimilable à celui de La Sept, mais tend surtout à montrer que malgré les fortes disparités que nous avons pu évoquer précédemment,

---

<sup>430</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

France et Allemagne semblent bien défendre des opinions communes en termes d'éducation culturelle, et que leurs considérations vis-à-vis de la télévision ont progressivement – et presque simultanément – convergé.

Si l'Allemagne a une programmation à teneur plus culturelle que la France, il faut tout de même préciser que l'ARD a toujours eu tendance à proposer ses programmes dits *culturels* assez tard le soir, et non à des heures de grande écoute, finalement sur le même principe que la France, qui *souhaite* peut-être, mais qui *doit* surtout respecter son quota d'émissions culturelles, et les diffuse donc, mais en évitant le *prime-time*. Télévision et culture ont bien des difficultés à s'associer.

Le divorce entre télévision grand public et télévision intellectuelle se creuse, cette dernière se trouvant reléguée en fin de programme, à l'heure où la grande masse de téléspectateurs ferme le poste.<sup>431</sup>

La télévision propose donc des contenus culturels, mais les diffusions n'atteignant absolument pas les chiffres d'audience des grands divertissements, elles se trouvent reléguées à des horaires de diffusion tardives. Une convention de coopération fut signée le 26 mars 1971 avec l'ORTF et le Ministère des Affaires Culturelles pour tenter de trouver des solutions et proposer plus de contenus dit « culturels » en télévision. Le Ministère promettait alors de faciliter l'accès aux grandes institutions culturelles pour y enregistrer des contenus télévisuels sur place.

Alors qu'en France l'idée de télévision éducative et culturelle est concrétisée par La Sept, l'Allemagne avait déjà mené ce projet, même si parfois présenté comme un relatif échec à cause des contenus divertissants finalement proposés dans les *Dritte*. Dans les années 80, ces troisièmes chaînes ont renforcé leur caractère régional. Un « régionalisme » qui s'est présenté, comme en France, comme solution pour concurrencer le secteur privé et se démarquer de l'ARD et de la ZDF. Les magazines proches du peuple, ou encore la participation de figures locales attirent résolument le public.

---

<sup>431</sup> Brochand, Christian, et Comité d'histoire de la radio (France). *Histoire générale de la radio et de la télévision en France. Tome III, 1944-1974*, Paris: La Documentation française, 2006. p. 418.



La troisième chaîne française se veut elle aussi régionale, à forte teneur en documentaires, avec des émissions historiques, des actualités, des magazines d'information, donnant accès aux richesses patrimoniales. Comme les *Dritte* allemands, elle a pour vocation d'éveiller la curiosité, une mission largement soutenue par ARTE quelques années plus tard.

En mars 1989, l'ARD et la ZDF devaient légitimer leur statut de service public, et équilibrer leur programmation en matière d'information et de culture, avec une grande variété de fictions, musique, sport et jeunesse. À l'inverse, côté privé, le divertissement s'est développé, réduisant l'information et la culture. En réponse à cela, le service public mit le téléspectateur au cœur de ses magazines et reportages, l'impliquant au maximum, surtout en ce qui concerne l'actualité, l'idée étant de se servir de la télévision comme moyen de refléter les pratiques culturelles et modes de vie des citoyens.

Si la structure de l'ARD peut paraître surprenante pour les Français, elle ne fait pas figure d'exception dans le paysage audiovisuel européen. Les modèles anglais, avec la BBC et Channel 4, ou Danois avec DR1 et TV2, s'y apparentent fortement. Plutôt que de reposer sur un système concurrentiel entre chaînes publiques, celles-ci préfèrent s'harmoniser pour faire contrepoids à l'offre privée. Les paysages français et allemands sont profondément hétéroclites, tandis que l'Allemagne engageait une politique de télévision régionale très tôt, la France s'y est réellement attelée seulement à partir d'avril 1974. Jusqu'alors, les journaux télévisés régionaux étaient diffusés en décrochage sur les chaînes nationales, puis la troisième chaîne leur accorda une place prépondérante dès sa création en 1972. Les stations régionales françaises endossèrent le rôle de correspondants régionaux pour les chaînes nationales, fournissant les actualités, et se rattachent donc officiellement au groupe FR3. Malgré toutes les disparités que nous avons pu évoquer, les systèmes de l'audiovisuel public français et allemands semblent tout de même être profondément affectés par une entrave commune, celle de devoir cohabiter avec le secteur privé. Une système de dualité partagé par les deux pays, et qui a participé, d'un côté comme de l'autre du Rhin, à l'appauvrissement des contenus culturels et éducatifs, de qualité, au profit de contenus facile d'accès, « grand public », divertissants. L'ensemble des décisions, notamment des choix éditoriaux, des chaînes publiques, s'est vu révisé lors de l'avènement du secteur privé.

En réponse à ce déclin, Lothar Späth suggéra dès 1984 la mise en place d'une chaîne culturelle, à l'échelle nationale premièrement, qui serait ensuite transposable à l'échelle européenne, afin de promouvoir et encourager la création et l'industrie audiovisuelle en

Europe. Ses propos se fondent sur les grandes lignes de la directive TSF que nous avons déjà mentionnée, éditée le 14 juin 1984 dans son *Livre Vert*. Puisque la France présentait des objectifs similaires, un dialogue allait pouvoir se mettre en place entre les deux nations. Se sont peu à peu esquissés les traits d'une coopération au profit de la création d'un programme télévisé commun. Ces ambitions partagées par la France et l'Allemagne feront du projet de chaîne culturelle franco-allemande un projet réalisable malgré l'ensemble des problématiques structurelles relatives à toute entreprise interculturelle.

En effet, France et Allemagne ont partagé des principes fondamentaux de libre diffusion des opinions et de l'information. Elles se sont toutes deux positionnées comme garantes d'une télévision, si ce n'est culturelle, à minima qualitative. Cependant, les deux nations présentaient des manières a priori contradictoires de faire valoir ces grandes résolutions. La priorité en Allemagne réside dans la stricte séparation, dans la distance de l'État en matière de régulation audiovisuelle. Du côté de l'Hexagone, ce sont les ordonnances promulguées par l'État qui garantissent la diversité, le pluralisme et les libertés. Outre cette grande problématique de l'acception culturelle, qui devra pourtant être au cœur de la programmation, ce sont tout d'abord les paysages politiques et audiovisuels français et allemands qui apparaissent comme étant inconciliables. Avant même de s'accorder sur la question des contenus, les bâtisseurs du projet ARTE ont dû faire en sorte d'harmoniser des systèmes bien distincts de tradition.

Nous avons tâché ici de procéder de la même manière que dans notre chapitre théorique autour de la question définitoire de la notion de culture, c'est-à-dire que nous avons, par le biais d'un développement très historique, cherché d'une part à rendre compte des fondamentaux de l'histoire des radio- et télédiffusion françaises et allemands, et d'autre part à mettre en exergue leurs caractéristiques respectives et ce qui les distingue. Bien qu'ils aient émergé concurremment dans les années 1950, les espaces audiovisuels français et allemands furent en partie conditionnés par leurs contextes politique, économique et culturel propres, qui déterminèrent leur développement structurel et administratif, ainsi que leurs stratégies éditoriales.

Si la France et l'Allemagne sont parvenues à trouver un terrain d'entente et à constituer ensemble une chaîne de télévision culturelle et européenne, communément dirigée, c'est parce qu'elles ont, dans le cadre bien précis de leur réconciliation, – elle-même rendue possible par

un rapprochement dans le domaine des politiques culturelles et audiovisuelles – trouvé des points communs, ou plutôt des *objectifs communs* ; notamment en termes de pluralité de l’offre, de diversité culturelle, de libre expression et de formation d’opinion. ARTE fait figure de symbole de réconciliation franco-allemande, mais aussi de promotion, à l’échelle européenne, d’une télévision de qualité, de promotion et de diffusion d’un discours interculturel, nous le montrerons dans l’analyse de la programmation. Nous pouvons dès lors affirmer que l’ensemble de ces volontés communes, de ces objectifs communs, ont permis de constituer un environnement favorable à l’interculturalité télévisuelle. Les instigateurs du projet ARTE, qu’ils soient français ou allemands, se sont donné les moyens de contourner ou résoudre les problématiques, de se montrer plus souples pour accepter quelques-unes des contraintes inhérentes à la rencontre interculturelle et à la constitution d’une entreprise binationale, pour amenuiser les chocs relatifs aux probables conflits culturels et d’intérêt, des conflits exacerbés par l’hétérogénéité de ce que nous pouvons nommer « l’espace audiovisuel franco-allemand ». Le fait d’avoir un objectif commun favorise donc l’interculturel, et rend propice les situations d’évitement de conflit, un constat qu’on aussi fait quelques-uns des employés de la chaîne à Strasbourg au sujet de la rencontre entre cultures professionnelles. Nous en rendrons compte dans notre rapport faisant suite aux interviews menées sur place.

Nous l’avons montré, France et Allemagne présentent des ambitions communes de diffusion de contenus culturels. Si les deux États n’accordent pas à la culture les mêmes représentations ni la même définition, ils ont tenu à créer ensemble cette chaîne culturelle à vocation européenne, ARTE, en s’appuyant sur une structure déjà instituée en France, La Sept. La structure convenait donc, a priori, dans ses missions culturelles et dans son fort potentiel européen, aux représentants allemands.

Nul doute que la volonté politique franco-allemande soit la source de la constitution d’ARTE, tant dans l’idée générale de constituer une télévision culturelle commune, que dans la mise en place de directives favorables à son édification. Lorsque nous avons interrogé Jérôme Clément au sujet de la genèse d’ARTE, celui-ci évoquait son ancrage politique, déclarant même que la volonté politique était, à l’origine, plus forte que la volonté culturelle.

Bien sûr, la culture a été mise en avant dans les années quatre-vingts, mais surtout il y avait une véritable volonté franco-allemande européenne. François Mitterrand et Helmut Kohl cherchaient à construire ensemble dans tous les domaines de la société ; les avions

avec Airbus, l'Euro et la monnaie, la défense avec l'Eurocorps ; donc la question culturelle se posait car il n'y avait pas eu grand-chose de fait et François Mitterrand y était très attaché. Lothar Späth, le ministre du Bade-Wurtemberg a joué un rôle très important. Mais il ne faut pas inverser les choses, ce n'est pas la volonté culturelle qui a fait ARTE, c'est la volonté franco-allemande qui a fait ARTE avant tout, même si il y avait également une forte volonté de construire une Europe de la culture.<sup>432</sup>

Parce qu'elles partageaient divers objectifs communs, que nous avons déjà mentionnés – la culture, le renforcement d'un espace audiovisuel européen, l'amitié franco-allemande – un dialogue a pu se constituer entre les gouvernements français et allemands. Nous allons en retracer les grandes lignes avant de nous intéresser plus précisément à la phase d'harmonisation nécessaire à la création de cette entreprise télévisuelle et interculturelle. La structure juridique et administrative de la chaîne est le résultat d'un long processus de conciliation, que sera alors au cœur de notre investigation. Nous dédierons une partie de notre analyse aux difficultés rencontrées par les instigateurs du projet, difficultés qu'ils ont dû contourner pour parvenir à leurs fins et mettre sur pied une entreprise télévisuelle interculturelle, façonnée, financée, dirigée de manière paritaire.

### ***Quand la volonté politique commune conduit à un système interculturel fécond.***

Dès 1984 se mit en place un dialogue entre Jack Lang et Lothar Späth à propos de la constitution d'un canal culturel en faveur du renforcement de la production audiovisuelle européenne. Les responsables français et allemand se réunirent à Paris en 1985 pour mener une discussion à ce propos. Le ministre de la communication George Fillioud y proposait une coopération avec les Allemands, sans que cela n'aboutisse à un réel projet. La partie française, qui, pour des raisons principalement économique, ne souhaitait établir aucune nouvelle structure, édifia seule La Sept en 1986. Si les Français excluaient la constitution d'un organisme commun<sup>433</sup>, les échanges entre France et Allemagne ne cessaient de s'intensifier. L'on assiste alors à une réelle divergence de point de vue : Si l'Allemagne ne cachait pas son engouement quant à la création d'un nouvel établissement, les responsables français, ayant pour objectif d'apporter à leur projet sa dimension européenne, jusqu'alors inexistante, proposèrent à leurs homologues de se joindre à eux. En signant de multiples partenariats avec

---

<sup>432</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

<sup>433</sup> « L'on notait une opposition du Gouvernement français à une organisation commune et paritaire », dans Gräßle, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, Campus 1995, p.70. „Der Widerstand der französischen Regierung gegen eine gemeinsame, paritätische Organisation war beträchtlich“.

l'ARD et la ZDF, la prétendue nature européenne de leur chaîne se verrait justifiée. La coopération franco-allemande se mit graduellement en place, par la signature d'accords de coproductions menant à l'élaboration commune de programmes. Ainsi, les partenaires de chaque nation purent éviter quelques-unes des contraintes relatives à l'harmonisation juridique et aux coûts de programmation.

Les travaux d'Oliver Hahn sur les conditions de mise en place d'ARTE dépeignent très clairement le point de vue allemand. Les termes employés en disent long sur le désaccord entre les deux États. Oliver Hahn, non sans sens critique, affiche explicitement l'opinion allemande, dénonçant la pression et l'insistance des Français pour une adhésion pure et simple à la Sept, et non la création d'une nouvelle entreprise commune.

Der **massive Druck**, mit dem Frankreich die BRD zunächst zu einer Beteiligung an La Sept beziehungsweise später zum Aufbau einer neuen, gemeinsamen paritätisch strukturierten und organisierten Sendeanstalt **drängte**, hatte verschiedene Gründe : zum einen die gemeinsame, allgemeine kulturelle und ökonomische Stärkung der audio- und televisuellen Industrie Europas gegen die Konkurrenz aus den USA und Japan und zum anderen die finanzielle Unterstützung oder Konsolidierung der über La Sept zu fördernden Fernsehprogrammindustrie Frankreichs.<sup>434</sup>

Oliver Hahn défend la théorie selon laquelle les accords de collaboration proposés par la France furent décidés uniquement en faveur de ses propres intérêts financiers, et afin de se garantir une certaine forme d'autorité audiovisuelle face aux Japans et aux États-Unis.

Si les deux parties se sont appuyées sur La Sept, structure certes française, c'est bien une *volonté politique commune* française et allemande qui est à l'origine du projet de partenariat étroit. François Mitterrand, après s'être entretenu avec la partie allemande, pria Jérôme Clément, alors directeur de La Sept de faire en sorte que son entreprise opère une mutation en direction d'une structure franco-allemande. Puisque que la France avait été en mesure de concrétiser sa politique audiovisuelle européenne et culturelle un peu avant l'Allemagne, en grande partie parce qu'elle assumait et profitait de la part de responsabilité de l'État –

---

<sup>434</sup> « La forte pression avec laquelle la France incita la RFA à participer initialement à La SEPT, puis ensuite à participer à l'élaboration d'une société de radiodiffusion, structurée et organisée de manière commune et paritaire, a diverses raisons : d'une part le renforcement collectif et général, culturel et économique de l'industrie audiovisuelle européenne face à la concurrence américaine et japonaise, d'autre part le soutien financier et la consolidation de l'industrie française des programmes grâce à La SEPT. », dans Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. München: Verlag Reinhard Fischer, 1997. p.236.

n'oublions pas que François Mitterrand avait accéléré le processus de création de La Sept et débloqué des fonds afin d'apaiser les tensions au lendemain de la privatisation des chaînes – il fut tout à fait logique de conserver cette société récemment bâtie. De nombreux frais furent ainsi économisés, et la création de La Sept, bien qu'à l'origine un peu trop franco-française pour une chaîne à vocation européenne, fut ainsi légitimée.

Si la volonté politique est forte, les hommes et femmes français déjà investis dans le projet La Sept furent, d'une certaine manière, « forcés » de devenir franco-allemand. Jérôme Clément, qui, nous l'avons évoqué dans notre chapitre théorique, exprimait lors des premières années à la direction de La Sept une vision relativement puriste de la culture, selon une acception plutôt française, allait devoir convaincre ses collaborateurs français d'ouvrir leurs horizons. Selon ce grand défenseur du cinéma, la télévision était avant tout le moyen de « montrer le meilleur des productions culturelles, ouvrir les esprits, diffuser des spectacles de théâtre, de musique, de danse, et rendre intelligible l'évolution du monde »<sup>435</sup>, et la question franco-allemande n'était pour lui, à cette époque, pas la priorité. Mais le président Mitterrand lui imposa ce partenariat franco-allemand, et lui imposa en particulier le déménagement du siège à Strasbourg. Lorsque Jérôme Clément apprit que La Sept, dont il devint le président au nom de la sauvegarde de la culture cinématographique et artistique française, allait devenir l'embryon d'un projet d'ampleur européenne, il ne cacha pas sa surprise et son désarroi. Bon nombre d'interrogations émanent d'un tel projet, des interrogations qu'il retrace d'ailleurs dans l'un de ses ouvrages.

Si l'idée d'une chaîne européenne avait été développée dans les différents rapports confidentiels [...], il s'agissait de partenariats à établir à partir d'une base exclusivement française. Le projet changeait complètement de nature s'il s'agissait d'un programme à parité franco-allemande. Quelle structure de décision ? Quels financements ? Quels programmes ? Comment faire avec les autres partenaires ? Personne n'avait la moindre idée des réponses à apporter à ces questions.<sup>436</sup>

Jérôme Clément partagea dès janvier 1989 la présidence de La Sept aux côtés Georges Duby. À cette date, les questions de la mise en place de la grille des programmes sont traitées, mais cette *problématique* franco-allemande, vue par de nombreux acteurs de La Sept non comme

---

<sup>435</sup> Clément, Jérôme. *Le Choix d'Arte*, Grasset p.34.

<sup>436</sup> Ibid. p.34-35.

une opportunité, mais plus comme une contrainte, reste au cœur des discussions. Michel Guy et Georges Duby craignaient d'avoir des difficultés à établir des coopérations et négociations avec les autres membres de l'UE en se présentant comme entreprise franco-allemande.

Pour les membres du Conseil, la France doit être au centre du dispositif créant une chaîne culturelle et tissant des liens avec ses partenaires.<sup>437</sup>

La décision de mettre en place une véritable chaîne publique européenne date du 48<sup>e</sup> sommet franco-allemand à Francfort-sur-le-Main en 1986. La coopération franco-allemande s'est développée dans le sens d'une chaîne culturelle européenne, et ce dès le milieu des années 80. Le 48<sup>e</sup> Sommet franco-allemand de Francfort des 27 et 28 octobre 1986 constitue la pierre angulaire de la genèse d'un canal à portée européenne, canal qui plus est culturel. À l'issue de ce sommet fut annoncée la mise en place d'un groupe de travail et de réflexion franco-allemand. Ce groupe de travail compte les ministres présidents des *Länder* du Bade-Wurtemberg, Rhénanie Palatinat et Hambourg. Lothar Späth se rapprocha du côté français, dans son désir de création d'une chaîne franco-allemande. Dans la continuité de l'ensemble des coopérations que nous avons pu évoquer dans le chapitre précédent, Allemagne et France souhaitaient avancer ensemble. Moteurs de l'Europe, les deux États souhaitaient jouer un rôle pionnier dans la coopération audiovisuelle. Dès septembre 1988, Lothar Späth donnait son accord de financement en parité avec la France en faveur d'une chaîne culturelle franco-allemande.

Dès lors, de nombreuses difficultés allaient surgir. Si les études sur l'interculturalité s'axent sur les rapports à l'*Autre*, à la compréhension des traditions et des cultures, problématique délicate à laquelle les instigateurs d'ARTE devront répondre, la dichotomie entre systèmes audiovisuels français et allemand est une première problématique de taille. En matière audiovisuelle, le partenariat franco-allemand s'annonce particulièrement ardu, et si la difficulté linguistique peut être contournée en faisant appel à des spécialistes de la traduction, l'harmonisation et le rapprochement entre professionnels de nationalités différentes semblent bien plus complexe. D'un point de vue des autorités compétentes, donc des *Länder* côté allemands, surgissent des réticences, et ce justement parce que deux pays présentent des paysages audiovisuels structurellement et juridiquement bien différents. Jean-Michel Meurice résume parfaitement les faits que nous exposons ici.

---

<sup>437</sup> Ibid. p.39.

Au cours de l'hiver, un projet politique fut lancé par Lothar Späth, ministre président du Bade-Wurtemberg, qui proposait de créer une chaîne culturelle franco-allemande. Accueilli favorablement par François Léotard, il confortait l'avenir toujours fragile de La Sept, et en mars 1988, un groupe de travail entama des conversations avec la ZDF et l'ARD. [...] Les concepts étaient différents, les modes de financement étaient différents, les cultures d'entreprise étaient différentes, les ambitions étaient différentes. [...] La construction européenne avait besoin d'un geste entre la France et l'Allemagne. Ce serait donc la chaîne culturelle commune dont, quelques jours plus tard, un premier accord interétatique annoncerait la création à venir.<sup>438</sup>

Malgré cette relative méconnaissance de l'*Autre*, deux hommes se sont rapprochés pour mener le projet à bien : Lothar Späth et François Léotard se sont ainsi engagés à contourner ces difficultés, et ont balayé les critiques et méfiances alentour.

La déclaration commune du 52<sup>e</sup> sommet franco-allemand tenue à Bonn le 4 novembre 1988 jetait les bases de création d'une chaîne de télévision culturelle commune, dans le cadre précis du renforcement des relations de part et d'autre du Rhin, jouant un rôle moteur dans la politique de coopération audiovisuelle européenne.

Les Länder, qui en République Fédérale sont compétents pour les questions de radiodiffusion, et la République française se sont accordés pour étudier dans les plus brefs délais l'ensemble des questions relatives à la création d'une chaîne culturelle franco-allemande, noyau d'une future télévision culturelle européenne.<sup>439</sup>

Un groupe d'experts se formait à la suite de ce sommet, composé de Jérôme Clément, président de La Sept, André Harris, directeur des programmes, des représentants de l'ARD et de la ZDF et des représentants des deux États. Ensembles, ils allaient devoir mettre en place et fixer les étapes de la création de la nouvelle société. Le démarrage de la chaîne fut fixé au 1<sup>er</sup> janvier 1990. Si l'on cherchait à trouver des consensus pour équilibrer et lisser les différences

---

<sup>438</sup> Meurice, Jean-Michel. Propos recueillis par Olivier, Milot. « *Aux origines d'Arte... était la Sept* ». Télérama.fr. Consulté le 28 février 2018. <http://www.telerama.fr/television/aux-origines-d-arte-etait-la-sept,67589.php>.

<sup>439</sup> Déclaration commune relative à la chaîne culturelle franco-allemande à l'issue du 52<sup>e</sup> sommet franco-allemand, Bonn, 4 Novembre 1988.



législatives et juridiques, une problématique majeure persistait : celle de l'indépendance de la télévision vis-à-vis de l'État, point sur lequel la partie allemande restait inflexible.

La Sept, pôle français sur lequel devait s'appuyer la nouvelle chaîne culturelle, est alors en effet totalement dépendante de l'État. Un traité interétatique sera donc rédigé pour garantir l'indépendance de la nouvelle chaîne, garantissant les fondements de mise en place d'une société de télévision. La signature même du traité fut source de conflit.

Le traité fut signé le 02 octobre 1990, à la veille de la réunification, par les 11 *Länder* de l'Ouest et le Gouvernement français. Le canal, baptisé *Chaîne Culturelle Européenne* (CCE) vit son siège installé à Strasbourg. Dans le traité figure la volonté allemande de garantir l'indépendance de la chaîne vis-à-vis des pouvoirs publics, français comme allemands. La gestion financière et des activités de la société de programmation est confiée aux seuls sociétaires. Le CSA ne peut exercer aucun pouvoir sur elle, et elle n'est pas soumise aux quotas de diffusion. Seule la Commission des Communautés Européennes a un droit de régulation sur la chaîne, conformément à la directive Télévision Sans Frontières. D'autres membres de la communauté européenne peuvent s'associer à la chaîne.

[...] offrir aux citoyens de l'Europe une chaîne de télévision commune qui soit un instrument de présentation du patrimoine culturel et de la vie artistique des États, des régions et des peuples de l'Europe et du monde [...] de garantir [...] la libre circulation des informations et des idées.<sup>440</sup>

Officialisée dès le 52<sup>e</sup> sommet franco-allemand, la création d'une chaîne de télévision culturelle européenne répond à la volonté ferme de la France et de l'Allemagne de renforcer leurs relations et jouer un rôle moteur dans la politique de coopération audiovisuelle européenne. La Sept a évolué et est devenue l'un des socles de la chaîne culturelle européenne. Elle prévoyait alors de partager équitablement sa programmation entre contenus français et allemands. Les origines de la création d'une chaîne franco-allemande sont bien politiques, en réponse à une volonté ferme de construction européenne, de création d'une *identité culturelle commune* rendue possible par l'outil télévisuel. Les deux États ont l'ambition de démontrer qu'un tel média peut avoir une portée transnationale positive et utile

---

<sup>440</sup> Texte du Traité Interétatique sur la chaîne culturelle européenne, Berlin, 2 octobre 1990.

au rapprochement des peuples. Pensée comme un outil de divertissement, la télévision remplit un rôle social non négligeable sur lequel les acteurs du projet de CEE souhaitent s'appuyer.

Les enjeux du 48<sup>e</sup> Sommet franco-allemand, sommet décisif dans l'établissement d'une coopération bilatérale étroite et d'institutionnalisation d'un partenariat atypique, ne sont pas exclusivement culturels. La création de la chaîne est une réponse aux difficultés économiques engendrées par l'éclatement des chaînes publiques. Comme l'a exposé Jérôme Clément, la volonté politique franco-allemande était forte, et la culture s'est progressivement installée dans ce débat, considérée désormais comme réel enjeu pour favoriser le rapprochement entre les peuples et renforcer l'Europe. Mais le rapprochement franco-allemand s'est accompli dans le domaine technologique. Si la culture est au centre de nos investigations, il est primordial d'accorder quelques réflexions au sujet de ce processus binational spécifique de coopération en matière de radiodiffusion. Cela entre tout à fait dans le cadre des volontés politiques précédemment évoquées, et a participé, semble-t-il, à constituer un *environnement* propice à la création d'ARTE. Les deux parties, française et allemande, ont mené de front une politique de promotion technologique indissociable de la création de la chaîne franco-allemande. Il est de ce fait nécessaire d'accorder quelques considérations à l'égard des origines industrielles et technologiques de la coopération franco-allemande.

### ***La convergence d'intérêts technologiques (et financiers), condition sine qua non de l'interculturel télévisuel ?***

Le projet bilatéral de coopération dans le domaine technologique et spatial fut amorcé dès le Sommet de Bonn. Le 29 avril 1980, les ministres français et allemand de l'Industrie, de la Recherche et de la Technologie signaient alors une « *Convention sur la coopération technique et industrielle en matière de satellite de radiodiffusion.* »<sup>441</sup> Un travail de développement et d'expérimentation fut alors mené de front par les deux territoires. Il eut pour conséquence la mise au point commune et paritaire de deux satellites de télévision directe. Le groupement Eurosatellite GmbH, mis officiellement sur pied par l'accord du 21 novembre 1980, se composait d'entreprises françaises et allemandes : *Messerschmidt-Bölkow-Blohm*, *A.E.G. Telefunken* puis la S.N.I.A.S (Société Nationale Industrielle Aérospatiale, désormais Aérospatiale) et *Thomson CSF*. La société ainsi créée avait pour mission de lancer deux

---

<sup>441</sup> Voir à ce sujet l'article suivant : Courteix, Simone. « Les satellites de télévision directe : un programme commun franco-allemand ». *Annuaire Français de Droit International* 26, n° 26 (1980): 648-60.

satellites européens de télévision via Ariane, d' « entreprendre en commun la mise au point et la réalisation, le lancement et la mise en orbite ainsi que l'expérimentation préopérationnelle de deux satellites de radiodiffusion, un français (« TDF ») et un allemand (« TV-SAT »), de conception identique. »<sup>442</sup>

Chaque satellite était ainsi conçu pour et par son territoire. Cette convention reflète la volonté d'une organisation bilatérale solide et suggère une restructuration entre les deux parties. Ces dernières mirent un point d'honneur à jouer de parité sur le plan organisationnel et administratif. Dans le cadre de la présente recherche, l'évocation de ces grands mouvements de coopération permet de montrer la capacité d'acteurs plurinationaux à s'entendre, un désir de collaboration et de compréhension certes attisé par des intérêts économiques, mais a éveillé notre intérêt dans le sens où ces mouvements présentent de grandes similitudes avec l'organisation structurelle d'ARTE.

En effet, le Comité de Direction de la nouvelle société fondée en novembre 1980 rassemblait deux membres français issus du Centre National d'Etudes Spatiales et de Télédiffusion de France. Les deux recrues allemandes nommées étaient quant à elles rattachées au ministère fédéral de la Recherche et de la Technologie et au ministère fédéral des Postes et Télécommunications. Une telle association entre dans le cadre législatif du Traité de l'Élysée signé en 1963, ainsi que dans cette tradition de rencontres et sommets franco-allemands décrite précédemment. Tout comme le fait désormais ARTE, la société de radiodiffusion alternait les présidences françaises et allemandes, dans un souci de stricte parité administrative et exécutive. Le secrétariat exécutif avait par ailleurs son siège à Munich, sous direction française avec un adjoint allemand.

Sans plonger dans l'univers alambiqué des négociations gouvernementales et industrielles qui découlèrent du groupe Eurosatellite<sup>443</sup>, il reste important de souligner cette volonté de réalisation bâtie sur une structure commerciale égalitaire, une véritable coopération industrielle sans laquelle ARTE n'aurait pas vu le jour. À l'instar de la chaîne culturelle, les négociations furent longues et significatives des différences culturelles et politiques. Elles

---

<sup>442</sup> Ibid. Courteix, page p.656, cité depuis l'article 1 §2 de la Convention.

<sup>443</sup> Simone de Courteix propose une étude approfondie à ce sujet. Courteix, Simone. « Les satellites de télévision directe : un programme commun franco-allemand ». *Annuaire Français de Droit International* 26, n° 26 (1980): 648-60. <https://doi.org/10.3406/afdi.1980.2410>.

menèrent à une entente stratégique et industrielle, toutes deux sous-jacentes au bon déroulement des futures entreprises communes. Les deux nations remplissaient alors leurs engagements et solutionnaient l'ensemble des nombreuses problématiques pour mener à bien leur projet de télédiffusion directe par satellite.

Le lanceur Ariane français connut plusieurs problèmes techniques. TV-SAT 1, lancé en novembre 1987, deux ans après la date prévue, fut un échec. TV-SAT 2 le remplaçait dès 1989. TDF 1 quant à lui fut mis sur orbite le 28 octobre 1988. Le long processus de développement rendait le groupe satellitaire TV-SAT/TDF obsolète avant même sa mise en route. Inefficaces, les satellites ne proposaient que trop peu de canaux de diffusion. Les choses s'engageaient donc très mal d'un point de vue technique, mais la résolution de ces dysfonctionnements témoigne de l'attachement à une véritable collaboration, et figure comme étape décisive à un renforcement des liens.

La Sept, créée comme outil de promotion culturelle et de soutien à la production cinématographique et audiovisuelle européenne, ne put de ce fait diffuser qu'à partir du 1<sup>er</sup> juin 1989. La norme D2 Mac-Paquets, certes coûteuse, lui permettait des diffusions multilingues. La chaîne allait ainsi pouvoir affirmer sa vocation européenne. Le programme de satellite franco-allemand devait en effet faire office de moteur de développement de cette technologie, et permettre une percée de cette norme D2 Mac-Paquets. Sa réussite contribuerait, pensait-on, à un renforcement sur les plans technologiques et économiques, mais devait tout autant consolider le dialogue européen. L'association transnationale fut échafaudée au profit de la technique, avec cette ambition réciproque de jouer un rôle de pionnier dans l'industrie spatiale audiovisuelle. L'Allemagne et la France jugèrent avec sagacité qu'une coopération étroite dans ce domaine serait profitable. La mise en commun de la technique et des financements allait rendre possible la concurrence face aux programmes américains et élargir la diffusion. Cependant, outre la mutualisation des coûts, les deux nations ne cachaient pas leur crainte quant à l'éventuelle supériorité de l'une sur l'autre, comme l'explique Inge Gräßle

Es sollte beide Länder und die betroffenen Firmen davor bewahren, sich technologisch in einem gegenseitigen Wettbewerb auf dem Feld individuellen Satellitenempfangs zu

engagieren, der mit TDF/TV-SAT begann. Nur der Bau sollte in Kooperation erfolgen, die Nutzung dagegen der nationalen Medienpolitik überlassen bleiben.<sup>444</sup>

La signature d'une convention commune se profilait comme solution car elle permettait aux deux parties d'avancer ensemble, dans une même direction, sans que l'une ne dépasse jamais l'autre. Seule une étroite coopération allait mener aux conditions adéquates d'édification d'une chaîne culturelle européenne. Plutôt que de se lancer seules dans une course technologique, France et Allemagne ont fait le choix de mutualiser leurs compétences et les coûts de production de leurs projets technologiques, unique solution pour espérer jouer un rôle majeur dans le domaine des satellites de télé- et radiodiffusion. France et Allemagne ont communément mené une politique culturelle, mais aussi une politique médiatique et un désir de promotion technologique remarquable.

Le couple franco-allemand, pourtant conscient de ses dissemblances structurelles et administratives en termes de radiodiffusion, a déployé une stratégie de solidarité dans le domaine croissant de la technologie satellite. Reste au cœur du débat le projet de développement de cette technologie pour le bien de l'avenir culturel de l'Europe, et ce rapprochement, a priori purement économique et scientifique, fait en réalité partie intégrante des prémices d'une chaîne culturelle européenne. France et Allemagne, garantes d'un pouvoir unificateur, ont renforcé leur collaboration dans ce domaine, et assumé leur fonction de piliers d'une politique audiovisuelle extérieure.

La France soutient une politique audiovisuelle extérieure rendue possible par le développement du satellite, puis par sa relation étroite avec l'Allemagne. Son action s'est étendue au moyen de *l'Agence Française d'Image de Télévision*, effective en Afrique, en Asie et en Amérique du Sud, ou encore *Canal France International* concernant le Maghreb et l'Afrique. Cette promotion médiatique et technologique est inhérente à la promotion culturelle défendue par le gouvernement français.

Outil avéré de la politique extérieure française par ses ambitions européennes, La Sept répond à des attentes qualitatives dans ses programmes, dans un contexte d'uniformisation et de

---

<sup>444</sup> « Cela avait pour but d'empêcher les deux pays et entreprises concernées de s'engager dans une concurrence mutuelle dans le domaine de la réception individuelle par satellite, qui émergeait avec TDF/TV-SAT. Seule la construction devait être menée en coopération, tandis que l'utilisation du futur satellite répondrait aux politiques des médias nationales », dans Gräble, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, p.58.

multiplication des contenus. Ces intentions ont dépassé les frontières du Rhin pour rencontrer une Allemagne engagée elle aussi dans le développement d'une politique audiovisuelle extérieure, certes moins significative qu'en France, et pourtant efficace. La société internationale de radiodiffusion *Deutsche Welle*, qui a pour perspective de promouvoir la langue allemande, se présente comme l'un des plus gros investissements accordés par le Parlement Allemand. Rappelons en outre que Lothar Späth évoquait très tôt l'idée d'un canal européen pour développer une politique culturelle extérieure jusqu'alors relativement timide. La modernisation des politiques culturelles via la télévision par satellite fait partie des projets fervemment soutenus par le chancelier Kohl.

Tant dans l'idéal français qu'allemand, le satellite devait pouvoir renforcer leur rayonnement national respectif, et, si ce n'est créer une identité collective, faire à minima prendre conscience d'une identité paneuropéenne. À ces fins, le satellite restait l'outil le plus solide en termes de distribution supranationale. Ce contexte d'innovation technologique devait permettre à la France de rayonner tant sur le plan culturel avec la diffusion de programmes produits sur le territoire, que sur le plan technologique, avec la participation active d'industries françaises et européennes au développement de nouveaux outils de diffusion. Ces intentions sont de toute évidence le fruit d'une véritable politique médiatique axée sur la promotion technologique, et François Mitterrand s'est positionné en grand défenseur de cette cause, dans le but précis de réaffirmer la position de la France dans le domaine de l'innovation.

Les deux nations se sont alors interrogées sur les conditions de mise en place d'une chaîne culturelle qui participerait au rapprochement des nations européennes via la reconnaissance de l'*Autre*. En France, alors que l'on assistait à une mutation du paysage audiovisuel, la question de portée nationale et internationale de la télévision ne cessait d'être évoquée. Face aux États-Unis et sur la scène européenne, la France cherchait à jouer un rôle concurrentiel dans le domaine des télécommunications. L'ensemble des gouvernements européens connaissait les enjeux d'un tel projet, et s'empressait alors de couvrir une large zone du champ télévisuel. Les évolutions technologiques amorcées dès 1980 ont ouvert la voie à de nouvelles considérations. L'Union Européenne de Radiodiffusion et le Conseil de l'Europe firent en sorte d'harmoniser une législation à envergure européenne, puis se dessinèrent les nouvelles frontières d'un espace de radiodiffusion européen.

France et Allemagne cherchaient à s'accorder sur les conditions de mise en place d'un marché européen de diffusion télévisuelle afin de rendre réalisable cette intention audacieuse. Le satellite devait permettre de libérer quelques fréquences hertziennes et ainsi favoriser le développement des chaînes régionales. Grâce au satellite, les abonnés du câble recevaient dès les années 1980 quelques chaînes produites par leurs pays voisins. Sur le territoire français, les programmes de la RAI italienne, de la ZDF allemande ou encore de la BBC anglaise étaient alors disponibles d'accès. Les téléspectateurs pouvaient prendre connaissance des habitudes de consommation télévisuelle de leurs voisins européens. Choc culturel ou non, il est certain que cela ouvrait la voie à la connaissance et l'acceptation de l'*Autre*, au renforcement d'une forme d'identité européenne, à un désormais possible espace audiovisuel européen. Les démarches de création de la chaîne culturelle européenne poursuivent finalement ces premiers actes concrets de rapprochement télévisuel, de *télévision transfrontalière*.

Le 14 novembre 1984, Georges Filloud, alors secrétaire d'État chargé des techniques de communication sous le gouvernement Fabius, chargeait Pierre Desgraupes d'évaluer les conditions de mise en place d'un programme de service public à vocation culturelle et européenne diffusé par satellite. Desgraupes en déduisit que « la télévision directe par satellite conduit à réfléchir sur ce que peut et doit être une programmation conçue pour un public international ». <sup>445</sup> Le concept prit forme en juillet, et Desgraupes proposa de s'appuyer sur le satellite pour diffuser en direct des événements culturels, ainsi que des œuvres d'expression européenne. Il soutenait en outre l'achat de programmes et les coproductions avec l'ensemble des futures chaînes européennes partenaires. Bernard Faivre d'Arcier poursuivit les investigations en septembre 1985 et donnait forme à une société de programmes de télévision. La Sept, destinée à émettre sur satellite allait éclore en février 1986.

La réalisation d'un canal commun à caractère culturel et européen devait participer au renforcement de l'avenir culturel d'une Europe en construction. Cette politique accrue de promotion technologique en vue d'une extension de la diffusion à l'échelle du territoire européen est l'un des vecteurs essentiels de la genèse de la CCE. Ainsi, si, dans les quelques paragraphes développés ci-dessus, l'aspect économique et industriel semblent au premier plan, la dimension culturelle n'est pas en reste, tant la technologie satellite implique et rend

---

<sup>445</sup> Pierre, Desgraupes. *Étude sur un projet de chaîne culturelle européenne pour le Canal I du satellite TDF 1*, 30 juin 1985.

possible l'échange d'information, fondements d'une chaîne à vocation culturelle souhaitant rayonner sur l'Europe. Pour devenir chaîne européenne, un contenu européen est certes nécessaire, mais les instigateurs du projet eurent à cœur d'élargir le champ d'action de leur canal en devenir. Le lancement des satellites fut une véritable opportunité pour les porteurs du projet de chaîne culturelle européenne. Comme le souligne Nahima Vianna, « les avantages de la transmission par satellite et l'utilisation des nouvelles technologies en ce qui concerne équipements et production ont été au sein de la conception d'Arte et ont permis la construction du profil actuel de la chaîne. La logique technologique qui sous-tend les projets politiques et culturels finit par modifier les fins du premier. Au-delà du partenariat France-Allemagne, la chaîne a intégré un paysage plus large, ce qui permet de justifier l'adjectif 'européenne' présent dans son slogan. C'est grâce aux techniques de diffusion par câble et satellite qu'Arte peut être aussi reçue au-delà de l'axe nord/sud de l'Europe. »<sup>446</sup>

Les origines de la création d'ARTE remontent donc aussi à cette logique technologique, et le lancement des premiers satellites a participé à une réévaluation des possibilités d'échange d'information. Une dimension technologique et économique qui légitimait la création de la CEE, et qui éloignait quelques-unes des vives critiques germanophobes ou assignant la future chaîne à une fantaisie élitiste, destiné à un public restreint. La naissance de La Sept, devenue ARTE, n'a été rendue possible que par l'amélioration et le développement des moyens de diffusion modernes, amorcés par le satellite et en constante évolution grâce au numérique.

La Sept, jusqu'alors perçue comme initiative purement franco-française, malgré les dispositions prises par son administration – changement de statuts, coopérations à l'échelle européenne – concrétisa ses perspectives européennes en se métamorphosant en une chaîne franco-allemande. Les ambitions communes de François Mitterrand et Lothar Späth sont à l'origine de la pérennité de la CEE. Les Français, contrairement aux Allemands, assument la part de responsabilité de l'État dans le développement de ce projet hors du commun, un soutien politique qui justifiait la mission d'intérêt général de la chaîne culturelle et entraînait en corrélation avec le désir de renforcement de l'amitié franco-allemande impulsée par le Traité de l'Élysée. L'amitié franco-allemande est, nous l'avons montré, elle aussi la résultante d'une forte impulsion politique. Dans un fort contexte d'américanisation des contenus et de

---

<sup>446</sup> Vianna, Nahima. *Culture et télévision en Europe : le cas d'Arte*, Communication et organisation, mis en ligne le 27 mars 2012.  
<http://communicationorganisation.revues.org/2376>.



libéralisation de l'audiovisuel, La Sept nécessitait des actes forts et symboliques pour subsister, des actes d'acteurs des gouvernements respectifs persuadés qu'un développement conjoint des politiques culturelles françaises et allemandes favoriserait le climat d'entente initié dès les années cinquante. Outre la dimension culturelle, les intérêts économiques et technologiques français et allemands convergeaient, et ont rendu possible, d'une certaine manière, la mise en place d'une télévision interculturelle. Sans la détermination de François Mitterrand, Jack Lang, Lothar Späth ou Helmut Kohl, le projet utopiste de chaîne commune n'aurait pas vu le jour. Mais pour de nombreuses critiques, parfois même membres de l'embryon d'ARTE qu'est La Sept, le rapprochement franco-allemand dans le domaine audiovisuel fait figure d'antinomie. Alors comment ARTE est-elle parvenue à devenir un outil interculturel aussi efficace ? Sa qualité ne peut être remise en cause, et son mode de fonctionnement semble pouvoir faire figure de modèle dans toute entreprise interculturelle, sa longévité le prouve. Quels ont été les grands actes d'harmonisation, quelle structure a été juridiquement établie pour faire naître un environnement propice à la rencontre interculturelle entre employés ? Si le fait de partager un objectif commun facilite la relation interculturelle, les différences demeurent. Nous nous sommes interrogée au sujet des phases de conciliation qu'ont vécues les deux États concernés par la chaîne culturelle. Toute entreprise interculturelle passe, dans sa constitution, par une phase de résolution de conflits. Si le processus de création de la chaîne s'est enclenché grâce à une véritable politique partagée concernant l'audiovisuel européen, sa pérennité semble résider dans sa structure particulière, elle-même représentative d'une certaine bipolarité de la structure, une bipolarité inhérente à son génome franco-allemand.

##### **5) L'interculturel télévisuel, entre antinomies et perpétuels ajustements.**

La télévision, comme l'intégralité des entreprises audiovisuelles, figure parmi les industries les plus complexes à transposer au niveau transnational. Dans le cadre européen qu'est le nôtre, l'ensemble des contradictions émanant d'un tel projet est largement perceptible. Les pays européens se sont montrés désireux de coopérer sur les plans politique et économique, et quelques institutions et personnalités discernaient dans la télévision – média à influence irrécusable – le moyen de donner naissance à une politique et une culture *transnationale*. Malgré ces aspirations de bonne volonté, chaque État se cantonne cependant à sa propre identité, sa propre *culture télévisuelle*, et ne parvient pas à élaborer de structure audiovisuelle supranationale équilibrée.

La télévision demeure ambiguë dans la mesure où elle s'est tantôt vue considérée comme dispositif propice à la préservation des cultures et des traditions, tantôt comme outil dangereux de lissage des cultures, lorsque l'on a souhaité la transposer à l'échelle transnationale où à destination d'un public multinational. Dans ce contexte d'une technologie en pleine mutation, donnant naissance à une télévision régie par de nouvelles stratégies entre opérateurs publics et privé, nous avons pu constater qu'entrepreneurs et politiciens ont cherché à expérimenter une télévision de large diffusion. Mais le lien étroit entre télévision et pouvoirs publics, ainsi que l'ancrage profondément national de ses contenus ne donnent à cette dernière que de minces chances de s'exporter pleinement à l'échelle transnationale. Comment les créateurs d'ARTE sont-ils parvenus à dépasser les frontières de l'audiovisuel ? La télévision ne paraît que peu appropriée à l'interculturalité. Si la coopération culturelle en matière audiovisuelle implique une compréhension mutuelle des professionnels engagés, le rapprochement de deux États dans le secteur des télécommunications soulève des problématiques d'ordre technologique, juridique ou encore financier, que nous allons exposer. Leur résolution entre dans une certaine mesure dans le cadre de la validation de notre hypothèse de recherche au sujet du caractère dialectique, et de fait consensuel, de toute rencontre interculturelle.

**a) La CEE repousse les limites des incompatibilités technologiques.**

Alors que se précisaient les traits de la future chaîne commune, la dimension technologique souligne une dissemblance majeure, une forme d'incompatibilité. En 1982, l'Hexagone souffrait de l'échec de son plan câble, et ce pour des raisons économiques et des conditions techniques ne permettant pas son développement. La multiplication des chaînes, avec ces six canaux hertziens, dont trois financés par la publicité, ne poussait pas le public à se tourner vers le câble. La Sept fut d'ailleurs pensée comme promotrice du câble.

La même année en Allemagne, dans un gouvernement à majorité CDU, la politique de développement du câble et du satellite s'annonçait relativement rapide. Les Allemands s'étaient penchés sur le potentiel des diffusions par câble dès 1976, année pendant laquelle ils se joignaient au projet de satellite commun franco-allemand initié par Valéry Giscard d'Estaing. Kohl, arrivé au pouvoir en 1982, relançait le projet câble, en même temps que

François Mitterrand. Le réseau câblé allemand fut fonctionnel dès 1984, mais ne trouvait pas tout de suite le nombre d'abonnés escomptés. En Allemagne dès 1994, l'on comptait une quinzaine de millions d'abonnés sur les 35 millions potentiels et 66% de la population était en mesure de recevoir des programmes par satellite.<sup>447</sup>

La création d'une chaîne européenne devait participer à une amélioration des conditions de radiodiffusion et une multiplication des supports de diffusion. L'on pensait que le satellite, outil puissant de diffusion supranationale, permettrait de contourner la problématique du câble, outil de diffusion trop inégal entre les deux nations concernées par la création d'un canal à portée européenne. La mise en commun du projet de construction et de mise en orbite de deux satellites paritairement financés et développés a ouvert la voie à un nouveau volet concernant la chaîne européenne : celui de l'industrie. Les grands groupes multimédias commerciaux voyaient dans l'Europe un moyen d'investir à l'international, et s'intéressaient à l'élargissement du marché plus qu'à la question de la construction d'une identité commune. C'est la raison pour laquelle la chaîne transnationale se devait d'être culturelle. Cela légitimait son financement et son soutien politique. Seul un canal du gabarit de La Sept pouvait contrecarrer cet élan purement commercial. Mais La Sept, qui peinait à trouver son public dès son lancement, et ne diffusait que sur FR3 depuis 1987, allait être confrontée à de nouvelles défaillances en étant transposée sur satellite. Certes, l'envoi du premier satellite franco-allemand TDF 1 le 28 octobre 1988 lui allouait la possibilité d'une diffusion plus large, mais la chaîne ne commençait à émettre le 31 mai 1989, après modification de ses statuts et quelques tumultes techniques. Un second satellite plus puissant fut envoyé le 25 juillet de l'année suivante, lui conférant l'opportunité si convoitée d'émettre à l'échelle internationale. Le démarrage de la CEE était, lui, fixé au 1<sup>er</sup> janvier 1990 à l'issue de la 52<sup>e</sup> consultation franco-allemande à Bonn. L'on annonça que le siège de l'organisation serait situé à Strasbourg, après que Catherine Tasca, ministre de la Communication en 1988, ait notifié une fusion de La Sept avec la partie allemande afin de constituer la CEE.

---

<sup>447</sup> Utard, Jean-Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational : étude d'un corpus franco-allemand*. Strasbourg, 1997, p. 25.

La société que vous présidez est donc appelée soit à se fondre dans une société de programmes franco-allemands, soit à devenir le principal partenaire, du côté français, de la société qui serait créée pour l'exploitation du canal.<sup>448</sup>

Le traité concernant la chaîne culturelle fut signé à Berlin le 2 octobre 1990, alors officiellement nommée Chaîne Culturelle Européenne. Elle devint Groupement Européen d'Intérêt Economique le 30 avril 1991. Ainsi naquit ARTE (Association Relative à la Télévision Européenne).

Si la création de la chaîne marque un réel tournant et fait figure de réussite sur le plan de l'harmonisation des multiples éléments, la question de l'équilibre en termes de diffusion restait non élucidée en 1990. Le satellite TDF1 ne remplissait pas encore tout à fait ses fonctions de diffusion large et n'offrait pas encore le rayonnement escompté par les acteurs du projet. Finalement, le satellite TDF ne fut jamais utilisé, mais repris par France Telecom pour éviter toute crise financière.

La complémentarité espérée entre câble et satellite n'a plus de sens en raison de l'échec du plan câble.<sup>449</sup>

La France, très en retard sur le câble depuis 1982, couvrait un réseau encore très restreint en comparaison avec ses voisins allemands.<sup>450</sup> Pour y remédier et compenser cet écart considérable, la France proposait de diffuser ARTE sur son réseau hertzien. Si ce dernier est a priori saturé, l'échec de la Cinq conduit à sa faillite et libéra le 5<sup>e</sup> réseau français en décembre 1991. ARTE s'y fit une place de choix avec une fenêtre de 19h à minuit et pouvait toucher potentiellement 20 millions de foyers. À partir du 30 mai 1992, la chaîne franco-allemande diffusait par câble et satellite, puis le 28 septembre 1992 sur le réseau hertzien français. Si l'Allemagne semblait avantagée par son réseau câblé, les conséquences directes sur l'audience furent finalement contraires à ce qui avait été imaginé. Puisque la France ne proposait ARTE qu'en hertzien, cette dernière figurait dans l'offre classique des Français,

---

<sup>448</sup> AN, Fontainebleau, fonds Michel Berthod (19920614), art. 10, Catherine Tasca, Georges Duby, Paris, 12 octobre 1988, Pierre, Lefort. *La sept et le projet de chaîne culturelle européenne*, Presses universitaires de France, 2006/2 (n°126).

<sup>449</sup> Vulser, Nicole. Rapport de 1992 présenté dans *Les Echos*, « *Satellites : l'insuccès du programme TDF1 - TDF2* », le 25 juin 1992.  
[https://www.lesechos.fr/25/06/1992/LesEchos/16166-025-ECH\\_satellites---l-insucces-du-programme-tdf1---tdf2.htm](https://www.lesechos.fr/25/06/1992/LesEchos/16166-025-ECH_satellites---l-insucces-du-programme-tdf1---tdf2.htm).

<sup>450</sup> 400 000 foyers seulement contre 10 millions en RFA.

parmi les six chaînes nationales. Côté allemand, le câble lui conférait certes une diffusion plus large en termes de réception par foyer, mais la chaîne se vit noyée dans une offre de près de trente chaînes, avec une visibilité par conséquent réduite. À l'heure actuelle, les taux d'audience de la chaîne en France et en Allemagne diffèrent largement. Nous y accordons une réflexion plus détaillée dans notre axe analytique.

## **b) Un déséquilibre juridique ?**

En s'ouvrant à l'Allemagne, en collaborant directement avec son pays voisin, La Sept, jusqu'alors très française malgré ses ambitions européennes, s'est vue confrontée à de nouvelles réflexions. Alors que les paysages audiovisuels français et allemands semblent bien éloignés dans les rapports qu'ils entretiennent avec leurs États respectifs – deux systèmes politiques, l'un centralisé, l'autre fédéral, aux frontières de l'antithèse – s'est développée une interrogation à propos des *conditions de conception* de programmes de télévision par une équipe binationale, et de fait, une nouvelle réglementation. La mise en place d'une structure spécifique, le GEIE, s'est profilée comme solution idéale. L'ensemble des collaborateurs s'est risqué à la réalisation d'une entreprise hasardeuse qui a engagé de longues négociations avant même la rédaction du traité interétatique. La rédaction du présent traité est une conséquence directe de ces divergences administratives et structurelles. À propos de l'indépendance de la future société de télévision, France et Allemagne exprimaient des avis inconciliables. Le partenaire germanique se vit rassuré par la signature du traité, et les responsables de chaque partie sont parvenus à contourner cet inextricable obstacle qui représente un véritable *défi juridique*.<sup>451</sup>

En quête d'une entente administrative, les différentes parties ont élaboré le traité constitutionnel de la CCE, Chaîne Culturelle Européenne, signé le 2 octobre 1990. La date de la signature – veille de la réunification allemande – est loin d'être anodine et relève l'une des difficultés à laquelle ont été confrontés les instigateurs du projet. La signature même du Traité fut problématique, la partie française ne s'étant pas préoccupée d'un élément majeur : si les *Länder* sont pourvus d'une compétence exclusive en matière audiovisuelle, c'est au *Bund* qu'il revient de signer les documents et traités impliquant plusieurs états. Les *Länder*

---

<sup>451</sup> Terme emprunté à A. Douniès qui propose dans son ouvrage une étude fournie du processus juridique d'entente et de construction de la chaîne : Clergerie, Jean-Louis, et Douniès, Amandine. *Arte, une réussite franco-allemande: le défi juridique*. Paris: Editions Mimésis, 2016.

quémandèrent la signature à leur chancelier Helmut Kohl, qui refusa dans un premier temps, pour finalement autoriser les *Länder* à signer directement le traité, comme le décrit Pierre-Angel Gay dans son article paru dans le Monde en septembre 1990.<sup>452</sup> Les difficultés juridiques se virent effectivement relatées dans la presse, et le journaliste évoque adroitement ces «  *négociations difficiles* », qualifiant l'affaire « Kohl-*Länder* » interne à l'Allemagne de «  *blocages inter-allemands.* » Le chancelier souhaitant que le Traité soit signé rapidement, avant la réunification allemande du 3 octobre, céda à la demande des *Länder*. La réunification allait effectivement avoir pour conséquence une refonte du paysage audiovisuel avec la disparition de la télévision de RDA, ce qui allait forcer l'ensemble des *Länder* à injecter des sommes considérables pour relancer les concessions de l'ex-Allemagne de l'Est. La population allemande voyait d'un mauvais œil la création de cette chaîne désirée par le Chancelier et le gouvernement français, et redoutait une mainmise des pouvoirs publics sur les affaires audiovisuelles. Le Traité Interétatique fut rédigé dans le but précis de garantir l'indépendance totale de la chaîne en termes de gestion, de programmation, et à l'égard des autorités publiques.

La CCE a la responsabilité exclusive de la programmation. Elle est également responsable de la réalisation des programmes, qu'elle assume de même que la gestion du personnel et du budget sous la surveillance et le contrôle des seuls sociétaires et, partant, à l'exclusion de toute intervention d'autorités publiques, y compris d'autorités indépendantes chargées de la régulation de l'audiovisuel dans le pays du siège. De même, la direction, la gestion et la rémunération du personnel ainsi que l'établissement du budget des sociétaires français et allemand relèvent de la seule responsabilité de ces mêmes sociétaires.<sup>453</sup>

Les statuts de la CCE l'excluaient de plus des contrôles du CSA, et lui conféraient une totale liberté au sujet des quotas de diffusion et d'une audience minimum. L'adoption du traité garantissait une parité financière comme une parité de réception entre les deux signataires. La possibilité d'ouverture du projet à d'autres pays fut de même instituée dans les lignes du traité, permettant en outre aux ex-*Länder* de l'Est de s'y rattacher.<sup>454</sup>

---

<sup>452</sup> Gay, Pierre-Angel. « *Le sort de la Sept entre les mains des Länder* » dans Le Monde du 20 septembre 1990.

<sup>453</sup> Article Premier du Traité sur La Chaîne Culturelle Européenne, 2 octobre 1990.

<sup>454</sup> Les anciens Länder de l'Est (RDA) rejoindront ARTE en mai 1996.

Le choix d'un regroupement sous la forme d'un Groupement Européen d'Intérêt Economique<sup>455</sup> (GEIE) via le contrat de formation du 30 avril 1991<sup>456</sup> devait également permettre d'éliminer quelques-unes des confusions énoncées plus tôt. Cet outil flexible sur lequel se sont accordés les signataires se fonde sur un principe de parité, et confère à la chaîne une indépendance structurelle telle que la souhaitaient les Allemands. L'union entre ces deux États aux modes de financements différents se verra facilitée par cette entité juridique particulièrement adaptée aux circonstances. Les responsables de la chaîne ont ainsi pu s'affranchir des principales contraintes juridiques via l'adoption d'une structure unique. Le GEIE, inspiré du GIE (Groupement d'Intérêt Économique) français, en est la version européenne. L'entité se rattache au droit européen des sociétés et ouvre la coopération entrepreneuriale à l'échelle transnationale. Pour être effectif, le groupement doit implanter son siège dans un pays membre de l'UE – la centrale de Strasbourg sera assignée à ce rôle. Le GEIE est par ailleurs dans l'obligation d'inclure au minimum deux sociétés installées dans deux États européens distincts ; ARTE Deutschland à Baden-Baden et ARTE France (anciennement La Sept) à Paris endossent cette fonction. La Centrale de Strasbourg constitue donc le siège d'ARTE et englobe à parité ARTE France et ARTE Deutschland. La direction est installée à Strasbourg et respecte la totale parité de direction, en alternant un président allemand avec un vice-président français. Au sujet de l'alternance des responsables, notons que l'université de Sarrebruck, *die Universität des Saarlandes*, fondée en 1948 en coopération avec la France, a elle aussi opté pour une présidence alternant français et allemands, une solution qui semble ainsi propice à un bon fonctionnement, à une harmonisation des ambitions et qui permet ainsi de justifier, par la parité, le caractère franco-allemand de l'établissement. De la même manière qu'au sein d'ARTE, lorsque le président en fonction est français, son vice-président est nécessairement allemand, et inversement. Les grandes orientations de l'Université franco-allemande sont ainsi déterminées de la manière la plus équilibrée et équitable possible. ARTE s'est donc logiquement inspiré de ce mode de fonctionnement, un mode de fonctionnement auquel les employés de la chaîne tiennent particulièrement.

---

<sup>455</sup> L'entité juridique fut établie via le Règlement (CEE) N°2137/85 du Conseil du 25 juillet 1985 « considérant qu'un développement harmonieux des activités économiques et une expansion continue et équilibrée dans l'ensemble de la Communauté dépendent de l'établissement et du bon fonctionnement d'un marché commun offrant des conditions analogues à celles d'un marché national ; que la réalisation de ce marché unique et le renforcement de son unité rendent notamment souhaitable la création, à l'intention de personnes physiques, sociétés et autres entités juridiques, d'un cadre juridique qui facilite l'adaptation de leurs activités aux conditions économiques de la Communauté ; que, à cet effet, il est nécessaire que ces personnes physiques, sociétés et autres entités juridiques puissent effectivement coopérer par-delà les frontières. »

<sup>456</sup> Mis à jour le 21 juin 2006.

Le principe de parité à la tête des services est très cher aux *Artésiens* : Tout le monde trouve extrêmement important – moi incluse – que les responsables et leurs adjoints, quand il y a adjoint, soient de nationalités différentes, car c'est enrichissant, car ça se complète et que c'est plus facile pour les équipes de pouvoir s'adresser à un(e) allemand(e) et un(e) français(e).<sup>457</sup>

Le siège strasbourgeois a pour mission générale de coordonner les deux pôles français et allemand, il héberge le *Comité de Gérance* composé de quatre membres nommés pour quatre ans, et doit rendre compte des activités de la chaîne à l'*Assemblée Générale*.<sup>458</sup> Les questions budgétaires, techniques ou encore administratives y sont traitées. L'ensemble des programmes est envoyé à la Centrale pour être adapté aux réceptions françaises et allemandes (en particulier la traduction et les horaires de programmation). C'est la *Conférence des Programmes* qui se charge ensuite de retenir ou non les émissions proposées par chacun des deux pôles français et allemand. Cette dernière se réunit tous les mois et est composée de quatre représentants du GEIE et deux représentants de chaque pôle. Les partenaires européens de la chaîne peuvent prendre part au débat, puisque ces derniers représentent avec le GEIE 20% de la programmation finale, contre 80% fournis par ARTE France (40%) et ARTE Deutschland (40%). Une fois les émissions choisies, elles sont diffusées depuis Strasbourg. La partie allemande, dans un souci d'indépendance de la chaîne, avait réclamé la mise sur pied d'un *Comité Consultatif des Programmes*, comme il en existait déjà pour ses chaînes publiques, composé de membres de la société civile. ARTE GEIE dispose aussi de ce Comité, avec huit représentants nommés pour trois ans. La structure ainsi formée devait permettre une coordination et une harmonisation de la conception des programmes, écartant la problématique de leur caractère binational. Un mode de fonctionnement conservé depuis plus de vingt ans. La ligne éditoriale est ainsi élaborée communément par les trois pôles, de manière collégiale, puis validée ou non lors de la Conférence des Programmes à Strasbourg. Une « réunion de bonne entente tripartite sur chaque case » comme le définit Emelie de Jong, directrice de l'unité Arts et Spectacles chez ARTE France, tout en précisant qu'ARTE France « est un producteur de programmes et non un diffuseur de programmes. Les programmes sont

---

<sup>457</sup> Interview de Birgit Gabriel, le 14 avril 2019 à la Centrale d'ARTE, Strasbourg.

<sup>458</sup> L'Assemblée Générale vote le budget de la chaîne, et ses grandes orientations. Elle se réunit quatre fois par an, et est composée de six français (représentants du Conseil de Surveillance d'ARTE France et représentants de l'État) et six allemands (3 représentants de l'ARD, 3 représentants de la ZDF).



diffusés via la chaîne ARTE à Strasbourg ». <sup>459</sup> ARTE France, anciennement La Sept, a donc conservé son rôle d'édition uniquement.

### c) Le GEIE, réponse au déséquilibre financier ?

Les objectifs financiers du GEIE sont plus proches de ceux de l'association que d'une société. Ainsi, en étant à cheval entre entreprise et association, ARTE pouvait adapter ses modes de financement, et se définissait comme association. <sup>460</sup> Comme toute association, la structure ainsi formée n'eut pas besoin de constituer de capital pour exister, et partage ses bénéfices entre ses membres. Les trois membres associés au GEIE <sup>461</sup> participent à part égale au financement de la structure à partir de leurs ressources respectives – essentiellement la redevance. Ainsi, « les membres s'engagent à mettre à la disposition du Groupement, au prorata du nombre de leurs voix, les moyens financiers, programmes de télévision et moyens divers qui lui sont nécessaires pour remplir ses missions et ses obligations, sur la base du budget et des diverses décisions de l'Assemblée générale. » <sup>462</sup> En dehors de la redevance, « le Groupement peut également recourir à toute autre source de financement qui n'est pas exclue par le traité inter-étatique mentionné à l'article 2.4, par le règlement intérieur ou par l'Assemblée générale ordinaire. » <sup>463</sup> ARTE est financée à 95% par les financements publics, 5% par ses recettes propres.

ARTE France <sup>464</sup> est constituée de quatre membres actionnaires : France Télévision à hauteur de 45%, Radio France et l'Institut National de l'Audiovisuel avec 15% chacun, puis l'État Français pour les 25% restants.

ARTE Deutschland TV GmbH, directe descendante d'ARD et ZDF, créée en mars 1991, est financée à part égale par les deux chaînes du service public allemand. Ces dernières réalisent, produisent et achètent les programmes à destination d'ARTE Deutschland, avec un volume horaire correspondant à 50% pour la ZDF, comme pour l'ensemble des neuf chaînes regroupées sous l'ARD selon la répartition suivante: WDR (*Westdeutscher Rundfunk*) 22%,

---

<sup>459</sup> Emelie de Jong, interview du 04 décembre 2017 à ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>460</sup> N'oublions pas que l'acronyme ARTE signifie **Association** Relative à la Télévision Européenne.

<sup>461</sup> ARTE GEIE Strasbourg, ARTE France Paris et ARTE Deutschland TV GmbH Baden-Baden.

<sup>462</sup> Art. 7.2 du Contrat de Formation du 30 avril 1991, Selon le Contrat de Formation, ARTE France et ARTE Deutschland disposent de 6 voix chacune.

<sup>463</sup> Art. 7.3 du Contrat de Formation du 30 avril 1991.

<sup>464</sup> ARTE France n'est autre que La Sept, devenue Arte en 1991, dénommée La Sept-Arte en 1993 puis ARTE France le 1<sup>er</sup> août 2000.

SWR (*Südwestrundfunk*) 16.75%, NDR (*Norddeutscher Rundfunk*) 16.25%, BR (*Bayrischer Rundfunk*) 14.5%, MDR (*Mitteldeutscher Rundfunk*) 10.5% RBB (*Rundfunk Berlin-Brandenburg*) 8%, HR (*Hessischer Rundfunk*) 7%, RB (*Radio Bremen*) 2.5% et SR (*Saarländischer Rundfunk*) 2.5%<sup>465</sup> Les deux pôles sont donc tenus de fournir le même volume de programmes.

Le Groupement d'Intérêt Economique Européen n'empêche pas la chaîne de s'appuyer sur les modes de financement courants de l'audiovisuel public. ARTE bénéficie donc naturellement de ressources issues de la redevance<sup>466</sup>, complétées par les revenus privés qu'elle se procure via les sponsoring et parrainages, ou encore la vente de produits dérivés. Les parrainages lui offrent entre autres une aide au financement de fictions, films, magazines ou émissions en coproduction. ARTE a toujours mis un point d'honneur à écarter toute forme d'annonce publicitaire dans ses programmes, dans le but précis d'être identifiable uniquement par la qualité de ses émissions et magazines. Malgré ses difficultés financières, ARTE ne s'est pas tournée vers les messages commerciaux. À travers certaines actions concrètes, ARTE fait cependant elle-même sa propre publicité, puisqu'elle peut apposer son logo à bon nombres de coproductions ou lors de manifestations culturelles.<sup>467</sup>

Tout comme sa structure juridique, le mode de financement de la chaîne est la résultante d'une entente entre les deux parties françaises et allemandes. ARTE semble ainsi particulièrement autonome. Son contrôle, s'il échappe aux règles du CSA, n'en reste pas moins draconien, et le GEIE fait valoir sa rigueur via une gestion financière stricte. ARTE dispose de multiples mécanismes de contrôle. Le *contrôle de la gestion*<sup>468</sup> permet un suivi des comptes, assuré par plusieurs commissaires aux comptes élus par l'Assemblée Générale. Un *contrôle externe* est de même assuré par un cabinet externe, qui « a pour mission d'examiner la manière dont les résolutions de l'Assemblée générale sont mises en œuvre, et si les

---

<sup>465</sup> Chiffres publiés sur le site officiel de la chaîne, à l'adresse suivante <https://www.arte.tv/sites/corporate/les-societaires-ard-et-zdf/>

<sup>466</sup> La contribution à l'audiovisuel public en France s'élève à 138 euros/année, elle a pour but de financer l'ensemble des chaînes du service public (France Télévisions, ARTE France, INA). L'Allemagne présente un dispositif similaire, le *Rundfunkbeitrag*, qui finance les chaînes publiques ARD et ZDF ainsi que les chaînes régionales. Son montant est de 17.50 euros/mois. La KEF, Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten, reçoit de la part des *Anstalten* une évaluation des besoins, qu'elle examine avant de transmettre une recommandation aux ministres-présidents. Côté français, les contrats d'objectifs moyen des chaînes publiques sont décidés en accord avec l'État. C'est aussi le cas d'ARTE France.

<sup>467</sup> Nous dédions quelques lignes à l'aspect médiateur de la chaîne, en insistant sur ses participations culturelles annexes, tels les festivals et autres manifestations.

<sup>468</sup> Ce dernier est assuré par deux contrôleurs nommés par l'Assemblée Générale, actuellement Olivier Guillemot et Markus Nievelstein.

dispositions légales, directives et règles internes en vigueur ont été respectées pendant la durée du mandat du Comité de Gérance. »<sup>469</sup>

#### **d) La Sept et ARTE, sources de vives critiques.**

Le caractère politique de la création de La Sept, puis d'ARTE, franco-allemande, fut source de nombreuses critiques de part et d'autre du Rhin. Son attachement à l'État ne convenait guère aux critiques allemands, qui ne tardèrent pas à baptiser la chaîne « Kind der Politik. »<sup>470</sup> ARTE a certes été pensée par les gouvernements, mais si elle est engendrée par la politique, c'est bien parce qu'il s'agit d'une politique de réconciliation, d'une politique de construction européenne et non d'une politique de propagande. L'analyse historique menée dans les chapitres précédents le prouve. Michel Anthonioz, ancien directeur général adjoint de la chaîne, le justifiait très bien dans un article à l'occasion des dix ans de la chaîne.

Arte n'appartient ni à la gauche, ni à la droite, mais aux peuples français et allemand qui l'ont financée en payant leur redevance.<sup>471</sup>

La Sept, en tant que projet français, est quant à elle bien issue d'une réaction politique, plus précisément un soutien politique en réaction à la privatisation de la télévision française, afin de ralentir son déclin. La Sept se présentait comme « lieu de résistance au cancer qu'avait contracté la télévision inoculée par la loi de 1974 et décuplé par le cadeau de La Cinq fait à Silvio Berlusconi par François Mitterrand en 1985. »<sup>472</sup> François Mitterrand, après avoir participé à la privatisation de la première et de la cinquième chaîne, ainsi qu'à l'édification de Canal +, se devait de rééquilibrer le paysage audiovisuel français et de créer un nouveau lien entre culture et télévision. Mais ce que regrettait la sphère journalistique dans la création de La Sept comme chaîne culturelle était avant tout un éloignement du projet proposé à l'origine par Pierre Desgraupes ; celui d'une chaîne d'information européenne.

Dominique Wolton, figure indissociable de la genèse et de l'histoire d'ARTE, que l'on peut considérer comme chef de file du mouvement critique du canal, développait lui aussi un avis tranché sur la question de l'attachement de la chaîne aux pouvoirs publics.

---

<sup>469</sup> Voir **Gouvernance et Financement** sur le site officiel de la chaîne à l'adresse suivante : <https://www.arte.tv/sites/corporate/qui-sommes-nous/financement-et-gouvernance/>

<sup>470</sup> Siebenhaar, *Europäisches Fernsehen*, p.56.

<sup>471</sup> Anthonioz, Michel. « Arte : pour un nouvel élan ». *Le Figaro*, 22 mai 2002.

<sup>472</sup> Ibid.

ARTE a été décidée sans consultation, sans débat parlementaire, sans avis du CSA, sans évaluation de la SEPT, sans expérience sur le câble, sans tenir compte de l'échec de la Cinq. Bref dans la tradition française où la télévision est le " fait du prince ", l'audiovisuel relève toujours du " domaine réservé " sans que rien, en démocratie, ne justifie cet état de fait.<sup>473</sup>

Le sociologue regrette que l'argent public puisse être dispensé à une chaîne proposant une « culture minoritaire »<sup>474</sup> alors que la télévision publique française peut et doit améliorer son offre « grand public. »<sup>475</sup>

Mis de côté cet ancrage politique, la vocation culturelle et européenne de la chaîne suscita non moins de remous. ARTE a bien entendu été critiquée par les politiques de droite – une opposition politique évidente à la gauche originaire du projet ARTE – mais aussi par la sphère intellectuelle française. Pour nombre d'entre eux, et finalement dans la continuité des thèses développées par l'École de Francfort, la télévision est synonyme d'apathie intellectuelle. Une passivité à l'origine du rejet de la télévision pour ces hommes de lettres et sociologues. Ainsi, Jérôme Clément fut confronté à d'acerbés remarques, dont quelques-unes furent relatées dans la presse. À titre d'exemple, Jacques Rigaud, lors des débats sur la création de La Sept, exprimait dans la lignée de la pensée de Bernard Pivot<sup>476</sup> ses doutes quant à la création d'une chaîne à vocation éducative et culturelle.

On ne répètera jamais assez que les médias en général et la télévision en particulier ne sont ni un cours du soir ni une maison de la culture à domicile.<sup>477</sup>

Dès son lancement, d'autres attaques pernicieuses, voire xénophobes, allaient à l'encontre de la nouvelle chaîne. Ainsi le Journal du Dimanche titrait « ARTE, la langue de Goebbels »<sup>478</sup> pendant que le programme de divertissement populaire « Dimanche Martin » sur Antenne 2,

---

<sup>473</sup> Wolton, Dominique. « DÉBATS Audiovisuel ARTE, la culture et la télévision ». *Le Monde*, 23 septembre.

<sup>474</sup> Ibid.

<sup>475</sup> Ibid.

<sup>476</sup> Bernard Pivot, évoqué dans le chapitre théorique, affichait en effet un certain mépris à propos de ce qui touche à l'intellectuel en télévision, et le faisait savoir dans *Le Quotidien de Paris*, le 24 avril 1975 « La télévision n'est pas faite pour les intellectuels. Ils ont leurs revues, leurs journaux. La télévision est faite pour le grand public. »

<sup>477</sup> Rigaud, Jacques. *Libre Culture*. Paris : Gallimard, 1990, cité depuis Susan Emanuel « *Télévision et Culture en France, à la recherche d'une chaîne culturelle européenne* » p.141.

<sup>478</sup> Entretien avec Jérôme Clément dans *Les Echos* 17 août 2006.

jouait un sketch dans lequel des soldats allemands prenaient d'assaut un foyer français en s'exclamant « *Achtung hier kommt Arte* ». Un antigermanisme que Jérôme Clément raconte avoir constaté au sein même des locaux de La Sept.<sup>479</sup>

Toujours dans le domaine de la presse, les interventions de Dominique Wolton à propos d'un canal culturel se firent virulentes<sup>480</sup>, pourtant, sa conception de la télévision n'était si pessimiste que pouvait l'être celle d'autres intellectuels. Là où un Bourdieu voyait en la télévision une dégradation de l'esprit citoyen, Wolton soutenait tout de même la théorie selon laquelle ce média tisse un lien social, désormais nécessaire dans toute société moderne. Ses griefs contre ARTE sont justement issus de cette conception. Selon lui, la chaîne ne remplit pas son rôle social ; au lieu de créer une forme d'identité européenne – ce que clamait ARTE – Wolton dénonce une forme d'élitisme dérivé de la mise en place d'une chaîne thématique – qui plus est culturelle.

La télévision peut sensibiliser, initier à la grande culture comme d'ailleurs à tous les sujets, mais son objet n'est pas d'abord de cultiver.<sup>481</sup>

Dominique Wolton n'est donc pas profondément contre la culture en télévision, mais se dresse contre une forme de *télévision culturelle*. La thématique culturelle ne ferait, selon lui, que renforcer un clivage déjà existant entre couches sociales, et participerait à une forme de stigmatisation.

Qualifier la télévision de culturelle, c'est déjà s'appropriier le qualificatif et établir une hiérarchie par rapport aux autres médias.<sup>482</sup>

Une chaîne telle qu'ARTE ne ferait que participer à « la création d'un ghetto culturel élitiste »<sup>483</sup>, alors les privilégiés ayant déjà un accès aisé à la culture n'auraient pas besoin de la télévision pour combler leurs besoins culturels. Toujours à propos de la télévision culturelle, Wolton assure que la meilleure manière de proposer des contenus culturels réside dans le fait de les diffuser sans les qualifier comme tels. L'appellation « *culturel* » expose les

---

<sup>479</sup> Clément, Jérôme. *Le choix d'ARTE*. Paris: Grasset, 2011.

<sup>480</sup> Il titrait dans *Le Monde* du 11/07/1989 « *La Sept, Ligne Maginot de la Culture* ».

<sup>481</sup> Larcher, Laurent. « *Dominique Wolton, directeur de recherche au CNRS : « La télévision de qualité est celle qui ouvre l'esprit »*. » *La Croix*, 19 juillet 2008.

<sup>482</sup> Wolton, Dominique. « *DÉBATS Audiovisuel ARTE, la culture et la télévision* ». *Le Monde*, 23 septembre 1992.

<sup>483</sup> *Ibid.*

concepteurs comme les spectateurs à nombre de préjugés, préjugés que le média télévisuel, par sa vocation sociale, doit justement éviter.<sup>484</sup> La télévision doit rester un média égalitaire, identitaire. Il s'agit du « meilleur outil de communication démocratique. »<sup>485</sup> Il doit cependant être usité comme tel, c'est-à-dire comme un outil de divertissement, d'éducation, d'information. Les rapports entre culture et télévision ne permettraient pas une thématisation culturelle de l'offre. L'outil télévisuel propose une culture que Wolton qualifie de *moyenne*, nouvelle arrivée dans les sociétés modernes, dissociable de la *culture d'élite* et de la *culture de masse*. Au lieu d'enrichir l'offre, une chaîne thématique culturelle affaiblirait de fait la véritable *économie de la culture*. Pourquoi se déplacer au théâtre ou à l'opéra, si le spectacle est accessible depuis le salon familial ?<sup>486</sup>

Il serait alors du ressort de la télévision publique, en particulier des chaînes généralistes, d'améliorer les programmes en favorisant la création. Dans son *Eloge du Grand Public*<sup>487</sup>, Wolton certifie qu'une chaîne peut être créée à l'échelle européenne. Wolton s'exprime plutôt en faveur d'une chaîne d'expérimentation, qui serait identifiable en son caractère original.<sup>488</sup> Cette chaîne d'expérimentation « trouverait naturellement sa place dans l'espace national mais aussi européen et nul doute qu'un grand nombre de programmes appelés aujourd'hui 'culturels' par le simple fait qu'ils échappent aux classifications habituelles y trouveraient matière à expérimentation ! »<sup>489</sup>

Cependant, toujours selon Wolton, cette chaîne expérimentale ne peut et ne doit être uniquement réservée à une programmation culturelle.

Une télévision expérimentale, publique ou privée, peut être un moyen de favoriser d'autres modes d'expression et d'écriture, mais à condition de ne pas réserver cette télévision expérimentale à la seule production culturelle.<sup>490</sup>

---

<sup>484</sup> Wolton à propos des contenus culturels : « le mieux est d'en faire sans le dire, pour éviter de faire fuir ceux, très nombreux, qui ne se sentent pas assez cultivés pour regarder des programmes 'culturels' » Ibid.

<sup>485</sup> Ibid.

<sup>486</sup> À ce propos, Wolton revient sur les politiques culturelles menées par la France, regrettant qu'ARTE ne s'inscrive pas dans la même optique. « *La République Gaulliste avait créé les maisons de la culture, qui ont contribué, à leur manière, à la démocratisation de la culture, la République socialiste créé ARTE en laissant en jachère la culture du grand public* » il ajoute « *ARTE n'est pas seulement la danseuse des socialistes, elle est aussi le symbole de l'échec d'une politique de la télévision publique.* » Ibid.

<sup>487</sup> Wolton, Dominique, *Eloge du Grand Public*, Flammarion 1990.

<sup>488</sup> Ibid. « *Il manque dans le dispositif audiovisuel actuel une place pour une chaîne de télévision d'expérimentation de programmes originaux de toute nature et pas seulement culturels* » p.186-187.

<sup>489</sup> Ibid. p.187.

<sup>490</sup> Ibid. p.214-215.

Mais les critiques envers la chaîne fusaient aussi Outre-Rhin, et la presse ne manquait pas non plus de cibler ARTE. L'hebdomadaire *Der Spiegel* éditait en 1991 un article (*Kanal für Blinde* : une chaîne pour aveugles) au sujet de cette nouvelle collaboration audiovisuelle franco-allemande, dans un ton fort critique.

Der deutsch-französische Kulturkanal, geplant für 250 Millionen Mark jährlich, wird ein TV-Programm ohne Zuschauer sein.<sup>491</sup>

Audimat et coûts de production étaient ainsi au cœur de l'article. Dès les premières lignes, la dimension prestigieuse du projet est évoquée. L'avis allemand sur la question de la présentation de la chaîne en grande pompe relève plutôt du sarcasme, et n'est pas sans rappeler le caractère superficiel traditionnellement attribué au peuple français par ses voisins européens. La Sept est ainsi présentée comme un projet de purement français, politique, sans le moindre auditeur et bien trop coûteux<sup>492</sup> pour se déployer seul. François Mitterrand aurait alors fait appel au bon vouloir de son homologue allemand pour cofinancer le projet, sous l'alibi indiscutable de la construction européenne et des progrès technologiques.

Das einzig greifbare Ziel des umstrittenen Unternehmens ist, daß Mitterrand die Kosten seines teuren staatlichen Kulturkanals "La Sept" zum Teil den Deutschen aufbürden kann "[...]„Auf der Suche nach finanzieller Entlastung faßten die Franzosen wieder mal die Deutschen ins Visier.<sup>493</sup>

En évoquant la signature par les deux parties le 2 octobre 1990, veille de réunification, le *Spiegel* dénonçait un acte « perfide. »<sup>494</sup> La mainmise de l'État sur la conception de la chaîne était bien l'une des préoccupations majeure Outre-Rhin. Alors que l'Allemagne prenait part au financement du projet, dont les frais allaient encore grimper, le taux d'audience, lui, n'évoluait guère. Le *Spiegel* fit lumière sur cette problématique, mais la justifie – toujours sur un ton critique – en précisant que la nouvelle chaîne se perdait dans cette offre démesurée que

---

<sup>491</sup> « Le canal culturel européen, estimé à 250 millions de Marks par an, est destiné à être un programme sans spectateur », dans *Der Spiegel* 19/1991 *Kanal für Blinde* 06.05.1991

<sup>492</sup> Le projet avait coûté près de 550 Millions de Francs à l'année.

<sup>493</sup> « Le seul but tangible de cette entreprise controversée, est que Mitterrand puisse en partie imputer aux Allemands les frais de sa chaîne culturelle d'État « La SEPT ». En quête d'un soutien financier, les Français ont une fois de plus pointé les Allemands du doigt. », dans *Der Spiegel* 19/1991 *Kanal für Blinde* 06.05.1991.

<sup>494</sup> « Un accord-cadre fut signé le 2 octobre dernier à Berlin – perfidement un jour avant la réunification allemande ». Ibid. „Ein Rahmenabkommen wurde am 2. Oktober vorigen Jahres in Berlin unterzeichnet - perfiderweise einen Tag vor der deutschen Einheit“.

propose le câble allemand avec sa trentaine de canaux.<sup>495</sup> Le public allemand bénéficie en effet d'une offre culturelle large, dont les chaînes *Eins Plus*<sup>496</sup> et *3SAT*<sup>497</sup> se chargeaient jusqu'alors très bien.

Adjoint à ce témoignage centré en particulier sur une dimension économique et politique, il paraît nécessaire de préciser que ce qui pouvait faire figure d'argumentation côté français, provoquait parfois un sentiment de rejet côté allemand. Ainsi, la notion d'*héritage culturel* soutenue par les grands bâtisseurs français de La Sept ne plaisait guère aux Allemands, toujours dans le souvenir de l'époque de la propagande nazie, qui avait bien trop usité de ces prétextes pour faire valoir ses actes épouvantables. Au même titre que le *Spiegel*, qui qualifiait alors ARTE de *canal pour aveugles*, le journal *Les Dernières Nouvelles d'Alsace*, pourtant fortement imprégné d'une culture binationale, titrait *La Grande Muette*, en référence aux problèmes techniques que connaissait la chaîne.

Il est vrai que la chaîne a connu nombres d'obstacles techniques lors de ce qui peut être qualifié de « phase d'eupéanisation. » Alors que l'on reprochait à La Sept d'être trop franco-française, à l'instar du journaliste Jacques Mousseau, qui affirmait que la chaîne est « née plus comme une chaîne proposant la culture française et les préoccupations françaises à l'Europe que comme une chaîne d'inspiration européenne »<sup>498</sup>, la chaîne certes très française trouvait la réponse à ces critiques en raffermissant sa politique de coproduction.

Elle officialisa son caractère européen avec la signature de son premier accord auprès de la ZDF à Mayence le 23 mars 1987. Une fois officiellement enclenchée, sa mission européenne s'élargit relativement rapidement. La Sept signa un nouvel accord avec l'autre chaîne publique allemande, l'ARD, le 10 septembre 1987. Suivirent de multiples signatures auprès de la RTBF en Belgique, la SSR Suisse, Danmarks Radio, la télévision suédoise SVT, la RTVE pour représenter l'Espagne, puis l'ERT en Grèce. La Sept parvint ainsi à justifier son caractère européen en affichant plus de 50% d'achats de programmes européens. Elle mit en

---

<sup>495</sup> « Les coûts de programmation sont au départ estimés à 250 Millions de Marks par an, avec une tendance à la hausse, les taux d'audience proches du néant, durablement. Eins Plus et 3Sat n'en ont pas beaucoup plus, et les abonnés du câble peuvent désormais, en fonction de leur région, choisir entre près de 28 programmes ». Ibid. ,Die Programmkosten werden auf anfänglich 250 Millionen Mark im Jahr geschätzt, Tendenz steigend, die Einschaltquoten auf annähernd null, dauerhaft. Eins Plus und 3Sat haben auch nicht viel mehr; die Kabelteilnehmer können schon jetzt, je nach Region, bis zu 28 Programme anwählen.“

<sup>496</sup> Mise sur pied par l'ARD en 1986.

<sup>497</sup> Canal de la ZDF en 1984.

<sup>498</sup> Mousseau, Jacques. « *La politique audiovisuelle de la communauté européenne* », Persée, 1989.



outre un point d'honneur à la *thématisation* européenne de ses contenus et en se montrant particulièrement active et visible lors des grands festivals d'arts européens. Elle profita aussi de ses trois fenêtres sur FR3 en 1987 pour faire confiance à des programmeurs d'envergure européenne, comme l'anglais Michaël Kustow, qui a officié pour la chaîne culturelle anglaise Channel 4 et Eckart Stein de la ZDF, que nous avons déjà cités.

Afin de contrer les critiques sur ses problèmes de diffusion via le satellite, La Sept tissait sa toile vers l'Est sur les réseaux publics hertziens, de la Pologne à la Tchécoslovaquie, en passant par la Roumanie ou la Hongrie. La chaîne signait un beau succès à l'Est en atteignant plus de 45 millions de foyers. Ses audiences étaient bien meilleures à l'Est avec une moyenne de 10 à 15%, et des pics d'audience à 25%. Elle ne diffusa qu'à partir de 1989 par satellite mais prit les devants en justifiant sa vocation européenne dès 1987. La modification de ses statuts le 14 mars 1989 finissait de la disculper : La Sept devint Société Européenne de Programmes de Télévision et s'affirmait enfin comme canal européen. Ce nouveau statut l'autorisait à diffuser et accueillir des contenus étrangers, à développer une nouvelle politique d'accords favorisant la réception dans les pays européens. De nombreux accords passés avec des câbles-opérateurs lui permirent de figurer sur le réseau câblé, son rayonnement s'étendait.

La Sept réinvestissait plus de la moitié de son budget dans les œuvres originales européennes. Elle parvenait à accroître les coproductions cinématographiques européennes en injectant au maximum dans l'industrie audiovisuelle (un peu moins d'un milliard de francs) et s'affirmait comme soutien non négligeable au 7<sup>e</sup> art. Son budget documentaire se vit lui aussi démultiplié, dès 1990, tout comme son budget sous-titrage et traduction, qui s'élevait à près de 15 millions de francs.

Les critiques rapportées ici, qui émanent des médias et d'intellectuels, ont participé, dans une certaine mesure, à l'identité de la chaîne. Afin de justifier son caractère européen, La Sept a intensivement multiplié ses actions de partenariats extérieurs et développé les achats et coproductions de contenus européens. Il semblerait aussi que les dires de Dominique Wolton aient eu quelques répercussion, puisqu'ARTE se présente actuellement, cela est visible dans sa programmation, comme une *chaîne généraliste d'expérimentation*. Le caractère expérimental du canal franco-allemand est traité dans l'axe second du présent manuscrit, dans le chapitre relatif à l'analyse de la programmation.

## Bilan Intermédiaire.

Dans ce contexte de développement de l'idée européenne et de vives délibérations au sujet de la construction d'une identité propre à ce nouvel espace, la télévision reste encore un média purement national. Pourtant, les nouvelles techniques de diffusion, notamment l'émergence du satellite, ont rendu possible l'élargissement de l'audiovisuel au niveau européen. De nouvelles perspectives se sont ouvertes, et les pays concernés ont pris conscience de la possibilité de concurrencer les marchés américain et japonais. Dès lors, les grandes instances européennes de l'audiovisuel se sont affairées à promouvoir la circulation de contenus télévisuels au sein de ce nouveau système d'offre et de demande. Les vecteurs économique, politique et technologique sont, nous l'avons montré dans notre développement, manifestes et extrêmement présents, mais la question du rapport à la culture demeure néanmoins fondamentale et est entrée tôt dans les délibérations. Ce nouvel espace audiovisuel et européen en construction devait contribuer au soutien à la création, à la diffusion de contenus culturels. La Sept, à l'origine franco-française, est sans conteste la résultante de ces revendications. Afin de constituer un média transnational, les grands représentants des politiques audiovisuelles européennes se sont appliqués à en légiférer les grandes orientations. L'étude de l'harmonisation de la législation entre États européens – dont se chargèrent en particulier l'Union Européenne de Radiodiffusion et le Conseil de l'Europe – nous a permis d'évaluer la dimension *diplomatique* d'une telle entreprise. Une diplomatie perceptible à l'échelle des négociations politiques et des dialogues internes, puis au sein même de ce qui deviendra ARTE. Une diplomatie qui rendra ce projet utopique réalisable. Une diplomatie et une *politique de consensus* perceptibles dans la structure actuelle d'ARTE.

Les ambitions de la chaîne sont très élevées et l'analyse d'ordre historique que nous avons pu mener corrobore la théorie selon laquelle l'identité de la Chaîne Culturelle Européenne, ancêtre d'ARTE, fut profondément influencée par des vecteurs de sphères bien distinctes – politique, médiatique, technologique, juridique ou culturelle – distinctes mais insécables car elles répondent à une *ambition commune* française et allemande, une ambition commune à l'origine de cette politique diplomatique et en faveur de la construction européenne, plus largement d'une paix durable. Une diplomatie au service de l'interculturalité, que nous avons pu évoquer à travers de nombreux exemples.

Outre l'établissement d'un projet audiovisuel dans un contexte concurrentiel, ARTE est avant tout une tentative de réponse à la grande interrogation des peuples européens du

XXe siècle, celle d'élaborer une *identité européenne*, de raviver une *culture commune*, d'éveiller un sentiment de *commune appartenance*. Une interrogation au cœur des discours depuis 1945.

Dans notre cas d'étude, Français et Allemands se sont rapprochés afin de fonder une programmation commune certes, mais ce projet dépasse bien le cadre unique de la télévision, l'une des missions du canal étant le rapprochement des peuples d'Europe ; et l'on peut désormais affirmer, grâce à notre analyse d'ordre historique, que l'interculturel s'est initié à l'échelle politique dans un premier temps.

La création de la chaîne est issue d'une *directive politique*. ARTE se présente comme l'un des symboles patents de la réconciliation franco-allemande, et sa réalisation se devait d'être une réussite pour ne pas affaiblir cette relation transnationale si singulière, et encore fragile lors des premiers échanges au sujet d'un canal communément dirigé. Le fait que la décision soit politique, et que les acteurs engagés dans la création d'ARTE partagent de nombreuses ambitions communes ont largement contribué à l'établissement d'un *environnement favorable* à l'interculturel, un interculturel *fécond*.

Les études interculturelles tendent à montrer que toute rencontre entre deux cultures expose les sujets participants au conflit, au malentendu, que ces derniers doivent être contournés, résolus, ou acceptés pour rendre la rencontre constructive, profitable. Si tous les individus ne sont pas *interculturellement compétents*, ils peuvent cependant le devenir, produire un *effort culturel* pour mieux comprendre l'*Autre*, et accepter de modifier – dans l'environnement précis de la sphère professionnelle – leurs méthodes de travail, d'accomplissement d'une tâche, leurs communications verbale et non verbale, ou encore leur rapport à la hiérarchie.

L'interculturel, c'est connaître l'*Autre*, le reconnaître. C'est être capable et prêt à modifier ses perceptions, être flexible, s'adapter à l'*Autre*. De multiples théories ont été développées en ce sens, mais souvent uniquement dans le cadre précis de la rencontre entre individus. Dans le cadre de la télévision interculturelle, si le facteur humain entre en jeu, le premier niveau d'harmonisation à étudier demeure la structure même de la chaîne. L'étude de la nature interculturelle de la chaîne nous a permis de déterminer différentes strates dans lesquelles l'interculturel semble justement s'exprimer. Différentes strates dans lesquelles sont en outre visibles les conflits et les tentatives d'harmonisation. La première strate que nous avons choisi

de traiter est cette strate *systemique*, propre à la sphère médiatique, jamais traitée dans les études interculturelles, et pour cause, unique et n'étant incarnée que par ARTE.

ARTE se présente donc comme un modèle d'interculturel dont le mode de fonctionnement peut suivre cette stratification, et chacune de ces strates renforce le caractère pleinement interculturel de la chaîne, et rend possible dans un premier temps la constitution d'un environnement stable et fonctionnel entre employés binationaux, et permet dans un second temps de proposer une programmation promouvant l'interculturel. Le lien entre la structure et son mode de fonctionnement, et les interactions qui s'y produisent est direct, indéniable, et il semblerait que la structure même ait été entièrement pensée pour réduire le nombre d'entraves liées aux contacts interculturels. La notion de culture est, qui plus est, un vecteur déterminant dans toute organisation, dans toute entité. Puisque cette entité est pluriculturelle, sa structuration en a été affectée, et ce pluriculturalisme donne naissance à une *culture d'entreprise* unique. La culture fait partie intégrante des chaînons constituant toute entreprise, une influence culturelle d'autant plus importante dans le cadre de structures bi- voire multinationales.

Ce chapitre historique avait ainsi pour dessein de sonder cette première strate *systemique*, propre à l'interculturel télévisuel, une première strate qui, à elle seule, touche un nombre important d'acteurs diverses, et qui suppose un profond exercice d'harmonisation rendu possible, nous l'avons montré, par une *ambition commune* forte. S'il ne fut pas aisé d'harmoniser deux systèmes audiovisuels, deux systèmes antithétiques qui ont conduit à plusieurs restructurations, à des négociations sur les modes de financements, des négociations juridiques, l'on peut cependant constater que les créateurs de la chaîne ont su s'accorder pour fonder une structure unique, inédite ; le Groupement Européen d'Intérêt Économique, qui tâche de prendre en compte les particularités de chacun des deux systèmes, et de rééquilibrer la parité franco-allemande alors que la chaîne culturelle avait été initiée par la partie française uniquement, la partie française qui disposait d'une longueur d'avance grâce à La Sept. La politique de diplomatie lors des premiers élans de rapprochement des structures audiovisuelles françaises et allemandes est tout aussi visible dans la rédaction du traité interétatique. Ce dernier constitue un autre exemple de ces différentes formes d'assentiments entre France et Allemagne, puisqu'il permet d'apaiser les craintes des signataires allemands récalcitrants à l'idée de créer une structure télévisuelle commune avec ce pays dont l'audiovisuel était régenté par l'État qui le gouverne.

La création du GEIE peut être considérée comme l'instauration d'une *troisième voie* juridique, une troisième voie qui emprunte les modes de fonctionnement et les attentes de chacune des deux parties engagées, afin de bâtir une nouvelle sphère qui engloberait tous les éléments propices et utiles à un fonctionnement paritaire, et qui satisferait l'ensemble des acteurs engagés. Une troisième voie souvent évoquée dans les études sur la communication interculturelle pour désigner le *terrain d'entente* qu'apprennent à constituer des équipes interculturellement compétentes, bi- ou plurinationales, afin de rendre leur groupe efficient dans l'interculturel.

L'agencement d'ARTE selon les clauses définies par le GEIE apparaît clairement comme un parangon de l'interculturel télévisuel à l'échelle structurelle. La structure tripolaire favorise en effet l'échange et les contacts permanents, et permet de coordonner des systèmes audiovisuels a priori incompatibles. Lors des négociations préliminaires, chacun des deux partis a su faire des concessions, mais s'est aussi parfois montré ferme pour conserver ses spécificités et une forme d'autonomie. La structure est ainsi constitutive de ces élans fondés sur le consensus, sur la négociation au service du bon fonctionnement du média binational en devenir. S'est ainsi établie dès les premières phases de rapprochement entre les deux pays concernés une *tradition de consensus* et d'*acceptation* de l'*Autre*, souvent relatés dans les analyses en communication interculturelle. En cherchant à être profondément interculturelle, et ce dans sa structure même, ARTE s'est donné toutes les chances d'être en mesure de constituer un *dialogue interculturel* pertinent qui allait légitimer la création de la chaîne en montrant à un large public que le partenariat franco-allemand dans le secteur culturel est réalisable – mieux : essentiel à la construction européenne, et qu'il est de surcroît possible d'établir une politique culturelle commune grâce à l'audiovisuel.

ARTE a ainsi la particularité d'avoir constitué à l'échelle structurelle un miroir de ce qui peut et doit se mettre en place à l'échelle humaine, relationnelle, lors de toute rencontre interculturelle, et il semblerait que cette structure unique fondée en outre sur le *consensus* soit l'une des solutions les plus efficaces pour constituer un environnement interculturel équilibré et harmonieux. Des différences persistent cependant, nous l'évoquerons lors de nos bilans et perspectives.

Si la chaîne fut affublée de virulentes critiques quant à son génome politique – difficilement réfutable – il est cependant essentiel de préciser que cette impulsion d'Hommes d'États français et allemands est à l'origine de l'établissement d'un environnement sain de

coopération culturelle, et que même si l'on constate, en disséquant l'organisation et la répartition du travail de programmation de chacun des deux pôles, des divergences d'intérêts et donc de méthodes, le fait d'œuvrer à atteindre ce *but commun* de rapprochement des peuples d'Europe, de consolidation de l'amitié franco-allemande, d'établissement d'une politique culturelle et audiovisuelle commune, permet d'amenuiser ces divergences, et a contraint, en quelques sortes, l'ensemble des bâtisseurs de la chaîne à trouver communément des solutions et ce malgré des systèmes antinomiques, en particulier ce choc entre les systèmes central et fédéral, qui induit de grandes variations dans leurs systèmes audiovisuels respectifs. Si le but commun est à l'origine de la structure adoptée, il est aussi le paramètre fondamental au bon fonctionnement du groupe humain, et même en partie à l'origine de cette culture d'entreprise que nous avons évoquée. Nous y reviendrons plus en détail dans notre étude des interactions entre employés de la chaîne. Mener à bien un projet commun, travailler ensemble sur une mission commune clairement énoncée et identifiée, semble être une des clés au bon déroulement de toute entreprise interculturelle. Depuis ses origines, ARTE est avant tout la résultante d'un *objectif commun*, que Ladmiral et Lipiansky définissent comme « une réflexion et un travail sur les problèmes et les divergences réelles qui existent entre deux communautés. Ces conditions de rencontre où les participants sont authentiquement engagés permettent plus facilement une évolution en profondeur, des attitudes et des représentations qu'un simple échange de vues, d'opinions ou d'informations. »<sup>499</sup> Depuis ses origines, ARTE est avant tout la résultante d'un objectif commun, ce dernier participe à la faisabilité du travail en groupe entre cultures divergentes.

L'analyse interculturelle que nous avons nommée *systémique* dans le premier axe de notre manuscrit portait sur les séquences d'interactions entre les différentes cultures impliquées dans la constitution d'une entité qui constituera *in fine* un cadre professionnel pluriculturel. Si le contexte audiovisuel est tout aussi porteur de sens et a contribué à l'adoption de la structure tripolaire actuelle, il est désormais nécessaire de s'intéresser aux interactions, à la rencontre effective entre employés français et allemands. L'approche interculturelle des bâtisseurs de la chaîne a permis à un maximum de sujets engagés dans le projet d'acquérir une flexibilité pour s'adapter à l'*Autre* afin de minimiser les conflits liés au contact entre cultures. Le résultat de l'acquisition de ces compétences interculturelles est la capacité de dialogue, l'ouverture sur l'*Autre*, la constitution d'un possible terrain d'entente pour accomplir des tâches en

---

<sup>499</sup> Ladmiral, Jean-René, et Edmond Marc, Lipiansky. *La communication interculturelle*. 4e édition. Traductologiques 5. Paris: Les Belles lettres, 2015, page 209.

collaboration. Le travail d'harmonisation que nous avons évoqué lors de l'analyse de la genèse de la chaîne, cette tradition de consensus, est palpable au sein des équipes, une autre strate de l'interculturel télévisuel que nous avons choisi de traiter dans le second axe de notre manuscrit.

Dans ce second axe, nous traitons des deux autres strates propres à l'interculturel télévisuel, soit la cohabitation et la collaboration entre employés français et allemands, et ce à partir de nos enquêtes de terrain, une étude plus courante dans les recherches sur l'interculturel, puis la strate de la programmation, cette fois-ci peu relatée dans ces études, puisque propres au support médiatique, afin de mesurer en quoi ARTE constitue ou non un vecteur de promotion de l'interculturalité.

## **AXE SECOND**

**Les moments dialectiques de la sphère *artésienne* et  
la construction du discours.**



À partir d'une méthodologie précisément établie consistant à sonder les divers lieux d'expression de l'interculturalité au sein d'ARTE, trois niveaux, trois *strates* ont pu être identifiés. La première strate déterminée, dans laquelle l'interculturel est visible et s'exprime, est directement associée à la genèse de la chaîne, et a été en partie traitée dans notre premier axe. Ainsi a été démontré que la chaîne biculturelle est tout à fait révélatrice des politiques culturelles françaises et allemandes, de leur dissensions et leurs évolutions. Ce premier axe avait de surcroît pour but de montrer que l'impulsion politique est à l'origine de la création de la chaîne, et que l'on se situe ainsi, selon les définitions proposées dans le chapitre théorique, dans un *interculturel volontaire* : toutes les conditions favorables à la rencontre entre cultures ont été sciemment instaurées.<sup>500</sup>

La première strate propre à l'interculturel télévisuel a été baptisée, au cours de la recherche, *strate systémique*, puisqu'elle favorise la constitution d'un *système* propice à l'harmonisation de politiques culturelles et audiovisuelles a priori incompatibles. Une strate participant, donc, au développement d'un interculturel fonctionnel. Outre l'impulsion politique à l'origine d'une telle entente, ont été considérées les grandes phases d'harmonisation juridiques, technologiques et financières du projet ; ces dernières offrent des réponses au sujet de la structure si singulière du groupe ARTE, ainsi que de premiers arguments permettant de vérifier la deuxième hypothèse de recherche à propos du *caractère dialectique* de toute rencontre interculturelle.

Afin d'analyser cette *strate systémique* dans son intégralité, il est nécessaire de rendre compte des interactions entre les différents pôles constituant ce média. Il existe en effet une incontestable corrélation entre les échanges réels qu'entretiennent les trois pôles à l'échelle structurelle et la force du dialogue interculturel qui a pu s'instaurer en interne, au cœur même de cette entreprise télévisuelle bicéphale. L'étude de sa structure permet en outre d'introduire la strate de l'interculturel télévisuel suivante, qu'est la strate propre au *dialogue* et à la *dialectique de l'interculturel*, baptisée *strate environnementale*, qui propose d'évaluer les *modalités de mise en place du dialogue interculturel* entre les équipes françaises et allemandes, sa portée ainsi que sa pertinence. Suite aux enquêtes de terrain et interviews menées lors des années consacrées à la présente recherche ont pu être examinées ces relations internes entre collaborateurs et professionnels de l'audiovisuel français et allemands. Un

---

<sup>500</sup> Voir partie théorique page 44 et suivantes.

compte rendu fondé à partir de ces rencontres et interviews<sup>501</sup> est ainsi proposé dans un second temps, afin de traiter du caractère dialectique des rencontres interculturelles, ainsi que de la prétendue constitution d'une *culture tierce* au sein de toute entreprise interculturelle efficiente. Sont ensuite évoquées les notions de *but commun*<sup>502</sup> et de *consensus*, nécessaires à la mise en place d'une programmation convenant aux deux parties.

L'étude de la structure tripolaire et de la confrontation des cultures au sein de la chaîne, soit l'étude de l'instauration du dialogue interculturel, ses grandes problématiques et modes de résolutions de ces problématiques, constituent le premier chapitre de cet axe empirique. Dans un second chapitre, l'accent porte premièrement sur la production de la programmation, et ce à partir des échanges menés auprès de professionnels employés d'ARTE, puis d'autre part sur une analyse de la programmation, globale dans un premier temps avec l'étude des grandes mutations de la ligne éditoriale et des stratégies de la chaîne, afin de vérifier si ces objectifs premiers de rapprochement des peuples et des cultures d'Europe sont toujours au centre des préoccupations. Dans un second temps, est proposé un compte rendu d'analyse ciblée de la programmation. Ont été retenus pour analyse des formats tout à fait représentatifs du caractère interculturel de la chaîne, à l'instar de *Karambolage* ou du Journal d'Information, éléments qui constituent, selon la méthodologie appliquée, la troisième et dernière strate de l'interculturel, celle relative à la *production d'un discours interculturel*, nommée *strate discursive, médiatrice et promotionnelle* de l'interculturel.

Afin de développer une perspective critique ont été examinés quelques contenus et choix éditoriaux à tendance plus « uniculturelle » qu'interculturelle, à l'instar du décrochage de la programmation ou encore du magazine *28 Minutes*. Ce chapitre vérifie la troisième hypothèse de recherche selon laquelle les *médias seraient en mesure de participer à la promotion ainsi qu'à la formation interculturelle*.

---

<sup>501</sup> L'ensemble des interviews a été retranscrit dans une version fidèle, ce qui justifie parfois quelques erreurs de langue dues à l'expression orale.

<sup>502</sup> Lors de nos recherches préalables, la notion d'objectif commun a rapidement retenu notre attention, définie ainsi par Ladmiral et Lipiansky :

« Un objectif commun peut très bien consister en une réflexion et un travail sur les problèmes et les divergences réelles qui existent entre deux communautés. Ces conditions de rencontre où les participants sont authentiquement engagés permettent plus facilement une évolution en profondeur des attitudes et des représentations qu'un simple échange de vues, d'opinions ou d'informations », Ladmiral, Jean-René, et Edmond Marc, Lipiansky. *La communication interculturelle*. 4e édition. Traductologiques 5. Paris: Les Belles lettres, 2015, p.209.

Les employés d'ARTE se situent en effet bien au-delà d'un simple échange d'informations, en ce qui concerne du moins les interactions à Strasbourg, l'ensemble des interviews menées tend à le démontrer.

Le second axe de cet écrit a pour but d'évaluer la capacité de la chaîne à constituer un *dialogue interculturel* en interne, essentiel pour légitimer sa mission de *médiation*, puis à constituer une programmation et donc un *discours interculturel*.

## **Chapitre I : La force du dialogue interculturel au sein de la chaîne, seconde strate de l'interculturel télévisuel.**

ARTE est née de l'ensemble des vecteurs décrits préalablement dans le premier axe de ce manuscrit ; des vecteurs économiques, politiques, juridiques et culturels justifiant sa structure étonnante, divisée en trois pôles, peu de temps après la signature du traité interétatique le 02 octobre 1990, par l'adoption du Contrat de Formation du 30 avril 1991. La chaîne allait devoir, comme lors de sa conception, être pilotée avec consensus et diplomatie, une tâche dont chacun des instigateurs du projet était conscient, et que le susnommé contrat est censé, encore aujourd'hui, garantir en partie. Le Groupement Européen d'Intérêt Économique, la structure juridique adoptée, s'est directement inspirée de celle d'Airbus Industrie. Mais le consortium aéronautique franco-allemand, peu satisfait de son efficacité, l'a depuis abandonnée. ARTE est désormais la seule entreprise sous l'égide d'un tel statut juridique, et semble très bien s'en accommoder. Les avis critiques ne sont pourtant pas rares, tant du côté des employés de la chaîne, que de figures externes. L'immutabilité des statuts de la chaîne soulève des interrogations multiples. Comment interagissent concrètement les trois pôles ? Comment se coordonnent-ils ? La structure d'ARTE fait-elle figure d'unité symbiotique, ou de simple collage, d'assemblage de trois entités aux intérêts et modes de fonctionnement encore très nationaux ? Le GEIE assure-t-il réellement une réelle et forte relation d'interculturalité entre ses signataires ? Cette structure, certes miroir d'interculturalité, est-elle si efficace ou n'en est-elle qu'un simple reflet ? Franco-allemande dans son ADN, ARTE a multiplié les coopérations et partenariats avec d'autres chaînes européennes ; la chaîne culturelle se développe-t-elle réellement vers l'extérieur ? Quelles sont ses faiblesses ? Comment les surmonte-t-elle ? Une fois traitée la question structurelle, la rencontre effective entre les employés français et allemands sera au cœur des investigations. Il sera nécessaire de revenir sur la critique suivante : La Centrale de Strasbourg ne symbolise-t-elle pas seulement le caractère franco-allemand de la chaîne, sans réelle implication, sans réelle confrontation des cultures françaises et allemandes ? Comment s'harmonisent les cultures professionnelles de chacun des collaborateurs français et allemands en contact ? En quoi la structure tripolaire favorise-t-elle le dialogue interculturel ? Le compte rendu des enquêtes de terrain menées au sein de la chaîne, en particulier à Strasbourg, fournira des éléments de réponses essentiels à la suite du propos.

## 1) ARTE, structure miroir d'un interculturel « volontaire ».

La notion d'interculturel *volontaire*, selon la définition qu'en fait Demorgon, semble tout à fait adéquate lorsqu'il s'agit de définir la mise en place de cet interculturel télévisuel ainsi que sa forme d'expression exacte. En effet, en considérant l'interculturel volontaire comme étant la résultante soigneusement imaginée, préétablie, d'une rencontre entre cultures ; en affirmant – et les origines politiques d'ARTE le prouvent – que toutes les conditions ont alors été sciemment réunies pour rendre la rencontre prolifique ; il est tout à fait cohérent de le rapprocher de la genèse et l'évolution d'ARTE. Cet interculturel *volontaire* ne doit cependant pas être associé à l'ancrage politique du projet de chaîne de télévision franco-allemande uniquement, mais tout autant à la structure tripolaire instaurée par le GEIE, structure qui semble à l'heure d'aujourd'hui être l'unique modèle garantissant la longévité du canal culturel.

Si l'ossature singulière de la chaîne interroge, tant elle paraît mériter un équilibrage au sein de quelques secteurs précis d'organisation, nous le développons dans cette partie, il ne s'agit pas ici de porter de jugement critique sur cette structure, qui demeure tout de même l'unique référence de groupement franco-allemand favorable à une forme d'*interculturalisme télévisuel et numérique*, mais bien un jugement objectif, permettant ensuite de soumettre quelques perspectives d'innovation. À travers l'étude de la structure juridique d'ARTE, si peu commune, il sera possible de démontrer que les bâtisseurs de la chaîne franco-allemande ont tâché de mettre en place un environnement favorable à cette expérience interculturelle. L'objectif de cette première partie est de proposer une analyse de la structure globale de la chaîne, d'étudier les relations qu'entretiennent les trois pôles la constituant, ainsi que leur mode de fonctionnement, afin de comprendre comment deux systèmes audiovisuels sont parvenus à se coordonner, de comprendre comment se met concrètement en place l'interculturel télévisuel, à quel point celui-ci est efficient, quels en sont les bienfaits comme les limites, puis de proposer quelques perspectives de réflexion dans le but d'améliorer, de renforcer les liens entre les acteurs français et allemands d'ARTE.

### a) Le GEIE, unique modèle de télévision interculturelle.

Rappelons que le format innovant de La Sept, créé en France en 1986 en réaction à la vague de privatisation, avec pour objectif de contrebalancer la télévision de divertissement, ne

laissait pas Lothar Späth indifférent, puisqu'il était lui-même en faveur de la production d'un programme culturel commun, qu'il considérait déjà comme future composante essentielle à l'unité franco-allemande. Une idée partagée par François Mitterrand et rendue publique en mai 1987. La Sept prévoyait alors de constituer un stock de programmes alimenté paritairement par la France et l'Allemagne. De longues négociations allaient se succéder face aux antagonismes factuels, d'ordre juridique, économique et culturel. La création de la Chaîne Culturelle Européenne (CCE) mettait à l'épreuve la détermination des gouvernements et des professionnels français et allemands à s'associer. Les deux parties allaient devoir mettre de côté leurs propres intérêts et stratégies pour constituer conjointement ce nouveau média.

Suite à l'analyse historique proposée dans les chapitres précédents, qui vérifie notre première hypothèse selon laquelle la chaîne est révélatrice des politiques culturelles françaises et allemandes et de leurs dissensions, et met en lumière le développement d'une politique culturelle européenne, il est désormais important de réfléchir à sa structure exclusive, consécutive du GEIE, afin de finaliser nos investigations au cœur la *strate systémique*, première strate de l'interculturel télévisuel.

Le caractère transnational de cette entreprise fut, nous avons pu le constater au cours de l'axe précédent, source de conflits. Nombre de démarches et formalités semblaient inconcevables, inapplicables, tant les deux nations se méconnaissaient. La signature d'un Traité Interétatique allait mettre fin à la longue période de négociations concernant aussi bien la programmation que l'organisation structurelle, juridique, ou encore l'indépendance de la chaîne vis-à-vis de l'État – notion primordiale pour la partie allemande, qui demandait rapidement de trouver un *consensus*. Le choix d'une structure sous la forme d'un Groupement Européen d'Intérêt Économique, issu du Contrat de Formation, allait garantir le retrait des pouvoirs du CSA sur l'entité télévisuelle en devenir. Le GEIE matérialise le retrait de contrôle des pouvoirs publics, comme le désiraient les Allemands, et facilite la cohabitation entre deux systèmes audiovisuels et juridiques contradictoires. La partie allemande, qui craignait que l'État Français n'ait trop d'influence sur la chaîne commune, se voyait rassurée par l'adoption du GEIE, y voyait une solution optimale d'indépendance et de longévité.

Die Deutschen sahen darin eine Möglichkeit, das befürchtete französische Überwicht durch nationales Gesellschaftsrecht und eine straff organisierte Aktiengesellschaft zu verhindern. Mit der EWIV/GEIE haben die Deutschen tatsächlich für eine Rechtsform optiert, die die gemeinsame Institution auf einen kooperierenden Verband von

Mitgliedsfirmen reduziert. Der Zweck einer EWIV besteht nicht darin, die gemeinsame Gesellschaft zu entwickeln, sondern „die wirtschaftliche Tätigkeit ihrer Mitglieder zu erleichtern und zu entwickeln, um es ihnen zu ermöglichen, ihre Ergebnisse zu steigern.<sup>503</sup>

ARTE devait en effet établir sa propre entité juridique. Si l'autonomie vis-à-vis de l'État est une petite révolution côté français, elle demeure un impératif côté allemand. France et Allemagne tentaient via cette structure unique de lisser nombre de divergences juridiques, institutionnelles, et financières.

Rappelons qu'ARTE est financée par les redevances audiovisuelles française et allemande. ARTE France est indépendante du CSA, comme le souhaitaient les Allemands. Son indépendance se réaffirma d'ailleurs par le rejet de s'intégrer au holding France Télévision proposé par Catherine Tasca<sup>504</sup> en 2000. Côté français, la chaîne ne rapporte rien, ce qui a bien sûr posé problème. Elle coûte cher, n'attire que trop peu d'audience. Mais l'État Français accepte tout de même que la chaîne soit non rentable : cette dernière est de service public, et se positionne comme étant d'intérêt général. Désirée à l'origine par le Gouvernement français lui-même en la personne de François Mitterrand, son démantèlement serait un effroyable retour en arrière, donnerait raison à l'ensemble des critiques évoquant notamment l'impossibilité de faire cohabiter deux cultures nationales sous le même « toit audiovisuel », ou de faire exister la culture dans un média de masse.

Outre-Rhin, la KEF<sup>505</sup> évalue les besoins de l'audiovisuel public, y compris pour la chaîne franco-allemande. La contribution à l'audiovisuel public est la principale source de financement du GEIE. La redevance est versée depuis 2013 par tous les foyers, quel que soit leur équipement. Mais la KEF est une commission indépendante, elle fixe le montant de la redevance en fonction de l'examen des besoins des chaînes publiques, sans jamais passer par

---

<sup>503</sup> « Les Allemands y virent la possibilité de contourner cette prédominance redoutée de la France, par le biais du droit national des sociétés et d'une société anonyme strictement organisée. Avec le GEIE, les Allemands ont effectivement opté pour une forme juridique réduisant l'institution commune à une coopération entre les entreprises membres. Le but du GEIE n'est pas de développer la société commune, mais de « faciliter et développer l'activité économique de ses membres partenaires, afin de leur permettre d'accroître leurs résultats. » », dans Gräbke, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE: deutsch-französische Medienpolitik zwischen europäischem Anspruch und nationaler Wirklichkeit. Deutsch-französische Studien zur Industriegesellschaft, Bd. 18.* Frankfurt/Main ; New York: Campus, 1995, p.155.

<sup>504</sup> Ministre de la Culture et de la Communication du 27 mars 2000 à mai 2002, sous le Gouvernement Lionel Jospin et la Présidence Jacques Chirac.

<sup>505</sup> *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* : Commission d'évaluation des besoins financiers des radiodiffuseurs.

une évaluation du *Bund* (de l'État), à l'inverse du circuit français. La KEF dispose de plus d'autonomie. La taxe audiovisuelle allemande n'est pas un impôt. La KEF détermine pour une période de quatre ans le montant des moyens financiers octroyés aux chaînes publiques allemandes, ainsi qu'à ARTE Deutschland. En France, l'État distribue le montant total de la redevance aux sociétés publiques. Le CSA, directement lié à l'État, posait problème à la partie Allemande. Dès l'article premier du Traité de formation de la CCE, le CSA se voyait ainsi exclu de toute forme de régulation :

La CCE a la responsabilité exclusive de la programmation. Elle est également responsable de la réalisation des programmes, qu'elle assume de même que la gestion du personnel et du budget sous la surveillance et le contrôle des seuls sociétaires et, partant, à l'exclusion de toute intervention d'autorités publiques, y compris d'autorités indépendantes chargés de la régulation de l'audiovisuel dans le pays du siège. De même, la direction, la gestion et la rémunération du personnel ainsi que l'établissement du budget des sociétaires français et allemands relèvent de la seule responsabilité de ces mêmes sociétaires.<sup>506</sup>

Le GEIE devait participer à renforcer la cohésion entre les instances de régulations financières de la chaîne, le KEF en Allemagne, les Contrats d'Objectifs et de Moyens (COM) en France. Les COM sont signés par l'État (Le Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie concernant le Contrat englobant la période 2007-2011 par exemple). Le GEIE allait donc améliorer et faciliter le financement de la chaîne, ainsi que les activités économiques entre sociétaires et membres associés. S'additionne à la redevance publique un financement rendu possible par les parrainages, ainsi que nombre de recettes propres, notamment par la vente de produits distribués par la chaîne. Puisque le CSA n'a pas de droit de regard sur la gestion financière de la chaîne, cette dernière doit prouver qu'elle dispose d'une gestion rigoureuse de ses comptes. Le contrôle financier est assuré par des personnes physiques choisies au sein du personnel. Le contrôle de la gestion se fait en interne, vérifié par un commissaire aux comptes, puis est soumis à un contrôle externe via un cabinet d'audit.

La problématique de l'influence de l'État fut ainsi gommée par les bâtisseurs de la CCE. ARTE jouit d'une certaine autonomie mais relève du contrôle de la Commission Européenne et doit respecter les accords figurant dans la directive TSF d'octobre 1989 et de la Convention

---

<sup>506</sup> Article premier du Traité de Formation.



Culturelle Européenne de décembre 1955. Les deux pôles signataires doivent « prendre les mesures propres à encourager le développement » et offrir à la chaîne une « capacité de réception aussi équilibrée que possible. »<sup>507</sup> Si elle est exclue du contrôle du CSA, et n'a pas de bilan à fournir, elle respecte un cahier des charges strict, et reste dépendante des grandes directives européennes de l'audiovisuel. Le canal est ainsi tenu de consacrer 90% de ses programmes à des contenus français (30%), allemands (30%) ou européens (30%), puis 10% pour le reste du monde. La CCE devait contribuer à améliorer l'image de l'Europe via l'échange de biens culturels et leur mise à l'écran, tout en mettant en œuvre les moyens nécessaires à l'expérimentation de nouvelles techniques de diffusion à plus large portée. La CCE s'assurait de la sorte une indépendance des pouvoirs publics, comme l'exigeait la partie allemande, mais allait devoir légitimer sa mission européenne en parvenant à se pérenniser. Un échec d'ARTE aurait effectivement été synonyme d'échec à l'échelle internationale du rapprochement franco-allemand, un échec de cette volonté de rapprochement des peuples via la constitution d'une programmation européenne et la mise en commun des compétences françaises et allemandes en termes de radiodiffusion.

La signature du Contrat de Formation relatif à la CCE confère à cette dernière la forme d'un Groupement Européen d'Intérêt Economique à ossature franco-allemande. Ce socle franco-allemand est garant de l'apport des programmes, des financements, d'une partie de la rédaction de contenus. Le GEIE, au statut adaptatif et souple, répond de manière concrète au désir de constituer une structure audiovisuelle tournée vers l'Europe et dirigée par (au moins) deux pays.<sup>508</sup> Si l'article 10 du Contrat de Formation rendait possible l'intégration de nouveaux membres<sup>509</sup>, la base strictement franco-allemande est restée la même depuis la signature du présent contrat, et le groupement se tient à des accords de coopération, de coproduction ou d'association, toujours en accord avec le Contrat de Formation.

---

<sup>507</sup> Cité depuis l'article 2 du Traité de Formation.

<sup>508</sup> 1. Le but du groupement est de faciliter ou de développer l'activité économique de ses membres, d'améliorer ou d'accroître les résultats de cette activité ; il ne peut réaliser de bénéfices pour lui-même. [...]

2. En conséquence, le groupement ne peut : a) exercer, directement ou indirectement, le pouvoir de direction ou de contrôle des activités propres de ses membres ou des activités d'une autre entreprise, notamment dans les domaines relatifs au personnel, aux finances et aux investissements [...]

Règlement (CEE) N°2137/85 du Conseil du 25 juillet 1985 relatif à l'institution d'un Groupement Européen d'Intérêt Economique (GEIE).

<sup>509</sup> Art. 10 – Admission de nouveaux membres et coopération avec d'autres partenaires

10.1 Le Groupement, au cours de son existence, peut accepter de nouveaux membres. Pour être admissibles, les nouveaux membres doivent avoir leur siège ou leur direction générale dans un État membre de l'Union européenne.

Règlement (CEE) N°2137/85 du Conseil du 25 juillet 1985 relatif à l'institution d'un Groupement Européen d'Intérêt Economique (GEIE).

Trois composantes constituent le Groupement : Une structure commune, ARTE GEIE ou la Centrale, née de l'adoption du GEIE, dont le siège est à Strasbourg, puis deux pôles de coordination nationaux, La Sept – devenue La Sept-ARTE le 27 septembre 1993, puis ARTE France le 1<sup>er</sup> août de la même année – et ARTE Deutschland GmbH, fondée à Baden-Baden le 13 mars 1993, afin de répondre au prérequis imposé par les nouveaux statuts de la chaîne, qui présuppose un minimum de deux membres européens. Le pôle allemand fut donc créé expressément afin de respecter les clauses du contrat de formation. Le contrôle, la gestion, la programmation ont été confiés aux sociétaires du GEIE. ARTE France et ARTE Deutschland sont les deux actionnaires du GEIE à hauteur de 50%. Les financements sont de ce fait également distribués. Les membres français et allemands se virent attribuer six voix chacun au sein du Groupement et sont dans l'obligation d'allouer les moyens financiers et contenus télévisuels nécessaires au bon fonctionnement de l'entité. Étant les deux seuls membres du GEIE, et partageant le même nombre de voix, les deux pôles financent et fournissent la programmation de la Centrale en parité. ARTE est ainsi fondée sur des bases égalitaires strictes.

L'étude de la structure tripolaire d'ARTE offre un aperçu macroscopique de la mise en place des conditions nécessaires au bon fonctionnement d'une entreprise binationale, qui plus est télévisuelle et interculturelle, et constitue, selon notre méthodologie, la première strate dite *systémique* de l'interculturalité télévisuelle. Il est de ce fait indispensable de décrire avec plus de précision la structure globale de la chaîne, sa part de financement, les interactions entre ses pôles, afin de saisir toute la problématique de création d'un programme commun, dont la mission principale reste le dépassement de la langue et de la culture nationale au profit de la constitution d'un *langage télévisuel et culturel* plus large, à portée européenne. Les trois structures sont indépendantes et autonomes, mais, nous allons le voir, coordonnées par la Centrale de Strasbourg. L'identité profonde des deux pôles nationaux demeure fortement influencée par leurs structures gouvernementales et par leurs organisations juridiques respectives, et montrent ainsi des disparités notables. La structure tripolaire étant ainsi coordonnée par la Centrale, nous tâchons ici de répondre à la question suivante : Si l'*interculturalisme* d'ARTE est assuré grâce à cette structure unique, n'est-il pas finalement resté à l'état de *symbole* ? Quelles relations concrètes entretiennent ces trois entités ? Un examen de la fonction de chacun des trois pôles fournit des éléments de réponse probants.

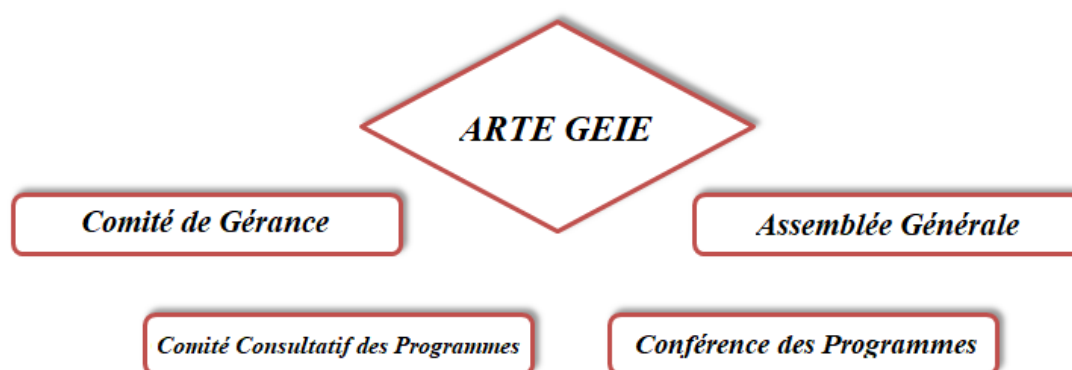
### ***La Centrale de Strasbourg.***

La Centrale de Strasbourg semble avoir été, depuis le Contrat de Formation, désignée centre de coordination *ad vitam aeternam*. Les administrateurs de la chaîne, n'ont, en effet, jamais modifié d'un iota les responsabilités et fonctions de cet épicode d'ARTE. Ce mode de fonctionnement et cette organisation structurelle du canal franco-allemand sont-ils donc l'unique alternative ? La meilleure solution convenant à tous les partis ? Plusieurs critiques émergent pourtant, des critiques développant diverses théories : une structure bancaire, déséquilibrée, ne favorisant l'interculturel que de manière superficielle... Nos études préalables nous ont menés à nous interroger sur le rôle exact de la Centrale, sans conteste fonctionnelle, et dont le rôle de coordination et d'harmonisation de deux systèmes nationaux est capital, mais qui semble présenter quelques failles. Nous avons souhaité les relever afin nous interroger sur de possibles perspectives d'évolutions.

Strasbourg, capitale européenne, fut choisie comme siège du GEIE, à l'origine dans les locaux de FR3 Alsace, en toute logique après que La Sept ait longuement diffusé sur la chaîne régionale. L'Assemblée Générale, présidée par Willibald Hilf et son vice-président Daniel Toscani du Plantier, nommait les membres du Comité de Gérance, avec à sa tête Jérôme Clément, jusqu'alors président de La Sept, Dietrich Schwarzkopf comme vice-président, André Harris directeur de la programmation et Winfried Enz directeur de la gestion. Rapidement, la chaîne déménageait et s'installait rue de la Fonderie. C'est en 1998 que la Centrale s'installait définitivement dans le quartier européen de Strasbourg, quai du Chanoine Winterer, dans des locaux conçus par un groupe franco-allemand, composé de Maechel, Delaunay, Jund et Hans Struhk, achevés en 2003. Animée par le renforcement de sa vocation européenne, et de son identité franco-allemande, la chaîne expose depuis 2006 deux sculptures contemporaines sur son parvis, l'une française (*La Grande Ourse*, Lydie Arickx), l'autre allemande (*L'Homme-Girafe*, Stephan Balkenhol).

Le siège de Strasbourg concrétise l'entente franco-allemande, et vise avant tout à rassurer la partie allemande qui craignait la dépendance de la chaîne vis-à-vis de l'État français, et émettait même quelques doutes sur sa nature européenne. Jamais le siège d'ARTE n'aurait pu être installé à Paris, incarnation du centralisme français. En choisissant Strasbourg, le caractère transnational de la chaîne était alors intelligible et justifié. La Centrale de Strasbourg a pour rôle de *coordonner* les deux pôles nationaux, mais elle gère l'ensemble des finances et

ses collaborateurs y prévoient la grille des programmes, les stratégies de communication et les relations presse. La Centrale est en outre en charge du multilingue et de la traduction des programmes. Une partie de la rédaction siège à Strasbourg, avec notamment un pôle web pour le site Internet de la chaîne. La Centrale ne produit que très peu pour la chaîne, mis à part quelques magazines et soirée thématiques, les désormais fameux *Themenabende*, ainsi que le Journal d'Information, conçu et monté par une équipe bilingue. La Centrale est chargée des questions administratives et budgétaires, techniques, organisationnelles, ainsi que de la diffusion. Elle gère la partie juridique et les droits d'auteur. Le siège de Strasbourg représente la chaîne face aux grandes instances et détient l'ensemble du pouvoir décisionnel, selon une composition singulière. La Centrale est en effet constituée de quatre grands organes de contrôle. Ces instances de surveillance se chargent de maintenir l'équilibre de l'entreprise, elles structurent et régulent la Centrale, comme stipulé dans le Contrat de Formation de 1991. Il est remarquable de constater que cette organisation est restée strictement la même. Les signataires et fondateurs semblent être parvenus à proposer une structure juridiquement solide, stable, contribuant à la pérennité de la chaîne. La Centrale est régulée depuis plus de vingt-cinq ans par un *Comité de Gérance*, une *Assemblée Générale*, un *Comité Consultatif des Programmes*, et la *Conférence des Programmes*.<sup>510</sup>



#### *Comité de Gérance / Vorstand*

Le Groupement est dirigé par un Comité de Gérance composé d'un président et son vice-président, un directeur des programmes et un directeur de la gestion.<sup>511</sup> Le directeur des

<sup>510</sup> Respectivement en langue allemande: *Vorstand, Mitgliederversammlung, Programmbeirat, Programmkonferenz.*

<sup>511</sup> Actuellement et respectivement Peter Boudgoust (depuis janvier 2016), Régine Hatchondo (2018), Bernd Mütter (janvier 2018) et Emanuel Suard (janvier 2017)

programme est compétent en matière de programmation, il détient le pouvoir décisionnel sur la rédaction, la programmation et sa planification, une partie de la production - notamment le multilingue, et est responsable de l'ensemble des rédactions de la Centrale. Le directeur de la gestion est affilié aux finances et directement subordonné aux services juridiction, linguistique, technique et informatique. Élus pour quatre ans, leur nationalité se voit alternée à chaque nouveau mandat. Depuis 2016, la présidence d'ARTE est allemande, Peter Boudgoust succédant à Véronique Cayla. Le Président ou son Vice-Président ont pour fonction de représenter le GEIE dans ses relations extérieures. Le Comité de Gérance doit rendre compte de ses travaux à l'Assemblée Générale.

<b>Années</b>	<b>Président.e</b>	<b>Vice-Président.e</b>
<b>1995 – 1998</b>	Jérôme Clément	Jörg Rüggeberg
<b>1999 – 2002</b>	Jobst Plog	Jérôme Clément
<b>2003 – 2006</b>	Jérôme Clément	Gottfried Langenstein
<b>2007 – 2010</b>	Gottfried Langenstein	Jérôme Clément
<b>2011 – 2015</b>	Véronique Cayla	Gottfried Langenstein
<b>Depuis 2016</b>	Peter Boudgoust	Anne Durupty puis Régine Hatchondo (novembre 2018), Bruno Patino (octobre 2020)

Chronologie de la présidence du Comité de Gérance.

Emmanuel Suard occupe la fonction de Directeur de la Gestion et est membre du Comité de Gérance d'ARTE GEIE depuis janvier 2017. Bruno Patino est Président d'ARTE GEIE depuis janvier 2021.

### *Assemblée Générale / Mitgliederversammlung*

L'Assemblée Générale, tenue quatre fois dans l'année, rassemble six Allemands<sup>512</sup> et six Français<sup>513</sup>, ainsi que les représentants des chaînes associées par voix consultative.<sup>514</sup> L'Assemblée générale est un organisme de contrôle et de surveillance. Elle peut être

<sup>512</sup> Trois représentants de l'ARD et trois de la ZDF.

<sup>513</sup> Représentants directs d'Arte France et leurs sociétaires : représentants de France 3, du CNC et de l'État avec le ministre de la Culture et de la Communication du Service Juridique et Technique de l'Information, et la ministre des finances.

<sup>514</sup> La RTBF (Belgique) dès 1993.

ordinaire, auquel cas elle a pour fonction principale de recevoir les rapports du Comité de Gérance. Lors des assemblées ordinaires, les questions budgétaires sont traitées, avec approbation ou non de projets de finance. L'Assemblée Générale dispose des compétences d'élection des collaborateurs, et est en mesure de conclure des contrats de travail avec le Comité de Gérance (Art.16.2). Dans le cadre d'assemblées extraordinaires, le Président et le Vice-président du Comité de Gérance sont nommés, et sont traitées les grandes modifications du Groupement, comme la nomination ou la révocation de membres. Les assemblées extraordinaires sont chargées de la « définition des principes en matière de programmes y compris les versions dans d'autres langues, sur la base des propositions présentées par le Président après consultation du Comité Consultatif des Programmes. » et de l'« adoption de la grille des programmes présentée par le Président » (Art. 15). Les décisions ne peuvent être adoptées que par majorité au trois quarts et la présence des deux tiers des membres du groupe lors de l'assemblée.

<b>Années</b>	<b>Président.e</b>	<b>Vice-Président.e</b>
<b>1991-1995</b>	Willibald Hilf (ARD)	Daniel Toscan du Plantier
<b>1995-1998</b>	Jobst Plog (ARD)	Daniel Toscan du Plantier
<b>1998-2002</b>	Georges Filloud	Dieter Stolte (ZDF)
<b>2003-2006</b>	Jobst Plog (ARD)	Rémy Pflimlin
<b>2007-2010</b>	Véronique Cayla	Jobst Plog (ARD)
<b>2011-2015</b>	Markus Schächter (ZDF)	Rémy Pflimlin
<b>Depuis 2016</b>	Nicolas Seydoux	Thomas Bellut (ZDF)

Chronologie de la présidence de l'Assemblée Générale.

Le Directeur des Programmes, en la personne de Bernd Mütter, succède à Alain Le Diberder (2012-2017) depuis janvier 2018.

#### *Comité Consultatif des Programmes / Programmbeirat*

Der Programmbeirat [...] soll selbstverständlich die Unabhängigkeit des Senders stärken, sowohl gegenüber staatlichen Instanzen beider Länder als auch gegenüber den

quantitativen Reichweitenmessungen, deren Einfluß zur Gleichmacherei aller Programme führt.<sup>515</sup>

Actuellement présidé par Françoise Benhamou et son vice-président Axel Linstädt, le Comité Consultatif des Programmes fait partie intégrante du système de la Centrale. Son rôle est, comme son nom l'indique, de conseiller le groupement, soient le Comité de Gérance et l'Assemblée Générale dans le domaine de la programmation. Les partenaires européens associés y ont une voix consultative. Le comité se tient tous les trois mois et comprend huit représentants français et allemands de la société civile et des personnalités de la sphère culturelle, élus pour trois ans. Les seize représentants ne peuvent en aucun cas influencer ou conseiller directement les unités rédactionnelles.<sup>516</sup>

La mise en place d'un comité consultatif des programmes fut clairement réclamée par la partie allemande, dont le système audiovisuel repose sur cette instance méconnue en France, les *gesellschaftlich relevanten Gruppen*<sup>517</sup>, modèle sociologique propre à la télévision publique allemande. Les instigateurs de La Sept avaient pourtant appliqué un modèle similaire à leur société en faisant appel à des personnalités culturelles pour prendre en charge la programmation. Le comité consultatif des programmes d'ARTE reflète admirablement le processus d'harmonisation complexe de deux systèmes de régulation a priori opposés ; une harmonisation déjà engagée par La Sept, dont l'attachement à la culture et la dimension

---

<sup>515</sup> « Le comité consultatif des programmes [...] doit bien évidemment renforcer l'autonomie de la chaîne, aussi bien à l'égard des instances nationales respectives que des mesures quantitatives de portée, ces derniers influençant l'égalitarisme de tous les programmes. », Daniel Vernet, ancien président du comité consultatif des programmes, cité depuis Hahn, O. ARTE, *Der Europäische Kulturkanal, Eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*, p.288.

<sup>516</sup> Article 18 sur le Comité Consultatif des programmes :

18.1 Chacun des membres fondateurs du Groupement nomme huit représentants de la vie culturelle du pays de son siège social en tant membre du Comité consultatif des programmes. En cas d'adhésion d'autres membres, ceux-ci envoient au Comité consultatif un nombre de représentants de leur pays correspondant au nombre de leurs voix.

18.2 Le Comité consultatif des Programmes conseille le Comité de gérance et l'Assemblée générale en matière de programmes.

18.3 Les membres du Comité consultatif des programmes sont désignés pour des périodes de trois ans.

<sup>517</sup> *Les gesellschaftlich relevanten Gruppen*, comité constitué de membres de la société civile, permettent de réguler le système audiovisuel allemand en lui garantissant la distance de l'État, en assurant une distance critique sur la programmation et les décisions : „eine nachträgliche Kritikmöglichkeit durch die gesellschaftlich relevanten Gruppen“, I. Gräßle, *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, p.200 in Staatsministerium Baden-Württemberg : Protokoll über die Sitzung der Arbeitsgruppe Recht/Organisation am 19.20 / 12 / 1989 in Paris, Stuttgart 4/1/1990 p. 13.

européenne faisaient logiquement intervenir des personnalités civiles. Cependant, si le pôle allemand de Baden-Baden dispose lui aussi d'un comité consultatif composé de représentants de l'église, de personnalités de la sphère publique et culturelle, et de syndicats, le pôle français y renonçait :

[die Franzosen verzichten auf] die Einrichtung eines eigenen Programmbeirats bei La Sept, um ‚Schwierigkeiten in der Praxis‘ (ibid.) zu vermeiden; der französische Programmbeirat hätte kaum auf bloße Repräsentation und nachträgliche Programmkritik beschränkt werden können. Den inhaltlichen Wert eines Programmbeirats hatte die französische Seite von vornherein angezweifelt. Sie glaubte nicht, daß das Zusammentreffen von kulturell begründetem französischem Modell und soziologisch begründetem deutschem Modell positive Folgen haben könnte.<sup>518</sup>

#### *Conférence des Programmes / Programmkonferenz*

La Conférence des Programmes se tient tous les mois et a pour mission de formuler les principes de programmation et de dresser la grille des programmes. La Conférence des Programmes établit en outre la ligne éditoriale. Elle a le pouvoir décisionnel sur les propositions énoncées par les deux pôles nationaux. Ces derniers ont la responsabilité de lui fournir un certain nombre de programmes, constituant ainsi la programmation. Les représentants de chaque pôle doivent être en mesure de présenter de manière détaillée les programmes qu'ils souhaitent transmettre à la Centrale. La Conférence des Programmes est constituée de quatre représentants du GEIE : le directeur des programmes, qui préside par ailleurs l'assemblée, son adjoint, le rédacteur en chef des soirées thématiques/*Themenabend* ainsi que le rédacteur en chef en charge de l'information, deux représentants des pôles français et allemand. Les partenaires européens y ont une voix consultative. La programmation est ensuite soumise à l'Assemblée Générale. Les décisions de la Conférence des Programmes sont adoptées à deux tiers de la majorité. Les propositions peuvent être adoptées, rejetées ou remises à la séance suivante pour réévaluation. C'est l'équipe

---

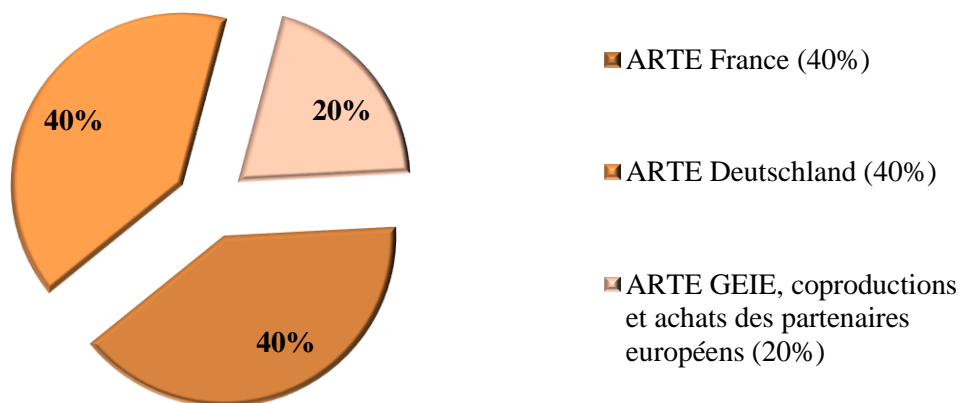
<sup>518</sup> [Les Français refusèrent] la création d'un comité consultatif des programmes au sein de La Sept, afin d'éviter « les difficultés dans la pratique (ibid.) ; le comité consultatif des programmes français n'aurait pu que difficilement se limiter à une simple représentation et une critique ultérieure de sa programmation. La partie française avait d'emblée douté de la valeur du contenu du Comité. Elle ne croyait pas que la rencontre d'un modèle culturel français et d'un modèle sociologique allemand ne pourrait avoir de conséquences positives. », Gräßle, *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, p.200.



rédactionnelle de Strasbourg qui est en charge de décider comment seront traduites et adaptées les émissions (doublage/voice-over, synchronisation, sous-titre...)

L’approvisionnement de programmes pour la Centrale s’élève à hauteur de 80% par les deux pôles nationaux, (40% chacun) et 20% en production interne par le GEIE ou les coproductions et achats de leurs partenaires européens. La contribution au budget est paritairement partagée par les deux pôles à hauteur de 62.25 millions d’euros pour 2018, avec 5,5 millions de recettes propres. ARTE bénéficie de 95% de recettes publiques et 5% de recettes propres.

### **Volume d'approvisionnement des programmes**



Réalisé par l’auteure à partir des données fournies dans les rapports annuels de la chaîne.

#### *Les unités de programme / Die Programmredaktionen*

La rédaction de Strasbourg fonctionne en unités de programme, sur le modèle de La Sept. L’on retrouve ces unités de rédaction ou des divisions homologues au sein du pôle national français ARTE France, ce qui simplifie grandement ses interactions, sa coordination avec la Centrale. Le pôle allemand est, nous le verrons, constitué bien différemment. Ces unités de rédactions se sont vues quelque peu modifiées au cours l’existence du GEIE, afin de répondre au mieux à la progression de la grille des programmes, qui s’est métamorphosée au cours de l’élargissement du temps d’antenne de la chaîne. Nous reviendrons plus en détail sur les grandes évolutions de la programmation dans une partie dédiée, mais il est important de faire figurer dès lors les noms des unités rédactionnelles et leurs fonctions, qui permettent de faire

état de l'agencement interne des pôles et leur mode de fonctionnement, et se doivent donc d'être intégrés à la strate systémique.

Ainsi, en 1997, alors qu'ARTE ne diffusait qu'à partir de 19h en France comme en Allemagne, les huit unités se présentaient de la manière suivante :

Les soirées thématiques */Themenabende*, garantes du programme *Thema*, diffusé trois fois par semaine. Initiée dès la création de La Sept alors franco-française, la thématisation des programmes fait partie intégrante de l'identité de la chaîne. Ce procédé fut imaginé par ses concepteurs afin de créer des rendez-vous clairs, de fidéliser ses potentiels spectateurs, de proposer une programmation distincte de ce que proposaient alors les chaînes publiques nationales. ARTE parvenait ainsi à se situer aux frontières de la télévision thématique, à l'instar des télévisions privées, et de la télévision généraliste, avec une large alternance des sujets abordés, ainsi qu'un journal d'information, qui n'avait, lors de l'élaboration d'une chaîne culturelle européenne, pas été envisagé par la partie française.

De fait, la rédaction de Strasbourg mit sur pied une unité propre à la direction de l'information / *Chefredaktion Information*, en charge de la rédaction et de la diffusion quotidienne du journal d'information le 8 ½, diffusé comme son nom l'indiquait à 20h30 et d'une durée approximative de 8 minutes 30. Cette même unité de rédaction se chargeait de la diffusion du 7 ½, un magazine d'information d'une demi-heure diffusé en semaine à partir de 19h30. Les rédacteurs du 7 ½ se préoccupaient des grandes actualités européennes, proposaient de vivre l'actualité en la décryptant, en proposant des contenus analytiques supplémentaires au 8 ½ et surtout en s'éloignant du format sensationnel d'usage sur de nombreuses chaînes d'information et JT nationaux.

L'ensemble des séries, fictions, longs-métrages et téléfilms était traité par deux unités spécifiques. La case *Cinéma* proposait un magazine dédié aux longs-métrages, *Kinorama*, ainsi qu'un magazine de courts-métrages, le fameux *Court-Circuit/Kurz-Schluß* actuellement toujours présent dans la programmation de la chaîne.

L'unité *Fiction* s'attachait plutôt au traitement des téléfilms, proposait de programmer des séries et animés en début de soirée.

L'unité *Spectacles / Theater, Musik, Tanz*, indissociable du caractère culturel d'ARTE, met à l'antenne l'ensemble des contenus en lien avec les arts de la scène et les arts musicaux. Très tôt, ARTE proposait des retransmissions live et des captations. Le magazine de musique *Tracks* y fut expérimenté, ou le célèbre *Mégamix*. Le magazine musical *Tracks*, fort de sa notoriété chez les jeunes, est toujours à l'antenne.

*La rédaction du magazine culturel / Aktuelles Kulturmagazin* représentait au mieux la coordination des pôles français et allemand avec la mise au point commune de *Metropolis*, le magazine culturel européen de plus de cinquante émissions annuelles, originaires paritairement des locaux de La Sept, de l'ARD et de la ZDF.

La case *Documentaires* joue depuis les premières années de diffusion un rôle considérable. ARTE se profilait dès sa création comme la chaîne du documentaire. Son unité incluait bon nombre de magazines propres à l'esthétique documentaire, et englobait un vaste éventail de sujets, historique, scientifique, cinématographique et créait des rendez-vous phares, *Histoires Parallèle/Die Woche vor 50 Jahren*, *La Lucarne/Spätvorstellung*, *Les Mercredis de l'Histoire/Geschichte am Mittwoch*, *Archimède/Archimedes*. L'ensemble de ces grands formats avaient pour but de thématiser et rendre claire la programmation de la chaîne, une stratégie que les responsables d'unité ne cesseront d'intensifier.

La dernière unité fonctionnelle de Strasbourg relève du domaine de la diffusion générale. *Antenne, Promotion et Habillage / Sendeleitung* éditait les bandes-annonces et *coming-next*, se chargeait de la promotion et de l'esthétique de la chaîne, qui se doit d'être pensée pour les deux publics. Si cette unité semble détachée des instances de rédaction, elle reste fondamentale. ARTE parvient à équilibrer sa programmation et à convenir à un large public européen – à minima franco-allemand – en allant piocher dans des stocks de programmes européens, et l'habillage de la chaîne reste la vitrine de cette dernière. Elle doit être intelligible pour des publics de nations et donc d'horizons variés. Les éditeurs ont la responsabilité d'aller au-delà des codes nationaux, de convenir à des horizons culturels variés. La chaîne doit être en mesure de refléter sa vocation culturelle, européenne, qualitative, tout en étant attrayante, accessible et non élitiste.

Si les grandes instances régulatrices et organisationnelles de la chaîne n'ont jamais été modifiées depuis la signature du Contrat de Formation, la chaîne a connu de profondes

mutations dans sa programmation, et donc dans la constitution de son organisation rédactionnelle, dans le souci d'offrir un programme toujours plus attractif, cohérent, au fort potentiel de fidélisation. Ses unités de programmes ont donc été simplifiées.

Liane Rothenberg évoque dans sa thèse publiée en 2008 l'existence d'une unité *Découverte et Connaissance*, responsable entre autres de deux émissions à thématique sociologique et européenne, *Karambolage* mise à l'antenne en 2004 et *Le Dessous des Cartes/Mit offenen Karten*, émission phare imaginée pour La Sept par l'unité magazine en 1990, puis conservée sur ARTE. Cette même unité intervient en outre sur l'ensemble des sujets abordant la nature, la préhistoire, l'archéologie, la technologie ou encore la psychologie et la médecine, preuve que la chaîne considère la culture dans son acception la plus large, nous reviendrons sur ces faits. Liane Rothenberger aborde par ailleurs la création de l'unité *Actualités Culturelles* désormais responsable de *Tracks* et *Chic*. Toutes les unités sont en mesure de proposer des soirées thématiques, mais l'unité *Thema* restait conservée.

De manière générale, les grandes unités rédactionnelles sont restées sensiblement les mêmes, mais l'on constate cependant en 2000 l'apparition d'un service linguistique autonome, sous la responsabilité d'Elisabeth Krone, fondé pour budgéter et organiser l'intervention d'interprètes et de traducteurs tant pour les réunions internes, que la traduction de documents officiels, ou encore le bilinguisme du site Internet et l'interprétation directe en plateau lors de débats. Il existe désormais un service linguistique dirigé par Nicolas Becker, nous en décrivons les fonctions dans une partie dédiée à la problématique de la langue.<sup>519</sup>

La direction des programmes se divise désormais en cinq unités principales, l'unité culture sous la direction de Claire Isambert, l'information de Marco Nassivera, l'unité connaissance d'Alexander von Harling, le cinéma et la fiction sont désormais rassemblés et gérés par Andreas Schreitmüller. Une unité dédiée à la programmation web a été fondée à Strasbourg, sous la direction d'Emmanuel Tourpe, par ailleurs directeur adjoint des programmes sur les antennes linéaires et non linéaires. Birgit Gabriel est en charge de la production, Valentin Duboc du service marketing et sponsoring, Claude-Anne Savin de la presse et des relations publiques. La production, l'habillage, l'adaptation avant la mise à l'antenne et la communication, soient l'ensemble des outils propre à la diffusion, est centralisé à Strasbourg.

---

<sup>519</sup> Voir axe second, chapitre II, c) Transfert linguistique, transfert culturel : outils et enjeux de la traduction en télévision, page 471.

La Centrale dispose donc d'un rôle majeur de diffuseur, avec tout de même une instance rédactionnelle entièrement dédiée au Journal d'Information et quelques reportages spécifiques, ainsi que des fonctions de coordination entre les deux pôles nationaux constituant le GEIE. Afin de remplir cette tâche d'harmonisation des structures et de la programmation, elle est en charge de recevoir les propositions des deux pôles en termes de contenus. Elle fait figure de dernier intermédiaire de ce long chaînon que suivent les contenus à destination de la programmation biculturelle. Chaque projet, après avoir été expertisé, remodelé selon la ligne éditoriale définie par le pôle national auquel il se rattache, est ensuite en mesure d'être proposé à la Conférence des Programmes strasbourgeoise. Une procédure longue de plusieurs mois avant d'engager un contrat de (co)production, ou de développement, dans le cas où le programme aurait été retenu, mais mériterait des modifications.

Les lignes éditoriales sont définies ensemble, c'est une sorte de réunion de bonne entente tripartite sur chaque case. Dans le groupe culture, dans lequel on décide quelle est la ligne sur le documentaire culturel du dimanche après-midi par exemple, et sur la ase arts et culture. Nous échangeons au sujet d'une ou plusieurs cases, une à deux fois dans l'année à Strasbourg, en séminaire avec les personnes qui travaillent là-dessus, avec les partenaires allemands et Strasbourg. S'il y a un ajustement de la ligne éditoriale à faire, nous le ferons, mais a priori elles sont décidées de façon collégiale, et elles sont validées par la *PK*, qui est un peu notre Saint des Saints. C'est la *PK* qui valide tout, elle qui a lieu tous les mois.<sup>520</sup>

Si la Centrale conserve un rôle majeur puisqu'elle valide l'ensemble de la programmation, les pôles nationaux connaissent désormais très bien les attentes du groupe et la ligne éditoriale, et jouissent d'une indépendance considérable.

### ***Les pôles nationaux : deux politiques de production distinctes.***

Le pôle français constituant le GEIE d'ARTE n'est autre qu'une mutation de La Sept. Alors que les Gouvernements français et allemands se rapprochaient pour constituer ensemble une

---

<sup>520</sup> Emelie de Jong, interview du 04 décembre 2017 dans les locaux d'ARTE France, Issy-les-Moulineaux. L'abréviation *PK* désigne la *Programmkonferenz*, la conférence des programmes.

chaîne culturelle d'ampleur européenne, le fait de s'appuyer sur une entité déjà établie convenait bien aux deux parties engagées. Cependant, et ce malgré tous ses efforts pour devenir européenne, La Sept se voyait reprochée d'être encore trop franco-française. L'on reprochait en outre à la chaîne culturelle son élitisme.

L'injustice est de consacrer une chaîne de télévision à la culture minoritaire, en faisant si peu pour la culture moyenne.<sup>521</sup>

Si sa mission culturelle est largement légitimée, que son caractère créatif et expérimental n'est plus à prouver tant il était perceptible à l'antenne, La Sept, devenue le pôle français d'ARTE, n'est-elle pas trop imprégnée de son passé franco-français ? Héritière de La Sept, ARTE France est-elle réellement apte à produire et favoriser l'interculturel ? Son mode de fonctionnement semble à l'heure actuelle toujours très franco-français, et même plus, très centré à Paris. Cela a-t-il une influence négative sur la teneur en interculturel de la programmation ?

Le challenge permanent de la chaîne réside en la mise à l'écran des cultures d'Europe, les cultures dans leur sens le plus large, incluant les modes de vie, les pensées, les traditions. Afin de proposer une programmation efficiente, garantissant les grandes missions de la chaîne, les bâtisseurs d'ARTE ont, en amont, été confrontés à la problématique d'harmonisation des deux cultures constituant le canal. Si le centre strasbourgeois a pour tâche de coordonner l'apport en programmes, d'en finaliser les versions linguistiques, il bataille de surcroît pour l'unification de deux pôles profondément influencés par leurs traditions structurelles respectives que sont le centralisme d'une part, le fédéralisme de l'autre. Source de conflit pour certains, richesse culturelle pour d'autres, les deux pôles nationaux présentent des différences majeures tant dans leurs organisations que dans leurs intérêts respectifs.

Föderalismus versus Zentralismus ist bis heute das grundlegende Problem von ARTE  
[...] Dass die Franzosen unser föderales System nicht verstehen und dass sie es mit so vielen verschiedenen Partner zu tun haben.<sup>522</sup>

---

<sup>521</sup> Dominique, Wolton. *Enfance d'ARTE*, 1993, p.40.

<sup>522</sup> « La confrontation fédéralisme versus centralisme reste le problème substantiel d'ARTE [...] Le fait que les Français ne comprennent pas notre système fédéral, et qu'ils traitent avec un si grand nombre de partenaires différents. », Sabine Rollberg rédactrice en chef à la WDR/ARTE, rédactrice chez ARTE 1994-1996.

La chaîne culturelle française La Sept fonctionnait à l'origine comme une société d'édition de programmes, agencée tout comme l'est désormais ARTE, en unité de programme, alors au nombre de trois : *Documentaires, Fiction, Théâtre/Musique/Danse*. Les *Programmes Jeunesse* constituaient une quatrième unité dès 1987. Forte de sa vocation européenne, La Sept signait des accords de coopération avec un maximum de chaînes publiques, et coopérait d'ailleurs avec l'ARD et la ZDF dès 1988. En 1991, La Sept mettait en place la filiale La Sept Cinéma, puis la Sept Vidéo pour éditer et distribuer des cassettes de ses programmes phares, et s'assurer des financements propres comme le fait toujours ARTE.

ARTE France a conservé son mode de fonctionnement fondé sur les achats et les coproductions, dont elle a directement hérité de La Sept. L'entité parisienne fait d'ailleurs toujours office de bureau et n'a pas de studio d'enregistrement. Elle collabore avec des sociétés de production, pour ses captations live notamment. ARTE France, située à Issy-les-Moulineaux, demeure une société d'édition et de production, et ne constitue pas un pôle de diffusion.

ARTE France est un producteur de programmes et non un diffuseur de programmes. Les programmes sont diffusés via la chaîne ARTE à Strasbourg in fine.<sup>523</sup>

Fondé le 13 mars 1991 à Baden-Baden – ancienne zone d'occupation française – le pôle de coordination allemand ARTE Deutschland est l'analogue d'ARTE France. En contact direct avec Strasbourg, ce dernier planifie et alimente la programmation du groupement, organise des conférences de presse, tisse des liens avec ses partenaires culturels et médiatiques. Le pôle s'est vu en outre attribuer la partie rédactionnelle du site en ligne. Les programmes d'ARTE, constitués d'achats et de coproductions pour les trois-quarts de la programmation, sont sélectionnés par les deux pôles français et allemands, en conformité avec la ligne éditoriale fixée, qu'ils proposent ensuite à la Centrale. Contrairement au pôle français, unifié à Issy-les-Moulineaux, le pôle de Baden-Baden fait figure d'entité administrative. Il existe une rédaction ARTE dans chacun des onze *Anstalten*<sup>524</sup> de l'ARD, dont l'importance et les responsabilités demeurent proportionnelles aux moyens de la station dont elle dépend. La ZDF, chaîne

---

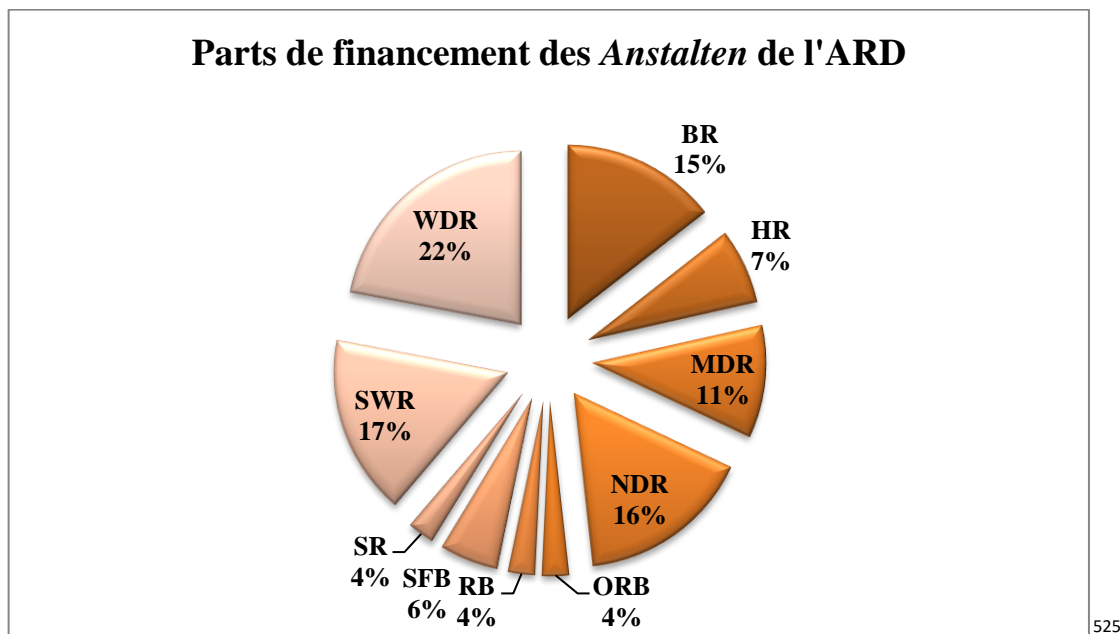
<https://www.dw.com/de/arte-das-deutsch-franz%C3%B6sische-abenteuer/a-19224507>

<sup>523</sup> Emelie De Jong, interview du 04 décembre 2017, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>524</sup> En plus des onze *Anstalten*, l'on peut compter la *Deutsche Welle (DW)*.

nationale, et donc centralisée à Mayence, dispose elle aussi de sa propre rédaction et ses équipes ARTE. Le pôle allemand est de ce fait communément dirigé par des coordinateurs représentants de l'ARD et de la ZDF. Ces derniers sont chargés de représenter le pôle allemand lors des réunions tenues à la Centrale.

ARTE Deutschland se profile comme filiale commune de ses deux sociétaires que sont l'ARD et la ZDF, qui la financent paritairement. Les modes de financement de la chaîne relèvent du domaine public, avec la redevance, ainsi que du domaine privé avec les parrainages et les revenus propres (vente de DVD, abonnements, produits dérivés). Les deux pôles financent paritairement le GEIE et votent son budget. La répartition des frais par les *Anstalten* régionaux de l'ARD est la suivante :



Le pôle français est financé par ses actionnaires, France Télévision (45%), l'État français (25%), l'INA (15%) et Radio France (15%). ARTE France finance le GEIE de Strasbourg à

<sup>525</sup> Réalisé par l'auteure à partir des données fournies par ARTE.  
Les *Anstalten* de l'ARD :

- BR : Bayerischer Rundfunk (München)
- HR : Hessischer Rundfunk (Frankfurt am Main)
- MDR : Mitteldeutscher Rundfunk (Leipzig)
- NDR : Norddeutscher Rundfunk (Hamburg)
- ORB : Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg (Potsdam)
- RB : Radio Bremen
- SFB : Sender Freies Berlin
- SR : Saarländischer Rundfunk (Saarbrücken)
- SWR : Südwestrundfunk (Stuttgart)
- WDR : Westdeutscher Rundfunk (Köln)



hauteur de 50%, de concert avec le pôle allemand. Il fournit des contenus qui sont évalués à Strasbourg lors de la Conférence des Programmes. ARTE France conçoit, achète ou coproduit les programmes qu'elle envoie à Strasbourg. Le pôle est organisé, d'un point de vue éditorial, en unités de programmes, au nombre de six, que sont les suivantes : *Découverte et Connaissances, Cinéma, Fiction, Art et Spectacles, Culture, Développement Numérique*. Il s'agit d'unités intégrées, c'est-à-dire qu'elles sont en charge des fonctions éditoriales, administratives et de la post-production. L'organisation éditoriale d'ARTE, fondée en majorité sur la coproduction, implique de nombreux partenaires. Ainsi, chaque nouvelle proposition suit un chemin bien défini, et résolument complexe.

[...] côté *français*, un programme passe par trois niveaux d'intervention éditoriale avant sa présentation à l'antenne : le trio des « facturiers » producteur/auteur/réalisateur, l'Unité de programme parisienne et, surtout pour le suivi de la seconde version linguistique, la « rédaction » strasbourgeoise.<sup>526</sup>

L'ensemble des producteurs indépendants souhaitant diffuser leurs contenus sur ARTE, en échange d'une aide financière, proposent à la chaîne de mettre en place des accords de coproduction. Les projets soumis par ces producteurs indépendants sont alors instruits dans le cadre d'une ligne éditoriale prédéfinie. ARTE France s'engage à collaborer au plus près des acteurs de l'audiovisuel engagés dans les coproductions. Le pôle français développe en outre une politique d'achats et de préachats, notamment en ce qui concerne les projets étrangers, les documentaires et concerts. Emelie De Jong<sup>527</sup> indiquait tout de même que 90% des achats sont constitués de produits français, soulignant que l'une des grandes missions d'ARTE France est bien de promouvoir et dynamiser l'industrie de la production française, cela expliquant la préférence du pôle pour l'investissement en coproduction plutôt qu'en achats et préachats.

Notre mission, c'est vraiment de faire travailler l'industrie de l'audiovisuel en France, l'industrie de la production.<sup>528</sup>

Les producteurs indépendants contribuent largement à l'apport de programmes inédits, et les maquettes présentées suivent toutes un parcours rigoureusement défini : Une fois présenté au

---

<sup>526</sup> Démerin, Patrick. « Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ? » *Le Débat*, n° 120 (2002): 4-31. <https://doi.org/10.3917/deba.120.0004>.

<sup>527</sup> Directrice de l'unité Arts et Spectacles, ARTE France

<sup>528</sup> Emelie De Jong, interview du 04 décembre 2017, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

chargé de programme d'ARTE France, un projet télévisuel est évalué par le directeur éditorial d'ARTE France. S'il est sélectionné, le programme entre dans son unité de programmes correspondante, passe par une pré-commission des programmes au sein d'ARTE France. Dans chaque unité de programmes collaborent des chargés de programmes, dont la mission réside en la réception des projets soumis par les producteurs indépendants. Ces chargés de programmes rédigent des fiches de pré-commission en vue de la Conférence des Programmes. La pré-commission est dirigée par le directeur éditorial d'ARTE France<sup>529</sup>, alors chargé de se rendre à Strasbourg pour présenter les programmes retenus aux côtés de son adjoint<sup>530</sup>, de son chef de production<sup>531</sup>, ainsi que de quelques chargés de programmes et directeurs d'unités. Le projet est ensuite étudié par l'unité correspondante à Strasbourg avant d'être présenté en Conférence des Programmes. C'est lors de cette conférence que le projet se voit adopté, rejeté, ou repoussé à une prochaine Conférence. Une fois seulement l'ensemble de ces paliers franchis, un contrat de coproduction est engagé. Si le projet est validé, ARTE France laisse le producteur indépendant constituer entièrement son programme. Le chargé de programmation français d'ARTE intervient dès qu'un premier visionnage est possible. Le directeur de l'unité a la responsabilité du dernier visionnage avant passage en post-production. Les projets sont visionnés entre deux à cinq fois avant d'être officiellement livrés. Une fois la post-production à son terme, dans les locaux d'ARTE France, le projet est de nouveau envoyé à Strasbourg pour le multilingue, la promotion presse, la programmation et la diffusion.

Concernant la programmation des spectacles et les retransmissions live, le processus, propre à l'unité Arts et Spectacles, est légèrement différent, mais également relativement alambiqué. Plutôt qu'avec des producteurs indépendants, Emelie De Jong s'entretient directement avec de grandes institutions culturelles telles Le Louvre, Le Musée d'Orsay, le Centre Pompidou, ou encore l'Opéra de Paris, l'Opéra-Comique, Radio France et La Scène Musicale. Le pôle français, non seulement parce qu'il est situé dans la capitale, tisse bien plus de liens avec ces établissements de prestige parisiens, ce qui corrobore notre théorie de l'ancrage de cette tradition centraliste française dans le pôle français, et ce malgré tous les efforts d'harmonisation de l'ensemble des concepteurs et figures impliqués dans la conception de la chaîne binationale. La directrice de l'Unité Spectacles assumait totalement le fait qu'ARTE France ait développé bien plus de partenariat avec les institutions parisiennes, justifiant cela

---

<sup>529</sup> Actuellement Bruno Pattineau.

<sup>530</sup> Alain Wieder.

<sup>531</sup> Pierrette Ominetti.

par la proximité, par la connaissance de la programmation annuelle de chacun de ces établissements, par leur rayonnement mondial, des arguments partagés par Claire Isambert, directrice de l'unité culture à Strasbourg :

Le fait qu'un ministre soit chargé de la culture en France et que les Länder soient en Allemagne responsables de tout ce qui relève de la culture n'a pas d'influence sur mon travail quotidien. Il y a bien une différence due au fédéralisme allemand ; c'est le fait que nous suivions des expositions partout en Allemagne alors qu'en France nous sommes très parisiens. [...] En France, pour faire sortir les collègues d'ARTE France de Paris, c'est plus compliqué. Cependant il y a une offre à Paris qui est telle [...] que de nombreux échanges se sont mis en place. Et puis la culture en France reste à Paris. C'est très compliqué d'arriver à convaincre ARTE France d'aller suivre une exposition en province. [...] Cette différence avec l'Allemagne est aussi due à la nature politique de notre pays qui fait que les grandes expositions sont avant tout parisiennes.<sup>532</sup>

Concernant la musique cependant, le pôle français parvient à se décentraliser, notamment grâce aux festivals, qui ont su se créer une renommée en étant très ancrés dans leur territoire régional, hors agglomération parisienne.

[...] nous sommes très décentralisés grâce à ARTE Concert, et nous allons aussi bien à Arles qu'à Nantes, Belfort, Saint-Malo ou Lille. Sur les concerts, tout est encore très parisien, mais les festivals de l'été sont décentralisés. Parce que la France s'est décentralisée sur les festivals de l'été.<sup>533</sup>

Si ARTE France ne les contacte pas directement, les producteurs peuvent proposer à ARTE de suivre leur saison culturelle. Une fois identifiés les spectacles à diffuser, ces derniers sont présentés à l'instance *Musica*, un groupe d'experts de musique classique et de danse, en charge de présenter cette programmation, qui, une fois ratifiée au sein du pôle français, pourra passer en pré-commission, avant une dernière validation lors de la Conférence des Programmes.

L'unité administrative allemande, paritairement financée par l'ARD et la ZDF, permet d'étudier à la loupe ce système fédéral allemand méconnu en France. Bien qu'analogues, et

---

<sup>532</sup> Claire Isambert, Directrice de l'unité Culture, interview du 19 septembre 2019 au siège d'ARTE à Strasbourg.

<sup>533</sup> Ibid.

toutes deux constituées d'unités de rédactions afin de faciliter l'harmonisation de leurs échanges et contacts avec le pôle de Strasbourg, le fonctionnement de chacune des deux entités reste profondément ancré dans la structure propre à leur bassin territorial. L'organisation générale de la chaîne s'en voit naturellement alourdie, ce qui a généré de multiples critiques sur la capacité des concepteurs à réellement faire travailler sous le même toit des professionnels français et allemands.

Interlocuteur direct de la *KEF*, et résolument inquiet de voir l'un de ses organismes de télévision potentiellement géré par l'État, ARTE Deutschland a dès ses origines constitué un comité consultatif des programmes, le *Rundfunkrat*, composé de dix-huit membres de la communauté culturelle<sup>534</sup>, avec pour mission de conseiller l'assemblée générale d'ARTE Deutschland en matière de programmation. Le comité se réunit quatre fois par an et n'a pas d'équivalent côté français.

Chaque nouvelle proposition de projets télévisuels à intégrer dans la programmation globale de la chaîne parcourt un chemin complexe, déjà mentionné par les directeurs d'unité d'ARTE France susmentionnés, mais, Outre-Rhin, l'agencement fédéral du pôle de Baden-Baden ne fait que multiplier les acteurs concernés, notamment du côté de l'ARD et ses stations régionales, et complexifie encore ce réseau déjà bien alambiqué. Alors qu'en France, deux grandes instances sont impliquées dans la rédaction et l'évaluation des programmes proposés (la rédaction d'ARTE France puis le pôle strasbourgeois), le côté allemand compte un ensemble de délégués et coordinateurs des deux institutions de télévision concernées. Et cette problématique de multiplication des acteurs concernés ne s'applique pas uniquement aux décisions en termes de programmation, mais bien à l'ensemble des décisions juridiques ou financières.

Lorsque vous devez prendre des décisions sur la politique des droits du groupe ARTE (audiovisuels, ou par exemple sur les *previews* sur internet), et bien en France vous allez apporter cette question dans un cadre juridique, ça va être diffusé au service juridique là-bas, et ensuite la décision est prise, et on demande aux producteurs des droits plus longs, c'est relativement facile. Il suffit de contacter la personne compétente à ARTE France, lui dire « tiens on veut étendre les droits. Qui est celui qui réalise ? Sur quoi on se met d'accord ? etc. » En Allemagne il va falloir passer par tous les acteurs concernés : je

---

<sup>534</sup> Traduit depuis l'allemand „Vertreter des kulturellen Lebens der BRD“.

devrais solliciter notre service juridique, qui fait des réunions spécialisées avec tous les Länder, ARTE Deutschland va être impliquée aussi, ils ont aussi leur propre service juridique...ça va discuter pendant des mois...d'autant plus qu'il y a le côté culturel allemand qui est très démocratique, participatif, où tout le monde doit être entendu avant de prendre une décision, donc tout dure plus longtemps. La France avec son centralisme est quand même plus agile.<sup>535</sup>

ARTE France œuvre en faveur d'une politique accrue de coproduction, dans le but de promouvoir la création, de soutenir les productions indépendantes. Le pôle prolonge ainsi la vocation culturelle initiée par La Sept en matière de soutien à la production cinématographique. Cette dernière, étroitement liée au CNC, ne cachait pas sa volonté de transmettre et faire connaître les grands noms du cinéma d'auteur. Finalement, ARTE France, dans la lignée de son prédécesseur La Sept, reste donc profondément ancrée dans une politique culturelle à caractère national. ARTE France a d'ailleurs fondé deux sociétés de coproduction, les filiales *ARTE France Cinéma* et *ARTE France Développement*, qui éditent et commercialisent des contenus vidéo ainsi que des ouvrages sous le label ARTE EDITIONS. Il s'agit en grande partie de l'édition de leurs propres programmes, offrant des ressources financières propres à la chaîne.

Comptabilisant une vingtaine de films à l'année, *ARTE France Cinéma* concrétise le dessein cinématographique de la chaîne franco-allemande. ARTE France réinvesti 3,5 % de son chiffre d'affaire dans les coproductions cinématographiques, et se place au-dessus du seuil minimal imposé par les directives européennes pour les chaînes françaises, établi à 3,2%.<sup>536</sup> La filiale ARTE France Cinéma a mis sur pied un fonds d'aide à la création cinématographique, *ARTE/COFINOVA*, permettant un investissement de plus de 500 000 euros en faveur du cinéma d'auteur européen. Le fonds d'aide a ainsi soutenu une trentaine de films. Outre cette ferme volonté de soutenir la création cinématographique, la forme cinématographique, les fictions en général, passent bien mieux la frontière que d'autres formats, nous y reviendrons dans le chapitre dédié à la programmation.<sup>537</sup> Il était donc tout à fait logique qu'une chaîne franco-allemande investisse plus dans le cinéma et la fiction.

---

<sup>535</sup> Birgit Gabriel, Directrice de la production, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>536</sup> Décret n° 2001-609 du 9 juillet 2001 Article 3, Les éditeurs de services consacrent chaque année au moins 3,2 % du chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent de chacun de leurs services à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes.

Source <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000222611&categorieLien=cid>

<sup>537</sup> Voir axe second, chapitre II page 418 et suivantes.

La filiale ARTE France Développement créée en 1992 contient deux volets. D'une part, la production, avec *ARTE Studio*, puis l'édition, avec *ARTE Editions*. *ARTE Studio* dispose d'un plateau de tournage, qui rend possible la création et la production en interne, et a fait naître par exemple la minisérie *Au Service de la France*, en encore *Karambolage*, *La Minute Vieille*, *Personne ne bouge* et *Le Dessous des Cartes*. Les sociétés de productions Agat films & cie - Ex nihilo, Goldenia Studios disposent de ce même studio, ce dernier proposant un travail de captation (concerts et spectacles, enregistrement de conférences en plateau et extérieures) de production numérique et audiovisuelle.

Ces studios ne sont pas installés dans les locaux d'ARTE France, ceux-ci étant des bureaux uniquement, mais dans une structure annexe, l'Atelier de Recherche d'ARTE. Il n'existait aucune production interne au sein d'ARTE avant la création de l'Atelier de Recherche, que Claire Doutriaux, sa fondatrice aux côtés de Paul Ouazan, décrit comme « la petite structure de production interne d'ARTE France »<sup>538</sup>, et dont le caractère expérimental est exacerbé, mais qui reste profondément « satellisée par rapport à ARTE France »<sup>539</sup>, une satellisation qui prodigue cependant une autonomie aux équipes de Claire Doutriaux et confère à cette petite structure une réelle identité franco-allemande, nous y reviendrons plus en détail dans notre partie dédiée à la confrontation des cultures professionnelles françaises et allemandes dans les différents pôles constituant la chaîne.

L'Atelier de Recherche fait figure de réel centre médiateur, par la promotion du travail de création avec les web séries diffusées sur le site de la chaîne, par son étroite collaboration avec les grandes institutions comme Le Louvre ou Le Mucem de Marseille. L'Atelier de Recherche propose de mettre à l'antenne ou sur le site web de la chaîne des créations en lien avec l'actualité à l'image de *Terres d'élection* ; des chroniques contés par Paul Ouazan en période électorale 2017, ou encore *Billet Olympique* à l'occasion des JO de 2016. La structure est en partenariat étroit avec *Arte Concert*, *Arte Creative*, *Arte Info* ou *Arte Cinema*, avec lesquelles elle conçoit par exemple *Blow-Up*, court programme qui décrit l'actualité du cinéma.

---

<sup>538</sup> Claire Doutriaux, réalisatrice, créatrice de l'émission *Karambolage*, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

<sup>539</sup> Ibid.

Profitant de l'essor du numérique, en s'appuyant sur la demande toujours plus accrue d'accès aux contenus web, ARTE France a su développer de véritables projets culturels en lien avec le numérique. ARTE Studio LAB développe ainsi l'ensemble des projets numériques de la chaîne, et a pu mettre en place une plateforme éducative, Educ'ARTE, à l'intention des équipes pédagogiques, enseignants, élèves et artistes. La plateforme propose des documentaires, en français ou en allemand sous-titré, ainsi que des outils favorisant l'apprentissage, la création et l'accès à l'information.

ARTE France a développé un nouveau socle de compétences fondé sur le numérique, et a largement dépassé ses fonctions initiales de société d'édition et de diffuseur d'un stock de programmes. Le pôle français et ses structures annexes sont compétents en matière de développement numérique et multimédia, et sont ainsi parvenu à instaurer une dynamique unique de création de projets audiovisuels, culturels. ARTE France favorise l'accès aux savoirs à travers des formes originales. Si la chaîne ne se présente actuellement pas comme chaîne éducative, elle met des outils pédagogiques à disposition sur sa page web. La récente plateforme Educ'ARTE lui confère cette nouvelle dimension pédagogique, bien que relativement peu annoncée par la presse.

Comme nous avons pu le démontrer, la chaîne se caractérise par une politique accrue de coopération, relative aux partenariats avec ces producteurs indépendants et institutions culturelles. Il est tout aussi important de souligner que la chaîne collabore directement avec la télévision culturelle canadienne ARTV, en partie fondée par Jérôme Clément, dont elle est actionnaire, tout comme la chaîne TV5.<sup>540</sup>

La partie française d'ARTE joue un rôle majeur sur tous les fronts du domaine culturel, à la fois comme soutien financier à la création, comme promoteur et diffuseur d'événements culturels. En s'appuyant sur sa position particulière dans le paysage audiovisuel, la chaîne exerce désormais hors des frontières de la télévision, et remplit des fonctions de médiatrice culturelle en exposant son label lors de remises de prix et sur d'innombrables festivals culturels.

---

<sup>540</sup> ARTE France fut aussi actionnaire des chaînes *Histoire*, qu'elle lançait avec France Télévision et l'INA en 1997, désormais dans le groupe TF1 après privatisation en 2004, *Festival*, qui ouvrait l'antenne en 1996, devenue *France 4* le 31 mars 2005 après avoir été intégrée au groupe France Télévision, ainsi que la chaîne thématique musicale *Mezzo* créée en 1998 à thématique musicale.

De fait depuis 20 ans, l'on a créé une sorte d'institution culturelle qui est ARTE, la marque est une institution, gage de qualité et gage de culture, d'une certaine qualité de culture.<sup>541</sup>

Si le pôle français se targue de faire rayonner une certaine forme de culture, et ce à juste titre, il reste cependant, dans son organisation, très franco-français. Alors que deux cultures nationales sont censées cohabiter sur une même chaîne, on ne peut que constater une forte disparité entre les deux pôles français et allemand. ARTE France et ARTE Deutschland sont, en somme, deux administrations bien distinctes.

Alors que le pôle français, centralisé, fait figure d'entité unique, groupée, produisant et stockant des programmes pour ARTE uniquement, le fonctionnement de la partie allemande est ainsi régi par deux entités, dont l'ARD, elle-même divisée en offices régionales. Cette différence structurelle a pour conséquence directe – et fondée – des divergences d'intérêts largement perceptibles ; la variable économique ne pouvant être écartée malgré toutes les bonnes volontés des acteurs culturels engagés. L'implication directe de l'ARD et de la ZDF modifie profondément le regard que portent les chargés de programmes allemands, qui veillent à ce que la programmation d'ARTE y soit rediffusable en local, et ce pour des raisons non dissimulées de gain de temps et d'argent.

L'ARD et la ZDF reçoivent la *Pauschal*. Les gouvernements allemand et français donnent chacun la même somme à l'instance ARTE pour faire exister la chaîne. Dans le budget français, il y a une somme bloquée pour les programmes ARTE France, et le Gouvernement allemand<sup>542</sup> donne une somme équivalente à ARTE Deutschland pour les programmes en Allemagne. Cette somme est gérée par ARTE à Baden-Baden, qui donne 50% à l'ARD, 50% à la ZDF, la fameuse *Pauschal*. Chaque *Land* va recevoir une somme selon ses désirs de produire pour ARTE, et chaque Land de l'ARD ne va pas faire énormément de choses. C'est un peu l'équivalent d'un France 3 Région. La *Pauschal* contribue à payer les gens et produire les programmes, mais, chaque programme produit a une double visée, il doit être dans la ligne éditoriale d'ARTE, donc diffusable sur ARTE,

---

<sup>541</sup> Emelie De Jong, interview du 04 décembre 2017, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>542</sup> Dans cet extrait d'interview, Emelie De Jong, probablement dans le but de simplifier ses propos, manque de précision, puisque le gouvernement allemand n'est pas factuellement en charge de financer les programmes. Son choix de comparer les gouvernements français et allemand est peut-être dû au fait que la directrice de l'unité Arts et Spectacles évolue majoritairement au sein du pôle français, et a adapté son discours à un public français. Nous reviendrons sur cette problématique propre à cet environnement interculturel qu'est ARTE dans notre partie consacrée à l'analyse de terrain.



mais souvent également sur leur chaîne « locale », ce qui change un peu la donne. Leur regard éditorial n'est pas du tout porté uniquement vers ARTE, et vers notre façon de faire, qui est une façon commune de faire les choses. Leurs programmes vont devoir être recyclés ailleurs, avec une première diffusion sur ARTE et ensuite sur les chaînes de l'ARD, et parfois idem pour la ZDF. Donc tout cela change forcément le genre de programmes qu'ils font.<sup>543</sup>

Les programmes diffusés sur ARTE doivent donc répondre aux besoins de la chaîne allemande qui les produit, la ZDF ou l'un des offices de l'ARD. Même diffusé sur ARTE, le projet allemand n'est jamais réalisé ni financé exclusivement pour la chaîne franco-allemande. Une situation due au fait que les deux sociétés allemandes se sont vues « imposer » ARTE.

L'argent mis pour ARTE, les chaînes allemandes le vivait comme une amputation de leur budget. Alors oui, on peut dire qu'elles cherchaient à nous « refiler des programmes », et qu'ARTE leur servait en fait de financement complémentaire pour des programmes qu'elles auraient faits de toute façon et pour lesquels elles avaient plus d'argent. C'était un sujet de tension. Alors qu'ARTE en France était totalement autonome : ARTE côté français avait un budget pour créer pour ARTE, les Allemands avaient un budget pour créer à partir de l'ARD et de la ZDF, alors évidemment certains responsables de l'ARD et de la ZDF considéraient que la cassette d'ARTE servait aussi de complément de budget pour leurs propres programmes.<sup>544</sup>

Le pôle français d'ARTE est ainsi perçu comme plus dynamique, plus enclin à l'expérimentation et la création de contenus culturels que le pôle allemand.

La construction est complètement différente. Côté allemand, comme c'est quelque chose qui a été imposé aux chaînes par nos politiques – alors que ces derniers n'avaient normalement rien à dire au sujet de l'audiovisuel public, ce qui a été source de critique au début – on a essayé de trouver un moyen où ce serait gagnant/gagnant : Ça a été de faire en sorte que ce qui soit diffusé sur ARTE serve ensuite à alimenter, en rediffusion, les grandes chaînes, mais aussi les petites chaînes de l'audiovisuel public allemand, *3sat* en particulier, mais aussi *Phoenix* et les chaînes du groupe régional du réseau ARD, ce qui s'est produit à un moment où la redevance augmentait, donc c'était réellement

---

<sup>543</sup> Emelie De Jong, interview du 04 décembre 2017, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>544</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

gagnant/gagnant. Côté français, ce qui a été imposé, ça a été l'Allemagne, puisque c'était une chaîne culturelle franco-française au début. Le côté un peu compliqué qu'ont vécu les allemands en se faisant imposer la chose par Kohl, ce n'était pas le franco-allemand, c'était une chaîne culturelle qu'ils devaient cofinancer. Côté français c'était le fait de travailler avec des Allemands. Les trois, quatre premières années de la chaîne ont permis de surmonter ça.<sup>545</sup>

Le pôle allemand – autrement dit l'ARD et la ZDF – tend ainsi à rentabiliser son apport en programmes en recyclant ses propres productions, parfois à faible potentiel d'audience, les « testant » ainsi sur la chaîne franco-allemande. ARTE finance malgré elle les chaînes allemandes, profitant d'un système si complexe qu'il en devient facile à détourner. La chaîne finance la ZDF et l'ARD selon une base forfaitaire, pour un nombre d'heure de programmes à diffuser, et cela que le contenu soit inédit ou non. L'ARD et la ZDF ne se privent donc pas d'envoyer à la chaîne des programmes préconçus plutôt que d'investir pour la chaîne, qu'ils n'ont par ailleurs jamais réclamée. L'ARD et la ZDF profitent d'une première diffusion sur ARTE, sans danger puisque la chaîne franco-allemande n'est que peu préoccupée par ses audiences. Ils les rediffusent ensuite sur leurs canaux en cas de succès.

Les deux télévisions qui fabriquent des programmes pour ARTE ont été accusées, en France puis en Allemagne, de « s'enrichir sur le dos d'ARTE ». « C'est très clair, nous gagnons de l'argent » a confirmé Michael Schmitt-Ospach, chargé de mission à l'ARD.<sup>546</sup>

L'ensemble des programmes proposé et envoyé par l'ARD et la ZDF reste la propriété de ces dernières. Ainsi, une fois le contenu diffusé sur ARTE, les deux chaînes nationales peuvent à leur guise le diffuser et rediffuser sur leurs chaînes. À l'inverse, ARTE ne peut s'en resservir sans accord préalable des deux géants allemands.

Während La SEPT die Gestaltung dieser Abende an freie Produzenten vergibt und in die durchschnittlich 2. Mio. FF pro Abend investiert – 80% mehr als die deutsche Seite, bestreiten die deutschen Anstalten ihre Abende häufig mit eigenen Beständen. Das Presseecho auf diese Abende entspricht denn auch gleichzeitig den ursprünglichen

---

<sup>545</sup> Emmanuel Suard, Directeur de la Gestion à ARTE GEIE, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>546</sup> Monnard, Chrystel. « LE DÉBAT SUR LA CHAÎNE FRANCO-CULTURELLE " L'enfant mal-né " a gagné sa légitimité ». *Le Monde*, 4 octobre 1993.  
<https://nouveau-europresse-com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news-19931004-LM-306811> consulté le 07/12/2018

deutschen und französischen Erwartungen: Sie werden als ein Merkmal einer eigenen Identität des Kulturkanals wahrgenommen, aber gleichzeitig als willkürlich, unvollständig und belehrend kritisiert.<sup>547</sup>

Le pôle allemand s'est souvent vu reprocher le fait d'incarner la faiblesse du groupement, qui ne serait finalement qu'une simple mise en commun de la ZDF et de l'ARD. Les deux stations allemandes n'hésitaient effectivement pas à exploiter ARTE pour leur propre apport financier. Alors que la partie allemande insistait sur son désir d'indépendance, elle se voit finalement entièrement dirigée par l'ARD et la ZDF, et donc par des acteurs multiples, aux intérêts multiples.

Die eigentliche Schwächung von ARTE liegt allerdings auf der deutschen Seite, wo viele Köche den Brei verderben. Die sprichwörtlichen ‚querelles allemandes‘ werden den Franzosen bis zu deren Überdruß präsentiert.<sup>548</sup>

Les deux sociétés germaniques ont pour leur part su solidifier leur indépendance pour leur propre profit. Ces dernières, bien qu'elles prennent garde de proposer des contenus convenant à la ligne éditoriale définie par la Centrale, se questionnent moins sur l'aspect créatif et expérimental que sur les questions d'apport financier, se détournant une fois encore des attentes du pôle français, par ailleurs souvent perçu comme fantaisiste ou élitiste par le pôle allemand. Ce même pôle semble bien moins promoteur de création culturelle que son voisin français. Si les collaborateurs allemands tissent des liens avec des partenaires médiatiques et culturels, la dynamique de médiation et de soutien à la culture est bien moindre comparée au pôle parisien. L'apport en programmes allemands est, du point de vue de cette notion de recyclage, fortement opposé à l'apport français. Une fois n'est pas coutume, cette différenciation majeure s'explique par la structuration de chacun des deux États engagés, et le fédéralisme allemand multiplie les acteurs autant qu'il divise les compétences et les financements.

---

<sup>547</sup> « Alors que La Sept affecte à des producteurs indépendants la conception de ces soirées, et investit en moyenne 2 millions de Francs par soirée – 80% de plus que le côté allemand, les établissements allemands assurent leurs soirées avec leurs propres stocks. Les échos suscités par les médias au sujet de ces soirées correspondent aux attentes initiales allemandes et françaises : Elles sont perçues comme une caractéristique de l'identité propre de la chaîne culturelle, mais en même temps critiquées comme étant arbitraires, lacunaires et pompeuses », dans Gräßle, Inge. Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE, 1995, p.184.

<sup>548</sup> « La véritable faiblesse d'ARTE réside effectivement du côté allemand, dans lequel trop de cuisiniers gâtent la sauce. Les fameuses 'querelles allemandes' ont été présentées aux Français jusqu'à saturation. », dans Schmall Heike, Im Dienste der Nation oder Europas? Die Weiterentwicklung des deutsch-französischen Kulturkanals ARTE, FAZ 15.08.1998

Toute l'offre non linéaire, qui est fournie par les pôles allemands et français, est beaucoup plus forte en France parce que cela a des aspects de facilité avec ce centralisme, et finalement c'est mathématique : 40% de l'argent vient d'Issy-les-Moulineaux, qui dispose de rédactions thématiques, il y a donc plus de force...côté allemand c'est divisé, si vous allez par exemple à Radio Bremen, je pense que la rédaction ARTE compte peut-être deux, trois personnes maximum...à la WDR qui est pourtant une des plus grandes chaînes de l'ARD, il y a à ma connaissance trois personnes principales...ce sont des petites rédactions, qui vont chercher des choses bien sûr mais avec leurs moyens, donc ils sont réduits, ils vont chercher des partenariats culturels dans leur Land...La centralisation chez ARTE Deutschland n'est qu'administrative finalement. L'implication dans les programmes est moindre car elle se dispatche dans les onze *Anstalten*, ce qui dilue un peu la force de proposition, le budget aussi...A ce titre la ZDF a plus de poids car sur les 40% il y a 20% à l'ARD et donc à ses onze *Anstalten*, et 20% à la ZDF. L'ARD est éclatée dans les Länder, face à la ZDF à Mainz...la ZDF a une rédaction ARTE de soixante membres. Et là on le sent, il y a plus de force, plus de moyens car l'entité est plus grande. Et ça se sent aussi dans l'unité décisionnaire.<sup>549</sup>

Héritière de La Sept, la partie française élabore une réelle programmation culturelle, avec la complicité d'institutions culturelles et de producteurs indépendants et de renom. Cette démarche, si elle se légitime par une volonté, certes très honorable, de démocratisation culturelle et d'égalisation des chances d'accès à la culture par la télévision et l'émergence des nouveaux médias, est finalement symptomatique de l'antagonisme culturel franco-allemand : pour la partie française, la notion de culture reste synonyme d'élite, et la majorité des institutions culturelles auxquelles sont liés les bureaux d'ARTE France se situe à Paris. Puisqu'elle n'est autre que l'évolution de La Sept, la localisation de l'administration française d'ARTE dans la capitale s'explique aisément, mais cette situation est évocatrice de la longue tradition centraliste de la France. Cependant, les collaborateurs et chargés de programmes français, conscients de la nature franco-allemande de la chaîne, travaillent en permanence à la mise en place de contenus à visée européenne. La structure a pour mission l'apport de la part française de la programmation franco-allemande, et l'ensemble des sujets sont, de tradition, rédigés et conçus en pensant à l'autre public, nous y reviendrons.

---

<sup>549</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

Le fonctionnement d'ARTE France semble tout de même encore très cantonné à sa politique interne et non franco-allemande ou européenne. Si le pôle français acte une réelle détermination en termes de défense du patrimoine culturel, de soutien à la création, et de force d'expérimentation, il demeure très axé sur ses intérêts propres et s'appuie encore beaucoup sur ses partenariats parisiens.

Il y a des velléités de vouloir diversifier tout cela, le problème c'est qu'on a peu de temps et que l'on cède toujours à la facilité. Parce que les grandes institutions sont déjà là, tout va plus vite, et même nous d'ailleurs, nous allons beaucoup trop à Berlin, mais parce qu'on y connaît un réseau, qui est là, que l'on ne perd pas de temps. C'est de la faiblesse, que l'on souhaite combattre, mais il y aurait plus à faire. Ici à Strasbourg déjà, nous faisons contrepoids.<sup>550</sup>

La philosophie du groupe ARTE France demeure très franco-française, et si la Centrale joue en effet son rôle de coordination, l'apport français en programmes mériterait plus de régionalisme lorsqu'il s'agit de mettre à l'écran des spécificités du territoire français, et plus d'Europe sur les sujets internationaux.<sup>551</sup> Dans la veine de La Sept, ARTE France proposerait des programmes encore trop nationaux ou parisiens, prouvant alors que la télévision demeure profondément ancrée nationalement.

[...] la prééminence absolue des « experts » (du documentaire, des spectacles, des fictions, du cinéma...) était opérante du temps où cette petite entreprise artisanale qu'était La Sept produisait quelques programmes pointus destinés pour partie à FR 3, autant elle apparaît contraire à la vocation européenne d'une chaîne qui joue désormais (côté français) dans la « cour des grands » du hertzien et doit, *de concert avec les Allemands, rassembler des publics aussi divers que les différents publics nationaux d'ARTE.*<sup>552</sup>

À cette vive critique de Patrick Démerin datant de 2002, la chaîne semble tout de même répondre actuellement, nous le constaterons dans notre analyse de la programmation, et Claire Doutriaux le soulignait elle-même lors de notre interview, il ne « reste pas grand-chose de La

---

<sup>550</sup> Anonyme, employé d'ARTE, Strasbourg.

<sup>551</sup> Voir à ce sujet le chapitre théorique évoquant la différence entre le fédéralisme allemand et le centralisme français, page 44 et suivantes.

<sup>552</sup> Démerin, Patrick. « Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ? » *Le Débat*, n° 120 (2002): 4-31.

Sept dans ARTE », de manière certes nostalgique, mais plutôt favorable à ARTE dans le contexte précis d'une éventuelle européanisation de la chaîne.

Créé dans le cadre du GEIE et pour justifier le caractère franco-allemand de l'entité télévisuelle, le pôle allemand d'ARTE reflète la tradition fédéraliste outre-Rhin, et rend évident un certain *déséquilibre structurel*. Le rôle de l'Allemagne est cependant loin d'être notoire, et si les établissements de l'ARD se jouent de quelques failles dans la juridiction de la chaîne pour leurs propres intérêts financiers, les programmes proposés par la partie allemande demeurent qualitatifs, puisqu'ils doivent entrer dans la ligne éditoriale imposée par ARTE. La partie allemande semble moins engagée dans la politique de soutien à la création que ne l'est ARTE-France, mais est largement en mesure de fournir des contenus culturels et pédagogiques de qualité. Si chacun des deux pôles parvenait à mutualiser ses compétences respectives en termes de création audiovisuelle, il serait alors possible de mettre sur pied un programme culturel – dans l'acceptation la plus large de ce qu'est la culture en télévision – et éducatif fort. Si le pôle français concrétise la volonté – purement française – de favoriser la démocratisation culturelle par le biais de l'outil télévisuel, ce dernier est trop indépendant – en termes d'interactions concrètes – du pôle allemand pour lui octroyer une réelle valeur européenne. La programmation n'en n'est pas moins européenne nous le constaterons lors de notre analyse globale des contenus. Il a d'ores et déjà été démontré que la structure se fonde sur bon nombres de *compromis*, qui ont permis de mettre sur pied un modèle de télévision interculturelle unique au monde, en effaçant la majeure partie des discordances juridiques et culturelles, et la longévité du flux linéaire ne fait que valider les théories des instigateurs du projet quant à la possibilité de rapprocher les peuples d'Europe via ce média populaire. Cependant, l'étude des relations entre les pôles dénote un réel dysfonctionnement. Ces derniers sont trop autonomes, et n'ont que trop peu d'interactions pour pouvoir prétendre à un véritable *interculturalisme audiovisuel*. Si la Centrale se charge de produire une programmation commune à partir des contenus que chacun lui fournit, qu'elle se montre compétente en matière administrative et de gestion, elle n'a que trop peu de pouvoir.

### *Un mariage forcé<sup>553</sup>?*

Die Strukturen sind nun einmal nicht ganz symmetrisch de part et d'autre du Rhin [...]

Was dennoch nicht in Vergessenheit geraten sollte, ist, daß die ganze rechtliche

---

<sup>553</sup> Esquirou, Martine. « Cinquième-Arte, mariage forcé. Le gouvernement veut « rapprocher » les deux chaînes pour faire des économies. » *Libération*, 31 août 1996.

Organisation [...] bei der Gründung des Senders als eine Vorläufige angesehen worden war. Nach den Erfahrungen, die wir mittlerweile gesammelt haben, könnte man daran denken, die Strukturen auf ihre Effizienz hin zu überprüfen.<sup>554</sup>

Finalement, alors que la structure juridique du GEIE devait protéger les deux parties, les rassurer et respecter leur mode de financement et de fonctionnement respectifs, ce résultat tripolaire fait plus figure de *collage*<sup>555</sup>, dans lequel chacun souhaite avant tout garantir, voire renforcer son identité nationale. Un comble pour une entreprise franco-allemande à portée européenne, et Patrick Démerin ne manque pas de le souligner dans son article fort critique à l'égard de la structure de la chaîne.

Aussi s'accordèrent-ils très vite sur l'idée de ne pas faire une entreprise *intégrée*, mais un *collage* de deux entités nationales, avec une unité centrale aussi rachitique que possible. Leurs motivations, bien que différentes, se rejoignaient dans la méfiance, le *peu de goût qu'ils avaient l'un pour l'autre*, et la volonté de chacun de *préserver son identité propre* dans l'entreprise commune.<sup>556</sup>

Les deux pôles censés s'harmoniser paraissent effectivement trop orientés et soumis par leurs propres principes nationaux pour bâtir une entreprise pleinement interculturelle. Si le côté français a pu tenter – à sa manière – une sorte de fédéralisme « à l'allemande » en divisant ses propres quartiers en unités de rédactions, son identité nationale y reste très prononcée. Ces unités de programmes rattachent la chaîne à une forme d'intégration du modèle Outre-Rhin, mais elles demeurent très indépendantes, comme le sont d'ailleurs à l'échelle plus large les pôles français et allemands. Chacun des deux membres profite en effet d'une totale indépendance vis-à-vis de la gestion de son financement et de l'apport en programmation. Même s'ils doivent respecter les quotas imposés, ces derniers jouissent d'une grande liberté, sans regard ni contrôle de l'un sur l'autre. Le pôle de Baden-Baden ne produit finalement aucun contenu, l'ensemble de la programmation est proposé par les correspondants ARTE de chacune des stations de l'ARD et de la ZDF ; le budget, le personnel, et les propositions

---

<sup>554</sup> « Les structures ne sont pas symétriques de part et d'autre du Rhin [...] Ce qu'il ne faut cependant pas oublier, c'est que l'ensemble de l'organisation juridique [...] était, au moment de la création du canal, considérée comme provisoire. Peut-être pourrions-nous, avec l'expérience acquise entre temps, penser à examiner l'efficacité des structures. », dans Jorg Rüggeberg, dans une interview accordée à Schmidt, F. 28 juin 1996. Warum brauchen wir eigentlich arte, Herr Rüggeberg, Interview mit Jörg Rüggeberg. *F.A.Z Magazin*, 26/852 p. 44.

<sup>555</sup> Terme utilisé par Patrick Démerin dans son article, « Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ? »

<sup>556</sup> Idem. Page 6.

attribués à ARTE étant proportionnels au budget, ainsi qu'à l'influence, la couverture territoriale de la station.

De ce point de vue, il semblerait que seule la quantification de l'apport en programmes, le fameux *Mengengerüst* auquel est soumise l'entité strasbourgeoise, garantissant une programmation constituée de manière égalitaire, préserve la nature franco-allemande de la programmation. Concernant la conception des programmes, les deux pôles nationaux tirent parti d'une grande indépendance, même s'ils se doivent de respecter une ligne éditoriale relativement stricte. Lors des phases de négociations quant à la structuration juridique du Groupement, les Français se positionnaient en faveur d'un modèle *collaboratif*, c'est-à-dire une réelle collaboration avec les Allemands, tout en garantissant l'autonomie de l'un et de l'autre pôle national. Les Allemands, eux, s'exprimaient en faveur d'un statut *intégratif*. Mais la Centrale de Strasbourg n'a finalement qu'un pouvoir restreint sur les deux pôles qu'elle est censée chapeauter. Une forme plus proche donc de ce que les gestionnaires français réclamaient. La partie allemande obtint pour sa part le journal d'information qu'elle désirait, dont la rédaction allait se tenir Strasbourg, afin de justifier le caractère européen de la chaîne. Outre la rédaction de l'information, la centrale de Strasbourg ne dispose d'aucune unité rédactionnelle franco-allemande.

Die Deutschen dagegen wollten, trotz der rechtlich schwachen Position der Zentrale, in Straßburg „eine wirkliche Mitte schaffen“, die das gemeinsame Programm entwickelt, die unterschiedlichen Strukturen der beiden Länder integriert und nicht nur die Produktionen der deutschen und französischen Seite zu einem Programm addiert. Die Zentrale sollte ein „eigenständiges, kreatives und europaweites Programm“ mit besonderer „europäischer Charakteristik ermöglichen“ [...] Während die Franzosen für ein reines Kooperationsmodell mit autonomer nationaler Zulieferung plädierten, wollten die Deutschen ein eigenes Profil des Programms durch Integration; die gemeinsame Programmkonferenz sollte, im Gegensatz etwa zur ARD, wirkliche Entscheidungsbefugnisse über die nationalen Zulieferung erhalten. So sollte der Disparität Grenzen gesetzt werden.<sup>557</sup>

---

<sup>557</sup> « Les Allemands au contraire, malgré la position juridiquement faible de la centrale à Strasbourg, souhaitaient « créer un véritable noyau », qui développerait le programme commun, intégrerait les différentes structures des deux pays et ne ferait pas qu'ajouter les productions arrivant des parties allemandes et françaises au programme. La Centrale devait « permettre la création d'un programme indépendant, créatif et à portée européenne » avec un « caractère européen » particulier. [...] Alors que les Français plaidaient en faveur d'un modèle de coopération pure, avec un approvisionnement national, les Allemands souhaitaient créer un programme qui serait propre à ce profil unique via l'intégration : la Conférence des Programmes communes devait, contrairement à l'ARD, être



La structure de la chaîne ne correspondrait en définitive ni à un modèle intégratif, ni franchement collaboratif, mais plutôt à l'assemblage de deux entreprises télévisuelles nationales, simplement reliées par une Centrale. À propos de cette forme juridique, Jean-Michel Utard adopte le terme « d'association coopération. »<sup>558</sup> Le GEIE favorise en effet la collaboration, et facilite la réussite des objectifs communs fixés par les deux pôles, mais il ne s'agit pas d'une entreprise intégrée car les produits mis à l'écran ne sont pas réalisés communément. Les programmes sont conçus de part et d'autre du Rhin, puis mis à l'antenne après une phase d'assemblage à la Centrale. *L'objectif commun* de parvenir à mettre cette chaîne sur pied a participé à la pondération des intérêts nationaux, malgré les disparités.

La structure tripolaire se profile tout de même comme structure idéale d'après le personnel de la chaîne interviewé, à l'instar de l'un de nos interlocuteurs pour qui la structure n'aurait pas pu être différente de celle existante, bien qu'elle en assume ses défauts.

[...] c'est très compliqué parce que chaque pays a son système audiovisuel, qui est organisé de façon très différente, donc on a déjà fait un grand écart. Il faut être de bonne volonté et faire marcher l'affaire, avec ses imperfections et ses déficits.<sup>559</sup>

Birgit Gabriel, tout en partageant cet avis selon lequel il serait complexe de proposer une autre organisation, se montrait très pragmatique quant au rôle du centre strasbourgeois.

Strasbourg est un peu symbolique, une institution européenne et géographiquement européenne. Est-ce qu'on aurait pu faire la chaîne sans ces pôles là...je dirais que c'est compliqué à cause de notre statut de service public. Il fallait avoir cet ancrage dans le service public en France et en Allemagne, être proche d'ARD et ZDF...avec une autre structuration, ça aurait été compliqué.<sup>560</sup>

La structure tripolaire d'ARTE semble à première vue efficace, et le Contrat de Formation assure une harmonisation de l'ensemble des pôles avec sa Centrale, une ossature solide avec ses quatre grandes instances de contrôle, qui explique sa longévité. La structure favorise en outre la parité d'action, de financement, et d'apport en programmes, mais dénote

---

dotée d'un réel pouvoir décisionnel sur l'approvisionnement national. Les disparités devaient ainsi être limitées. », dans Inge, Gräble. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*. p.161-162

<sup>558</sup> Utard, Jean-Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational : étude d'un corpus franco-allemand*. Université Robert Schuman (Strasbourg), 1997.p.53

<sup>559</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.

<sup>560</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

aussi un certain manque d'alternatives lors de la gestation du projet de télévision commune. L'organisation est certes fonctionnelle, mais dispose de compétences limitées. Le GEIE, qui fait pourtant figure d'instance décisionnaire, n'a que trop peu de contrôle sur la maîtrise de la production car il manque de production propre. Le groupement sélectionne, trie les programmes lui parvenant des deux instances nationales, des instances qui, elles, a contrario, ne manquent pas d'autonomie. Chacun des deux pôles présente cependant des atouts indéniables. La partie française remplit bien ses fonctions de production d'œuvres originales, de soutien à la création, au cinéma d'auteur. Dans la veine de La Sept, elle expérimente, mais elle demeure profondément imprégnée d'une tradition centraliste et se voit affublée d'une étiquette élitiste dont elle a du mal à se détacher, et qui, de surcroît, colle désormais à l'ensemble de la production d'ARTE.

Les sociétés de radiodiffusion allemandes, si elles parviennent à exploiter toute leur richesse grâce à leur implantation fédérale, et qu'elles jouent le rôle de vitrine culturelle de l'ensemble du territoire ; si elles s'appuient sur une tradition de télévision pédagogique, culturelle et qualitative<sup>561</sup>, conservent un rapport avant tout financier au sujet du projet ARTE. Ce système de *collage* et la multiplicité des intermédiaires alourdissent l'ensemble des initiatives et décisions, mais respectent la demande allemande de représenter son organisation fédérale. Jamais la structure n'a subi la moindre refonte depuis sa création, car les deux parties sont finalement parvenues à constituer un organisme leur convenant à chacune, sur le mode du *consensus* et de la *diplomatie*. Les deux pôles nationaux parviennent à obtenir ce qu'ils souhaitent, et exercent un pouvoir certain sur la Centrale. Leurs intérêts respectifs sont ainsi préservés, et ce malgré les déséquilibres constatés.

Le choix de Strasbourg comme siège commun du groupe est une « solution de compromis » entre la proposition française de choisir Paris, où sont centralisées la politique et l'économie nationales, et le refus de cette suggestion du côté allemand, car l'on y voyait, pour le projet, le risque d'une coloration française trop importante.<sup>562</sup>

La question se pose effectivement : il n'y a pas de mariage plus déséquilibré que celui d'ARTE entre la structure française et la structure allemande. Les deux structures n'ont

---

<sup>561</sup> « Le paysage allemand était [...] plus riche que le français. Avec la réussite de leur plan câble, les Allemands ont un nombre de chaînes considérable, et il y a déjà beaucoup de culture sur les troisièmes chaînes de l'ARD. » Cité depuis l'interview de Jérôme Clément, réalisée le 30 octobre 2017 à Paris.

<sup>562</sup> Schlie, Hans-Walter. *Die Entstehung des deutsch-französischen Kulturkanals*, in *Dokumente*, n°46, pp.32-63, Février 1999.

rien à voir, et j'ai suivi de près les difficiles négociations. Mais il fallait que la chaîne existe, même si c'était bancal ou déséquilibré. [...] En fait, ARTE est un peu une chaîne diplomatique, avec tous les avantages et les inconvénients que cela entraîne, c.-à-d. que si ce n'était pas une chaîne supranationale, avec un budget venant à part égale de France et d'Allemagne, nous ne serions plus là depuis belle lurette. Nous aurions été engloutis par France Télévisions, et c'est toujours une menace. Nous serions, comme en Allemagne finalement, une chaîne de rediffusion essentiellement, avec quelques programmes un peu plus pointus que sur les autres chaînes publiques. Etre une chaîne « diplomatique », c'est notre protection. Le revers de la médaille, c'est qu'il faut toujours trouver du consensus et c'est parfois fort épuisant.<sup>563</sup>

L'on peut regretter un éloignement des deux pôles nationaux français et allemand, alors que la chaîne a été conçue dans le but ultime de promouvoir le rapprochement entre ces peuples. Mise à part la mutualisation des programmes, dont se charge la Centrale, qui force quelques représentants à se rencontrer plusieurs fois par an, lors de la Conférence des Programmes, les collaborateurs des deux entités nationales n'ont que trop peu d'interactions. À l'échelle de l'individu, les employés de Baden-Baden et de Paris ne se connaissent pas. Les deux pôles font office de bureaux, de centres administratifs, et restent éditeurs de programmes. Si les deux structures œuvrent pour une cause commune, elles ne répondent pas aux mêmes directives, ni à la même organisation, et ne partagent pas les mêmes intérêts. Ce n'est que sur le plan formellement juridique et dans le poids de leurs décisions qu'elles sont similaires. En effet, le GEIE fut institué pour apaiser la partie allemande, qui craignait que La Sept ait un pouvoir décisionnel trop fort. La Centrale répond bien à ses fonctions d'instance de triage, prête à coordonner ARTE France et ARTE Deutschland, succursales autonomes, et finalement bien plus puissantes qu'elle. Une organisation d'apparence solide donc, mais qui reste relativement superficielle. Les trois pôles ne font finalement que justifier le caractère franco-allemand du projet. L'identité de la Centrale, et de fait l'identité générale de la chaîne, sont obscurcies par les divergences politiques et les intérêts de chacun des deux pôles, qui ne semblent pouvoir s'accorder, et Strasbourg ne reste qu'à l'état de *symbole* d'un organisme franco-allemand efficient.

Désormais reconnue sous la dénomination d'ARTE, la chaîne est cependant parvenue à matérialiser la symbolique de diplomatie et de conciliation des politiques médiatiques et

---

<sup>563</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

culturelles françaises et allemandes. L'évolution de ces pratiques politiques atteste des dissimilitudes, mais aussi une volonté d'intégration européenne partagée par les gouvernements engagés, qui ont largement pris en compte le vecteur culturel. Le développement d'une politique culturelle spécifique en faveur de la construction européenne est palpable, et a valu à ARTE le très connoté « *Kind der Politik* ». ARTE, décrite comme étant la « *fille de Kohl et de Mitterrand* », dépasse la simple décision politique, ou la fantaisie de grands énarques : elle atteste une volonté de revalorisation d'une culture européenne destinée à éveiller un sentiment de commune appartenance entre membres de la Communauté. Le passé houleux commun à l'Allemagne et la France a donné naissance à un partenariat unique, impensable sans le rapprochement d'hommes politiques influents. ARTE résulte d'une coopération renforcée en matière culturelle, et doit être en mesure de donner à voir le patrimoine culturel des peuples d'Europe. À l'instar de la directive TSF, du projet Media Plus ou de la Fondation de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, ARTE est née d'une politique européenne de l'audiovisuel, et donc de fait, culturelle.

Si le caractère franco-allemand d'ARTE est central dans la présente recherche, puisque directement lié à notre approche interculturelle, le projet n'en reste pas moins européen, et la chaîne a, dès ses débuts, cherché à contribuer au rayonnement culturel à cette échelle par le biais de multiples accords de coopération avec ses voisins européens. Il est de ce fait essentiel d'y accorder quelques réflexions.

#### **b) Les coopérations et partenariats d'ARTE à l'échelle européenne, vers plus d'intégration ?**

À l'origine prototype d'une forme de rapprochement franco-allemand « par les ondes »<sup>564</sup>, ARTE est devenue une véritable instance culturelle imaginée pour favoriser la construction européenne, visible à travers l'ensemble de ses partenariats et sa programmation orientée sur les sujets européens. ARTE est parvenue à s'imposer dans le paysage audiovisuel en tant qu'unique chaîne résolument européenne. Elle subsiste et justifie sa nature et ses missions par sa structure juridique, puis a dépassé son caractère utopique en se pérennisant, en devenant le miroir des cultures et traditions européennes, œuvrant pour la compréhension des peuples d'Europe. Ont été privilégiées dans la présente étude les relations politiques franco-

---

<sup>564</sup> Hartemann, Aline. « La réconciliation par les ondes ». Revue d'études comparatives Est-Ouest, n° 45 (2014): 177-204.

allemandes, ces dernières ayant abouti à la création de la chaîne, mais l'ouverture sur l'Europe demeure la perspective majeure des grands ouvriers d'ARTE.

La chaîne culturelle ne connaît aucun précédent même si certaines stations partagent quelques-unes de ses ambitions européennes, à l'instar d'*Euronews* pour l'information européenne, *Deutsche Welle* pour la promotion de la langue allemande à l'étranger, *3Sat* et sa programmation culturelle en langue allemande, qui associe les trois grands groupes de télévision publique germanophones : le groupe ARD/ZDF allemand, la chaîne autrichienne ORF puis la chaîne suisse SRG SSR. ARTE reste le seul modèle audiovisuel à structure paritaire franco-allemande. Si son modèle originel est bien franco-allemand, son rayonnement vers l'Europe constitue l'une de ses pierres angulaires. ARTE se caractérise comme chaîne européenne et souhaite renforcer ce pan identitaire. Son socle franco-allemand la rend interculturelle de fait, mais ses accords et partenariats font figure d'ultime vecteur de rayonnement culturel à l'international et favorisent la rencontre et l'échange de biens culturels à cette large échelle.

Si l'on peut reprocher à Strasbourg de manquer de pouvoir au sujet de la coordination de ses deux pôles associés, la Centrale a aussi pour fonction de gérer les partenariats avec les autres chaînes publiques en Europe. Quels sont ces accords et partenariats ? Comment les partenaires européens d'ARTE s'intègrent-ils dans les modes de production de la chaîne ? ARTE est-elle vraiment européenne et interculturelle ?

La structure tripolaire de la chaîne est d'apparence solide, mais elle demeure relativement superficielle, car les trois entités manquent clairement d'interactions. L'identité de la Centrale se voit obscurcie par les multiples divergences d'intérêt consécutives d'une gestion bicéphale – voire même, en s'autorisant le néologisme, « multicéphale », du fait de l'éclatement de la structure côté allemand. Parmi les nombreuses négociations et interrogations auxquelles les instigateurs du projet ont été confrontés, le lien entre l'entité franco-allemande et ses potentiels partenaires européens a été très présent. L'on relève à ce sujet un désaccord entre la partie française et la partie allemande. Dès mars 1989, alors que Jérôme Clément présidait le directoire du canal européen<sup>565</sup>, l'ensemble du personnel constituant la direction de la chaîne exprimait ses ambitions européennes. La partie allemande souhaitait restreindre la structure au

---

<sup>565</sup> À ses côtés, André Harris directeur général, Georges Duby président du conseil de surveillance, Michel Guy vice-président, Victor Rocaries secrétaire général.

franco-allemand uniquement, pour entamer par la suite, une fois la structure constituée et solide, des échanges, achats et ventes de programmes à l'échelle européenne, voire internationale. Des échanges uniquement fondés sur le partenariat.

Une vraie différence avec les Allemands qui semblaient se limiter au franco-allemand, trouvant l'exercice suffisamment périlleux. Pour les Français, ce n'était qu'un début. Pour les Allemands, c'était une fin en soi. [...] Certains de mes collaborateurs parlaient derrière mon dos au CSA de leur hostilité au projet. C'était une autre conception de l'Europe audiovisuelle dont La Sept devait être le pivot avec des partenaires multiples.<sup>566</sup>

En dépit des volontés françaises d'étendre la chaîne à un maximum d'associés hors métropole, les convictions allemandes se virent adoptées in fine, et ARTE se contente de sa structure purement franco-allemande, sans pour autant délaissier ses relations extérieures, qu'elle ne cesse par ailleurs d'intensifier.

À l'origine bilatéral, le projet est devenu profondément européen. Conformément à ses textes fondateurs, ARTE met un point d'honneur à « consolider la compréhension et le rapprochement entre les peuples en Europe ». À l'heure d'aujourd'hui, il est évident qu'ARTE remplit ses fonctions : 20% de sa programmation est européenne, 85% de ses programmes sont produits en Europe, 70% des Européens ont accès à ARTE dans leur langue maternelle.

La Sept avait – grâce à son fort soutien politique – déjà engagé ses intentions d'europanisation, et bénéficiait d'une politique de subvention et audiovisuelle extérieure pour le développement satellite. En 1993, parce La Sept était en mesure de diffuser sur des satellites à portée européenne (TDF et EUTELSAT II FI), elle comptait près de 14 millions de téléspectateurs potentiels en Europe centrale et de l'est. Le pôle allemand ne participait alors pas encore à ces accords d'échanges de programmes. Dès 1994, la chaîne culturelle européenne diffusait au-delà des frontières européennes, grâce à un partenariat avec Canal 22 au Mexique, ou encore TV Cultural à Sao Paulo en 1996. Ces échanges ont conduit à la production d'un cycle *Themenabend* sur l'Amérique Latine. Depuis 1996, la réception d'ARTE est possible depuis Israël et le Maroc.

---

<sup>566</sup> Clément, Jérôme. *Le Choix d'ARTE*, page 63.

Dès 1989, la radio publique Belge, la RTBF, formulait une demande de participation financière sur des bases paritaires à la CCE, refusée par la partie allemande comme par la partie française. Ne fut alors retenu qu'un simple approvisionnement en programmes. En 1993, la RTBF est devenue membre associé d'ARTE. Elle dispose depuis d'un vote consultatif auprès des instances décisionnelles et de surveillance, ainsi qu'à la Conférence des Programmes et auprès du Comité Consultatif. Les programmes que la Belgique conçoit avec ou pour ARTE sont ensuite libres de droits auprès de la RTBF, qui peut, à sa guise, les rediffuser.

Forte d'une politique de partenariats et d'association, ARTE profite des statuts que lui confère le GEIE pour rayonner bien au-delà de son noyau franco-allemand. Le Contrat de Formation en date du 02 octobre 1991 mentionne la possibilité d'intégrer de nouvelles entreprises audiovisuelles publiques européennes. Conformément à son Traité de Formation, elle est en mesure d'accueillir de nouveaux pays, sans que ces derniers ne deviennent membres du GEIE. Ces statuts si singuliers simplifient les négociations et les échanges. Si sa structure est fondamentalement franco-allemande, la chaîne s'inscrit bel et bien dans un vrai projet à dimension européenne. Elle s'ancre dans une politique audiovisuelle européenne, avec une programmation tournée vers les actualités et sujets européens. Son site web et les sous-titrages offrent un accès en six langues : italien, espagnol, anglais et polonais en plus du français et de l'allemand.

ARTE est une chaîne européenne, avec une vraie visée avec ARTE Europe, et cette offre d'accessibilité avec les diverses langues, les sous titrages qui se développent, toujours dans cette ambition d'étendre la visibilité à l'Europe. Ce qui veut dire aussi prendre des droits avec ces pays pour diffuser dans ces territoires. C'est au cœur de notre ADN de travailler sur la compréhension de l'autre à l'échelle de l'Europe, plus largement à l'échelle du monde. [...] Depuis que Mitterrand et Kohl ont mis en place cette chaîne on essaie de garder très présente cette idée de rapprochement de l'autre. C'était leur objectif lorsqu'ils ont créé la chaîne, et on y pense tous les jours, et à chaque niveau, dans tous nos choix.<sup>567</sup>

---

<sup>567</sup> Emelie De Jong, interview du 04 décembre 2017, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

Véritable chaîne à vocation européenne, « ARTE s'adresse à toute l'Europe. »<sup>568</sup> Pour ce faire, elle tisse des liens étroits avec l'ensemble du réseau audiovisuel européen. Les grands types de contrats et accords entre ARTE et ses chaînes partenaires sont au nombre de trois.

Des **accords d'association** stipulant que les partenaires sont tenus de coproduire un certain nombre de contenus avec et pour ARTE ont été signés avec la RTBF Belge dès 1993. Il s'agit du premier contrat d'association entre ARTE et une chaîne publique européenne. Une fenêtre ARTE Belgique fut ouverte sur la RTBF en 2006, et ce jusqu'en 2014. Des magazines et documentaires produits par la télévision belge sont ainsi diffusés sur ARTE, en français et en néerlandais. Le second accord d'association d'ARTE a été signé avec TVP, la télévision polonaise, en janvier 2001 puis seulement deux mois plus tard avec l'ORF Autrichienne. Les deux pays s'engageaient alors à diffuser des programmes d'ARTE sur leurs canaux respectifs pour en faire la promotion. La TVP et l'ORF demeurent des partenaires étroits, dont les volumes d'apport en programmes ont longtemps été en hausse. Pour la première fois avec ces deux chaînes, deux membres hors de la Centrale livraient des programmes directement diffusables sur ARTE. En 2013 la Česká televize, (République Tchèque), s'est jointe à ARTE via ces mêmes accords.

ARTE a ensuite interrompu son partenariat avec la Pologne suite à l'adoption d'une nouvelle loi sur les médias par cette dernière le 31 décembre 2015, qui selon ARTE ne garantit pas la liberté d'expression ni l'indépendance éditoriale. La chaîne avait pourtant signé un nouvel accord d'association en 2014 pour relancer une étroite collaboration. La direction d'ARTE souhaitait donner une importance significative au partenariat polonais avec l'ouverture d'une fenêtre sur la chaîne polonaise publique à thématique culturelle TVP Kultura. Les accords d'association les plus récents ont été signés en 2016 avec l'Italie (RAI Com) puis l'Irlande avec RTÉ.

Outre les accords d'association, ARTE signe des **accords de coopération**, relatifs à la production commune de contenus, tels que les fictions, magazines, documentaires ou encore des *Themenabende*. Le premier accord de coopération fut signé très tôt, en 1995 avec les télévisions Espagnole (TVE) et Suisse (SRG SSR). En 2013 ARTE a intensifié ses relations

---

<sup>568</sup> Emmanuel Tourpe, Responsable de la programmation des antennes linéaires et non linéaires, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.



avec la télévision Suisse en signant des accords d'association avec la Radiotélévision Suisse, destinés à soutenir et cofinancer des contenus web ainsi que des captations musicales. Ces accords débouchent sur des contrats à durée limitée dans le temps, mais qui ont ensuite été reconduits à maintes reprises. La SRG SSR fonctionne selon un système de découpage régional<sup>569</sup>, et confère ainsi à ARTE la possibilité d'échanges de programmes avec une couverture linguistique exceptionnelle. Le 2 décembre 1996, ARTE signait un accord de coopération avec la Telewizja Polska (TVP), radio publique polonaise, suspendu depuis. La Suède se rattachait au projet en 1996, puis la Finlande fut à l'honneur en février 1999 avec un nouvel accord de coopération. C'est avec les Pays-Bas (NPS) qu'ARTE a ensuite développé ses coopérations, de 2001 à 2004. Près de deux millions de téléspectateurs néerlandais furent alors en mesure de recevoir ARTE sur le câble. S'ensuivit une coopération avec l'ERT Grecque en 2009. Les accords de coproduction engagent les pays signataires sur deux ans en moyenne, en particulier dans les genres du documentaire, de la fiction et des spectacles, et permettent à ces mêmes pays de bénéficier des conditions techniques indispensables pour recevoir la chaîne.

ARTE tisse des relations étroites avec les pays européens, désormais essence même de la chaîne. Elle répond ainsi à deux grands objectifs : celui de *rayonner* à travers l'Europe, et celui de *rapprocher les peuples* d'Europe en proposant un programme d'identité européenne. Une bande annonce promotionnelle des partenariats résume parfaitement les volontés de la chaîne européenne.

Ensemble pour bâtir des ponts / Gemeinsam Brücken schlagen,  
Ensemble pour voir plus loin / Gemeinsam weiter sehen,  
Ensemble pour repousser les frontières / Gemeinsam Grenzen überwinden,  
Ensemble pour tous les Européens / Gemeinsam für alle Europäer,  
Ensemble pour s'ouvrir au monde / Gemeinsam Welten öffnen,  
Ensemble pour vivre l'Europe / Gemeinsam Europa leben.

Enfin, ARTE signe des **accords de coproduction**, ponctuels. Ces derniers sont mis en place entre autres pour financer la coproduction de documentaires ou autres projets de fictions

---

<sup>569</sup> La télévision Suisse compte cinq télévisions publiques selon ses régions et zones linguistiques : la Radio Télévision Suisse (RTS, Française), la Radiotelevisione svizzera (RSI, Italienne), la Radiotelevision Svizra Rumantscha (RTR Rhéto-Romane), la Schweizer Radio und Fernsehen (SRF, Alémanique) puis la Swissinfo (SWI), Radio Suisse internationale avec une offre en dix langues, dédiée à l'information.

uniques. Le pourcentage de l'apport en programmes est décidé lors de la Conférence des Programmes, et ce pour une durée fixée à un an. En 2001 par exemple, ARTE signait avec la BBC un contrat engageant la chaîne sur deux ans, avec au minimum dix émissions communes pour ARTE et rediffusable sur BBC Four, chaîne culturelle de la BBC, puis en 2002 avec la SVT Suédoise, et s'exportait même outre Atlantique avec la PBS aux États-Unis.

En 2007, ARTE France concrétisait ses ambitions d'expansion vers l'Orient en signant des accords avec des chaînes de télévision albanaise, lituanienne ou encore en Afghanistan, permettant à ces nations de proposer des documentaires labélisés ARTE, diffusés dans les langues nationales. ARTE France proposait des ateliers de formation à la production documentaires dans ces même pays, pour que ces derniers soient produits en local. Le pôle français démontrait ainsi toute sa politique de soutien à la création culturelle, élan malheureusement peu perceptible du côté d'ARTE Deutschland. ARTE étend donc ses partenariats dans le monde, et a ouvert une fenêtre de diffusion au Brésil. Elle signait cette même année des accords avec TV5 Monde pour la coproduction de documentaires et de magazines, un accord particulièrement intéressant pour la chaîne culturelle puisque TV5 Monde lui assurait des diffusions dans le monde avec neuf sous-titrages possibles. ARTE France est actionnaire d'ARTV, la chaîne culturelle canadienne, qui lui assure un renouvellement d'apport en programmes. ARTE France distribue des programmes dans le Caucase et au Kurdistan depuis 2009. Grâce à la TNT, ARTE diffuse désormais bien plus aisément dans le monde. De nouveaux accords ont été signés avec la Lettonie, les Pays-Bas et la Nouvelle-Calédonie en 2011.

L'ensemble de ces accords offre à la chaîne une véritable ouverture, de réelles interactions avec les différents acteurs européens de l'audiovisuel, de la production de fictions, de documentaires, de spectacles. ARTE a établi des relations étroites avec l'Europe centrale en particulier, et son partenariat avec la Pologne, finalement avorté, aurait été hautement symbolique puisque dans la continuité de la politique du Triangle de Weimar instauré dès 1991. Mais ARTE entretient des relations étroites avec ses partenaires, sa diffusion doit dépasser les territoires français et allemands, et ce depuis sa création.

Il semblerait que les nouvelles manœuvres stratégiques d'ARTE tendent à plus d'eupéanisation, en témoignent ses rapports annuels, la multiplication de partenariats et

coproductions, ainsi que le Contrat d'Objectif et de Moyens pour la période 2017-2021 rédigé par ARTE France.

Son positionnement particulier et sa vocation européenne font d'ARTE le point d'ancrage naturel d'une politique audiovisuelle publique ambitieuse en Europe pour proposer à notre continent un sens et un monde communs fait de diversité et de partage.<sup>570</sup>

Le déploiement vers l'Europe fait clairement partie des grandes ambitions de la chaîne, tant à travers la programmation, avec des contenus qui traitent de l'Europe, des créations singulières venant de toute l'Europe, qu'avec une multiplication des coproductions ou encore l'emploi de l'ensemble des outils nécessaires à un rayonnement européen. ARTE poursuit sa vocation originale de tisser des liens entre européens, de sonder et mettre à l'écran les imaginaires de chacun.

Forte de l'ambition de ses fondateurs, ARTE, doit **promouvoir auprès des citoyens européens une Europe humaine, culturelle, dynamique et porteuse d'avenir.**<sup>571</sup>

La chaîne se présente comme chaîne européenne et a mis en place le projet ARTE Europe fin 2015, soutenu financièrement par l'Union Européenne, qui offrait la possibilité financière à la chaîne de traduire un minimum de 600 heures de contenu par année, en anglais et espagnol dans un premier temps, en polonais depuis 2016. ARTE se présente et s'assume par ailleurs, et ce de plus en plus, comme chaîne européenne, en délaissant même parfois son identité franco-allemande.

[...] je crois qu'ARTE ne veut plus uniquement et nécessairement être considérée comme un diffuseur franco-allemand, mais bien comme un diffuseur européen.<sup>572</sup>

La chaîne étend ses partenariats européens et mondiaux. Sa programmation est, nous le constaterons dans les chapitres suivants, pensée pour le public le plus large possible. Les avis au sujet de cet élargissement divergent parfois, notamment entre le côté français et allemand. Alors que les directeurs du pôle français d'ARTE s'en réjouissent, l'on perçoit une certaine méfiance des Allemands. Ces derniers craignent une multiplication des acteurs engagés

---

<sup>570</sup> Contrat d'Objectif et de Moyens pour la période 2017-2021, ARTE France, page 2.

<sup>571</sup> Ibid.

<sup>572</sup> Nicolas Becker, Responsable du service linguistique, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

défavorable à l'équilibre instauré depuis plus de vingt ans. Ils privilégient ainsi une programmation bâtie sur les coproductions uniquement, ou encore quelques achats-ventes, afin d'éviter d'ébranler leur système exclusivement franco-allemand. ARTE cherche donc plus d'intégration, plus de flux entre les signataires européens engagés dans des accords diverses, mais n'élargit pas la structure à un troisième partenaire européen, et ne le mentionne pas dans ses ambitions à long terme. Il semblerait en effet qu'une structure au noyau franco-allemand, représentée par la Centrale de Strasbourg, et tissant des liens vers l'extérieur, suffise en partie à promouvoir l'Europe et le dialogue des cultures. L'on pourrait toutefois se questionner sur la possible constitution d'un troisième pôle européen afin de renforcer cette identité européenne. S'il est vrai que l'on peut craindre une altération de la structure établie, franco-allemande, l'on peut aussi considérer l'arrivée d'un troisième partenaire comme un nouvel élan européen, une nouvelle accroche qui renforcerait les ambitions européennes de la chaîne, l'implanterait plus profondément sur le territoire européen. La problématique de la création d'un troisième pôle a bien été étudiée par les dirigeants de la chaîne.

Nous avons essayé, j'y ai passé un temps fou. Avec les Belges et les Suisses cela a marché. Avec les Italiens, ça a été très chaotique, avec les Espagnols ça a marché un temps...C'est assez difficile parce que chaque pays a sa situation économique, et toutes les difficultés rencontrées avec la partie allemande, il fallait les traiter de nouveau. Avec le Québec, ARTE France s'est bien entendu, et on en retient la création d'ARTV en Amérique Francophone, qui fonctionne plutôt bien en termes d'audiences.<sup>573</sup>

ARTE était prévue pour plus que deux chaînes, plus que deux pays, c'est une chaîne à vocation européenne créée par la France et les Allemagnes – les Länder allemands – simplement il était très compliqué, pour plusieurs raisons, d'accueillir un troisième pays. Parce que cela voulait dire à l'époque, sans Internet, traiter cela sous la forme d'une télévision : donc un troisième signal, éventuellement dans une troisième langue, avec tout ce que cela comporte d'engagement financier sur la traduction, et les droits. Evidemment si vous diffusez un ARTE polonais en Pologne vous allez devoir acheter les droits sur tous les programmes, y compris les films de cinéma qu'on achète, et ça coûte très cher. Il y a bien eu des discussions approfondies avec la Belgique, qui présentait l'avantage de ne pas rendre nécessaire cette troisième langue, mais, là, si vous avez un membre à part entière, il doit lui aussi financer la chaîne, et donc Strasbourg, pour la diffusion. C'était

---

<sup>573</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

un investissement qui n'était pas uniquement symbolique, et ils n'ont pas trouvé l'argent pour le faire.<sup>574</sup>

La question de la technique ainsi que des coûts supplémentaires est évidente, celle de l'acceptation d'une troisième culture est moins discutée, mais tout aussi importante. Toutes les négociations qu'ont vécues les ouvriers français et allemands d'ARTE seraient alors à reconsidérer. Dans un souci de parité décisionnaire et technique, il faudrait en outre recruter des employés de la nouvelle nationalité au pôle de Strasbourg. La base strictement franco-allemande, ensuite étendue à l'Europe par le biais des accords de coproduction, d'association et de coopération semble la solution la plus raisonnable pour garantir la longévité de la chaîne.

Les modes de coopération se sont donc recentrés sur quelque chose de plus pragmatique qui était le fait de travailler sur des engagements de coproduction, pour les documentaires, fictions, spectacles...C'est comme cela qu'on a travaillé pendant une vingtaine d'années, et puis, depuis cinq ou six ans, on travaille avec tout ce que permet le numérique sur d'autres langues : le polonais, l'anglais, l'espagnol et l'italien. C'est l'Union Européenne qui nous soutient pour le faire, pour sous-titrer, 400 heures de programmes de chacune de ces langues, et on n'a pas les coûts de la diffusion broadcast. Nous ne faisons pas cela sur la totalité de notre offre, en grande partie sur le documentaire, beaucoup de reportages, et cela permet d'avoir une offre tout à fait intéressante, et plus simplement qu'en broadcast.<sup>575</sup>

Par le biais de sa politique d'échange, de cofinancements, de livraisons de programmes à travers l'Europe, mais aussi dans le monde, ARTE se présente clairement comme *chaîne médiatrice*, comme *outil de transfert de biens culturels*, aussi bien grâce aux liens étroits qu'elle tisse avec l'ensemble de ses partenaires, que dans sa capacité à établir des contacts entre professionnels de l'audiovisuel ou de la sphère culturelle internationaux. ARTE participe à la reconnaissance de la diversité des langues et des cultures, elle a constitué un réseau interculturel fondé sur le dialogue des langues et des cultures. Sur la base du franco-allemand, la chaîne a légitimé son rôle de médiation et a pu développer son ouverture sur l'Europe, fonction qu'elle continue d'accentuer et de mettre au cœur de ses stratégies. Mais ce socle franco-allemand mériterait cependant d'être plus assumé, avec, par exemple, une

---

<sup>574</sup> Emanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>575</sup> Ibid.

intensification des échanges, une redynamisation des contacts de part et d'autre du Rhin. Le couple France et Allemagne, à cause – ou grâce – à son passé commun, suffit largement à incarner et promouvoir l'entente, le rapprochement des peuples, l'Europe. Quelques perspectives d'amélioration, de renforcement de cette armature franco-allemande, déjà fonctionnelle, mais qui recèle bien d'autres dispositions, seront toutefois proposées dans une partie dédiée.

En se référant à l'approche théorique proposée en ouverture de cette thèse, il ne semble pas erroné d'apparenter l'environnement instauré par les fondateurs d'ARTE à un environnement pluriculturel plutôt qu'interculturel. Mais ARTE, d'un point de vue strictement structurel, est bien parvenue à dépasser le stade du *multiculturel*. Les cultures françaises et allemandes, au sein de ce système tripolaire, coexistent, sont reconnues dans cet environnement défini. La diversité y est reconnue, les deux cultures y sont valorisées, et ce en particulier grâce aux clauses fixées dans le contrat de formation en date du 30 avril 1991, ou encore grâce au *Mengengerüst* imposé par ledit contrat de formation.<sup>576</sup> Grâce à l'adoption de ce modèle juridique unique qu'est le GEIE, chacun des deux membres est forcé de respecter certains quotas pour garantir la parité de l'apport en programme, ce qui, en partie, permet d'assurer une programmation transculturelle. Ce système multiplie les chances de convergences de ces deux cultures, et au-delà grâce aux partenariats européens. Si la Centrale fait office de cœur, de noyau *interculturel*, l'ensemble de l'organisation d'ARTE est une organisation *pluriculturelle* et non *interculturelle*, et ce parce que les deux pôles nationaux alimentent le siège Strasbourgeois sans jamais se consulter de manière directe. Leurs modes de fonctionnement, ainsi que leurs intérêts respectifs demeurent encore aujourd'hui trop éloignés pour pouvoir interagir. L'on peut reprocher aux deux entités françaises et allemandes de n'être qu'accolées, sans réelle symbiose. La chaîne demeure de fait interculturelle, puisqu'un *dialogue* a dû se mettre en place de manière très pragmatique entre les parties françaises et allemandes, mais cet interculturel demeure, au sein de cette première *strate systémique* du moins, relativement illusoire. Les propos de Jérôme Clément corroborent cette théorie. Le fondateur de la chaîne, et donc très ancré dans cette première strate systémique, assumait lors de son entretien ne pas affectionner le terme d' « interculturel ».

---

<sup>576</sup> Article 7.2 *Droits et obligations des membres, financement* : Les membres s'engagent à mettre à disposition du Groupement, au prorata du nombre de voix, les moyens financiers, programmes de télévision et moyens divers qui lui sont nécessaires pour remplir ses missions et ses obligations, sur la base du budget et des diverses décisions de l'Assemblée générale.

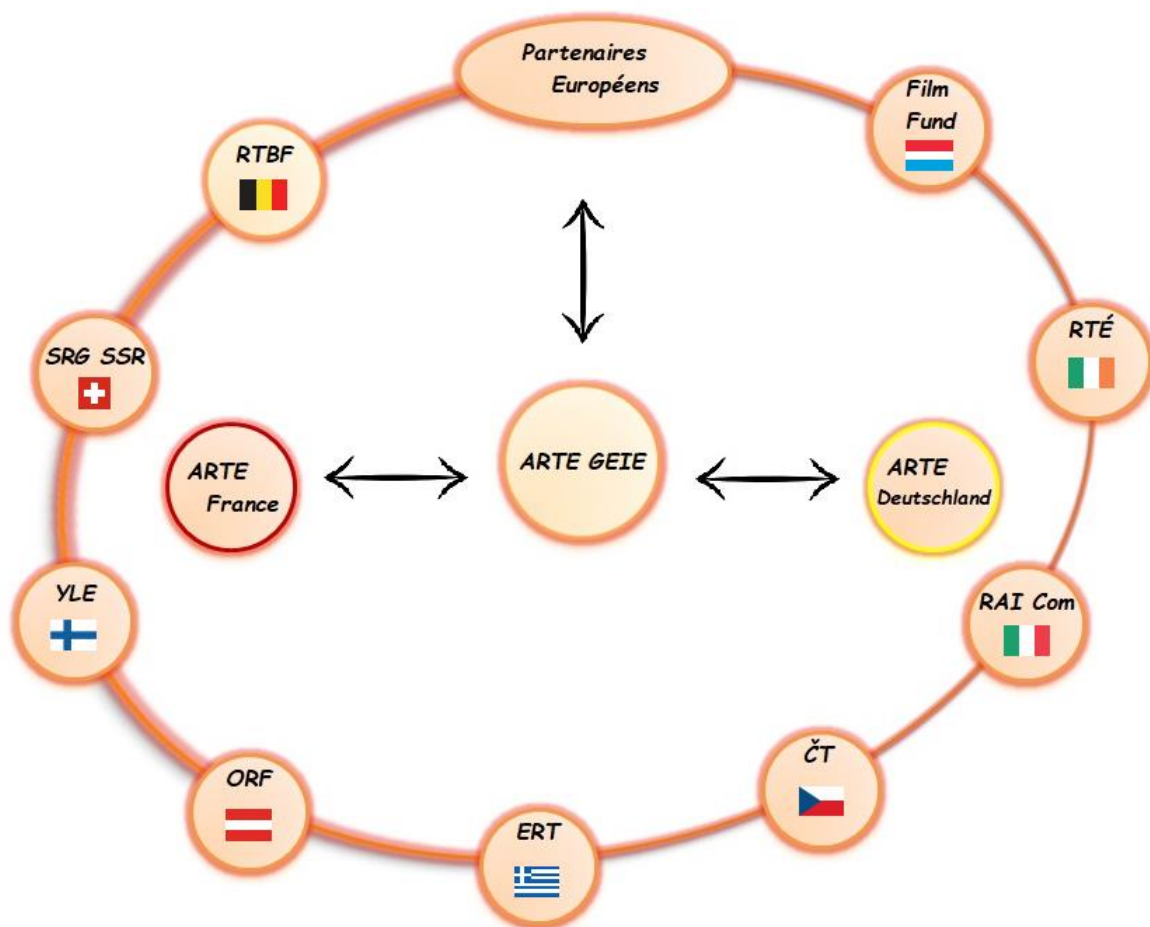
[...] je dirais que forcément c'est interculturel dans la mesure où il y a des relations entre deux pays qui parlent de leurs cultures, mais quand je pense à ARTE ce n'est pas le mot qui me vient à l'esprit ni celui qu'on utilisait. Alors oui, c'est devenu une institution culturelle, mais ça ne l'était pas au début, c'était seulement un champ d'expérimentation.

[...] l'utilisation du terme « interculturel » [...] honnêtement ne me plaît pas beaucoup, dans le sens où ARTE est beaucoup plus que de l'interculturel, c'est une entreprise, d'abord européenne de compréhension entre deux peuples, à travers un modèle télévisuel.<sup>577</sup>

Dans cette première partie ont été analysés les éléments constituant la première strate discernée lors du protocole méthodologique propre à la présente recherche : la *strate systémique*, dont la fonction principale est de rendre possible la mise en place d'un dialogue interculturel par le biais d'un agencement précis, fonctionnel, et juridiquement codifié. Cette première strate n'est cependant pas interculturelle en soi : les deux cultures en jeu, françaises et allemandes, *coexistent* et sont toutes deux reconnues et valorisées car elles partagent des *rouages communs* mais ne se rejoignent que trop rarement. Cette première strate fait office de fondement, de socle, et rend possible la constitution d'un *système propice à un interculturel fécond*. La présente structuration mériterait quelques ajustements mais demeure fonctionnelle, efficiente. Le choix du GEIE sur une base strictement franco-allemande offre des possibilités très larges et variées de constitution d'un dialogue interculturel franco-allemand au sein du siège commun qu'est la Centrale strasbourgeoise sur lesquelles ont pu s'appuyer les fondateurs d'ARTE.

---

<sup>577</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris



**Première strate de l'interculturel télévisuel : strate systémique**<sup>578</sup>

Ce schéma récapitulatif de l'agencement d'ARTE, avec ses trois pôles et ses partenaires européens, sous couverts de contrats d'association ou d'accords de coopération, met en exergue l'*identité pluriculturelle* du canal européen. L'instauration de ce système propice à la constitution d'un environnement interculturel, la *strate systémique*, est à l'origine de la pérennité de la chaîne à ossature franco-allemande. Cette strate instaure, cadre et régente un

<sup>578</sup> Les partenariats européens ont été disposés chronologiquement dans le sens antihoraire :

RTBF, Belgique : 1993

SRG SSR, Suisse : 1995

YLE, Finlande : 1999

ORF, Autriche : 2001

ERT, Grèce : 2009

ČT, République Tchèque : 2013

RAI Com, Italie : 2016

RTÉ, Irlande : 2016

Film Fund, Luxembourg : 2018



système de rencontres entre partenaires européens, un système de quotas dans l'apport en programmes, ainsi qu'une parité de financement entre les deux pôles membres du GEIE. Si ARTE a bel et bien tissé des liens solides vers l'Europe, et que ses partenaires européens gravitent ainsi autour de la structure tripolaire régie par le GEIE, si ARTE symbolise l'entente franco-allemande grâce à la centrale commune établie à Strasbourg, l'on constate que les pôles nationaux ARTE France et ARTE Deutschland n'ont aucune interaction.

Tels deux droites parallèles sur deux plans distincts, les deux pôles nationaux d'ARTE, ARTE France et ARTE Deutschland n'entrent pas en contact. Ils se dirigent cependant tous deux vers la Centrale, qui matérialise leur *but commun*. Cette dernière coordonne et harmonise les contenus qu'elle reçoit par les deux parties, paritairement. Seule la Centrale est en réelle communication avec les deux pôles. L'entité strasbourgeoise a la responsabilité de répondre aux intérêts de chacun, selon les prédispositions du Traité de Formation. Si la programmation finale est *transculturelle*, nous le montrerons, il n'existe pas de réel *élan de transversalité* entre les deux pôles nationaux. Un renforcement de la structure comprenant plus d'intégration et d'échanges entre les pôles redynamiserait la chaîne et développerait son potentiel d'interculturalité, nous y reviendrons. L'interculturel télévisuel s'est ainsi mis en place il y a plus de vingt-cinq ans, et la structure actuelle se doit d'être qualifiée de stable. Jamais elle n'a été repensée ou modifiée, quand bien même les deux pôles demeurent l'un à côté de l'autre, et non l'un avec l'autre. Les différents membres du siège de la chaîne n'ont jamais pris le risque de modifier l'agencement actuel de la structure, qui présente pourtant quelques points faibles, notamment une grande complexité d'harmonisation entre ARTE France et ARTE Deutschland. Si la structure globale est fonctionnelle, la Centrale de Strasbourg est en permanence en proie à la gestion et la régulation de dysfonctionnements. Le chemin qu'empruntent les contenus à destination de l'antenne est d'une part sinueux, scabreux, et ce tant du côté français qu'allemand. D'autre part, ces chemins sont inégaux de part et d'autre de Rhin. Les acteurs concernés varient du fait du centralisme d'une part, du fédéralisme de l'autre, et la route à parcourir côté allemand est bien plus fastidieuse que le côté français, déjà bien alambiqué.

Je dirais que le côté français a plus de liberté dans l'expérimentation. Côté allemand, les projets arrivent sur la table des chargés de programmes, pour ARTE, et le travail des chargés de programmes va être de trouver le partenaire avec lequel monter ce projet, il arrive à la SWR ou à la WDR par exemple, et les chargés de programmes se demandent s'ils le prennent dans le canal principal ou s'ils le mettent dans le système pour ensuite

faire des rediffusions sur *3Sat*. Il n'y a pas forcément de rediffusions sur le canal principal de la ZDF ou de l'ARD, ça peut être simplement sur la chaîne régionale. Cela donne plein de manières de monter des projets côté allemand, simplement c'est parfois un peu plus long.<sup>579</sup>

ARTE France et ARTE Deutschland considèrent la chaîne avec un regard différent, ne s'impliquent pas dans le projet avec les mêmes intérêts, et l'éclatement d'ARTE Deutschland dans chacun des Länder est certes nécessaire et même essentiel puisqu'il reflète les politiques culturelles et permet à la chaîne de recouvrir l'ensemble du territoire allemand dans sa tradition fédérale, mais il intensifie la problématique de manque d'interaction entre la France et l'Allemagne.

Les interactions ne sont pas évidentes, il faut savoir que les gens qui s'occupent de programmes pour le pôle Allemand ne sont pas à Baden-Baden, ils sont dans les chaînes, donc ils sont plutôt à Mayence, Munich, Hambourg, Stuttgart, Berlin, Leipzig... ils doivent d'abord se réunir ensemble avant de pouvoir se réunir avec ceux d'Issy-les-Moulineaux. C'est donc important de bâtir des réunions régulières pour que les gens se voient. [...] Mais Baden-Baden est plus une institution de coordination, essentiellement juridique et financière, avec le marketing. A titre personnel je travaille beaucoup avec eux, mais parce que se sont mes domaines. C'est un travail important, car ce sont des télévisions qui travaillent avec ARTE en Allemagne, il faut pouvoir les coordonner elles-mêmes, et c'est tout le travail qui se fait à Baden-Baden.<sup>580</sup>

Au-delà de la problématique d'harmonisation des pôles, traitée dans quelques-unes des thèses menées sur ARTE, il est pertinent de s'interroger sur la question de l'harmonisation culturelle en interne, au cœur du siège de Strasbourg, des relations qu'entretiennent les collaborateurs français et allemands engagés dans le projet, et en contact quotidien. Le fait d'être l'instance d'harmonisation, de régulation, d'une entreprise audiovisuelle bicéphale a mené les instigateurs du projet à mettre en place un mode de fonctionnement singulier, afin de satisfaire aux mieux deux traditions organisationnelles télévisuelles bien différentes. La Centrale joue, nous avons pu le constater lors de notre analyse structurelle, un rôle d'*équilibre* entre les deux pôles, et, s'il ne semble pas exagéré de conclure qu'elle reste à l'état de zone de

---

<sup>579</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>580</sup> Ibid.

*coordination*, « *d'instance corrective* »<sup>581</sup>, elle demeure toutefois le seul vrai *lieu d'interculturalité* de la chaîne. Elle dépasse largement son rôle de diffuseur, de mise en commun d'un stock de programme, et a la lourde tâche d'héberger dans ses murs des employés de langues et de cultures différentes, tâche qu'elle semble mener assez admirablement, au vu de sa pérennité et de la qualité de sa programmation. Le caractère interculturel des rencontres professionnelles qui s'y déroulent nous a mené à nous rendre dans ses locaux, afin d'y évaluer la capacité à produire ensemble des contenus variés, à teneur culturelle. Véritable manœuvre diplomatique dans sa genèse, ARTE acte une forme de *volontarisme culturel*, et incarne la quintessence de l'amitié franco-allemande, dans la continuité du Traité de l'Élysée, et d'une dynamique interculturelle initiée nous l'avons évoqué au cours de l'axe précédent, dès les années cinquante. ARTE est une des concrétisations du rapprochement franco-allemand des plus manifestes, car portée par la télévision, et désormais par tout un ensemble de supports numériques. Les échanges de biens culturels français, allemands, et européens se sont vulgarisés, normalisés, par le biais de ce média. C'est en ce sens qu'ARTE se niche dans le prolongement de la politique de réconciliation franco-allemande et dans la construction européenne.

Les conclusions émises à partir de l'étude de la première strate de l'interculturel télévisuel tendent à démontrer que, malgré un manque manifeste d'interactions concrètes entre les pôles constituant ARTE, toutes les conditions semblent être réunies pour qu'une forme de dialogue puisse se mettre en place entre les équipes françaises et allemandes. Cette strate systémique est plutôt favorable à l'interculturel, mais elle demeure selon notre démonstration plus proche des définitions de la pluriculturalité, en effet, « *l'interculturel peut être défini comme une dynamique d'interaction entre les cultures* »<sup>582</sup>, et cette notion de contact, de réciprocité, est encore trop faible entre les pôles nationaux. Ils gravitent autour de la Centrale et la fournissent à parité, mais n'entrent jamais en contact.

Le dialogue des langues et des cultures est l'un des grands fondements de l'interculturel, offre des possibilités d'ouverture sur l'Autre, de partage des imaginaires, de constitution de références collectives. L'organisme de coordination qu'est la Centrale de Strasbourg constitue

---

<sup>581</sup> « Les Allemands ou les Français qui vont faire une proposition sur un sujet, leur regard risque d'être un peu plus national que lorsque la proposition arrive d'ici (Strasbourg), et là, la Conférence des Programmes joue le rôle *d'instance corrective* avec le couple de la direction des programmes franco-allemand obligatoire. » Cité depuis l'interview de Birgit Gabriel, réalisée le 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>582</sup> Drummond, Virginia. *Le management interculturel: gérer efficacement la diversité culturelle dans l'entreprise*, Ed. Gereso, Paris, 2014, page 47. La mise en gras des termes est un choix de l'auteur.

le haut lieu d'interculturalité de la chaîne. Outre sa mission d'harmonisation des pôles et des contenus lui parvenant de part et d'autre du Rhin, l'établissement a la particularité d'être pleinement franco-allemand. L'un de ses atouts majeurs est sans nul doute de parvenir à réunir sous le même toit des professionnels de l'audiovisuel français et allemands aux imaginaires différents, aux cultures professionnelles distinctes. Mais l'organisme de télévision travaille-t-il en permanence à l'harmonisation des cultures professionnelles de son personnel ? Après nous être intéressée à l'étude du *modèle structurel* de l'organisme franco-allemand, nous proposons une étude de son *modèle situationnel*. Le terme de « mariage forcé » est, selon nos conclusions, et d'un point de vue structurel, relativement approprié ; qu'en est-il du rapport entre employés ? Afin de vérifier notre seconde hypothèse de recherche, selon laquelle toute rencontre interculturelle est dialectique, – et plus précisément la dialectique comme démarche intellectuelle de dépassement des contradictions – une étude des conflits inhérents à la rencontre interculturelle et de leurs résolutions a été menée. Nous proposons dès lors de nous plonger au cœur de la deuxième strate – selon notre méthodologie – de l'interculturel télévisuel, qu'est la strate propre au *dialogue interculturel*, que nous nommons *strate environnementale* afin de mettre en exergue tant les notions de conflits que leurs modes de résolution, tout en faisant références aux théories d'Aristote et son raisonnement fondé sur le rapprochement d'opinions partagées, ainsi que les acceptions de Platon de la dialectique comme art de bien conduire le dialogue, qui nous semblent tout à fait appropriées dans le cadre de cette étude autour de la communication interculturelle. Afin de légitimer sa mission européenne de rapprochement des peuples, la chaîne doit elle-même être en mesure de constituer un dialogue interculturel efficient, une rencontre interculturelle fructueuse entre équipes, dans le respect mutuel des cultures en contact. Un échec à ce niveau aurait entièrement discrédité la chaîne et ce pourquoi elle a été pensée. Comment se met en place le *dialogue des cultures* entre les employés d'ARTE ? Comment Français et Allemands parviennent-ils à travailler ensemble ? La rencontre interculturelle n'est-elle fonctionnelle qu'en apparence ? Notre attention s'est portée en particulier sur le siège d'ARTE à Strasbourg, ainsi que sur l'Atelier de Recherche, puisque les équipes y sont bilingues et franco-allemandes.

## 2) La *confrontation* des cultures professionnelles ou l'instauration d'un *dialogue* interculturel.

Bien que toutes les conditions structurelles aient été préalablement déterminées de sorte à créer un environnement spécifique et profitable au dialogue interculturel, notons que le facteur humain, aléatoire et singulier, est susceptible d'être source de discorde, et ce par ailleurs même dans des environnements purement institutionnels. La bonne connaissance de la langue de l'*Autre* n'efface pas entièrement les risques de malentendus ; et il peut de surcroît exister moult incompréhensions entre individus de nationalité et de langue communes. Les freins à la communication, tout comme l'interculturel, ne sont pas exclusivement du domaine de l'international.

La communication interculturelle est l'interaction interpersonnelle entre des membres de groupes qui se différencient respectivement par les niveaux de connaissances et les formes d'expression de l'action symbolique. De telles différences existent déjà entre les groupes d'une société définie au sein d'une nation ou d'un État.<sup>583</sup>

Outre les thématiques strictement liées au domaine que nous nommons *systemique* – politique, juridique, financier, structurel, auxquels les chapitres précédents sont largement dédiés – de nombreuses interrogations concernant la conception d'un contenu télévisuel commun par une équipe binationale germent d'une telle étude, notamment à propos des rapports qu'entretiennent les employés de la chaîne au sein de leurs locaux, en particulier la Centrale Strasbourgeoise, lieu de *confrontation des cultures* depuis la création d'ARTE. Dans ce contexte entrepreneurial, la dimension culturelle est porteuse d'un sens collectif, et une société telle qu'ARTE fait figure de zone prédisposée à d'éventuelles tensions entre les cultures en contact, puisqu'elle rassemble des cultures et traditions professionnelles en certains points très hétérogènes. De multiples facteurs entrent en jeu puisque la culture professionnelle de chaque individu se voit forgée par ses expériences antérieures, ainsi que son éducation familiale et scolaire. Un ensemble cohérent semble cependant s'être constitué. Comment sont réduits les éventuels blocages consécutifs de la rencontre interculturelle ? Quels *modes de résolution de conflits* ont été adoptés ? Comment les cultures françaises et allemandes coexistent-elles ?

---

<sup>583</sup> Barrette, Christian, Gaudet, Édith, et Lemay, Denyse. *Guide de communication interculturelle*. Saint-Laurent, Québec: Éditions du Renouveau pédagogique, 1993, page 149.

Nous ne prétendons pas être en mesure de produire une étude sur la sociologie du travail, ni de pouvoir proposer une analyse aussi pointue que le feraient des chercheurs en communication ou en psychologie. Il est difficile de prendre en compte les psychologies individuelles, nous nous sommes donc attachée à interroger des personnalités de la chaîne en tant que figures représentatives d'une fonction, soient des responsables, directeurs d'unité, employés en contact régulier avec l'*Autre* ou à l'inverse très peu, à l'instar des techniciens notamment, afin de mieux comprendre comment se met en place l'interculturel télévisuel à l'échelle relationnelle. Sans être spécialiste des sciences humaines, ni du champ managérial, nous nous sommes appuyée sur nos propres expériences vécues en tant que germaniste, germanophile, francophone, spécialiste de l'interculturel. Nous nous sommes consacrée aux aspects culturels et linguistiques à partir des théories explorées lors de notre formation initiale.

Outre l'apprentissage de la langue de l'*Autre*, les collaborateurs français et allemands, issus de systèmes culturels différents, entrent en contact dans cette sphère commune qu'est la Centrale. Ils communiquent, et sont tenus de produire ensemble des programmes. Quelles ont été les grandes phases de conflits ? De quelle manière ont-elles été traitées ? La chaîne binationale, qui a aujourd'hui plus de vingt-cinq ans, a assurément trouvé un terrain d'entente. Existe-t-il encore des disparités ? Des malentendus ? Une culture domine-t-elle l'*Autre* ? Cela impacte-t-il la programmation ? Quelles variations subissent les nuances culturelles en interaction ? Afin de répondre à ces questions, nous nous sommes fondée sur nombre d'écrits théoriques au sujet de la « communication interculturelle »<sup>584</sup>, des études qualitatives et quantitatives traitant des questions de management interculturel, et avons ainsi pu mener notre propre enquête de terrain, et constituer notre grille de questions, bien que les entretiens menés aient plutôt été semis-directifs, avec une grande part de liberté laissée à nos interlocuteurs. Les discussions devaient permettre à terme de vérifier notre hypothèse de recherche selon laquelle *toute rencontre interculturelle est dialectique*, qu'il existe donc toujours des phases de conflits, puis de montrer dans un second temps que le mode de fonctionnement d'ARTE et la résolution de ces conflits interculturels permettent aux sujets concernés d'acquérir des aptitudes, des « *compétences interculturelles* », soit la flexibilité, l'adaptabilité, ou bien encore une meilleure conscience de *Soi* et de l'*Autre*.

---

<sup>584</sup> Terme utilisé pour la première fois par G. L. Trager et E.T. Hall, dans *Culture and Communications, a model and an analysis*, Explorations 3, 1954.

La notion d'interculturalité, pour avoir sa pleine valeur, doit, en effet, être étendue à toute situation de *rupture culturelle*, résultant, essentiellement de *différences de codes et de significations* [...] Il y a donc situation interculturelle dès que les personnes ou les groupes en présence ne partagent pas les mêmes univers de significations et les mêmes forces d'expression de ces significations, ces écarts pouvant faire obstacle à la communication.<sup>585</sup>

On peut parler d'interculturel lorsque des personnes ou des groupes en contact cherchent à vivre ensemble avec les *différences culturelles*, à s'organiser de façon concrète pour respecter la culture de chacun et à soumettre chaque culture présente à *la critique de l'autre*.<sup>586</sup>

Nous avons cherché à établir nos propres critères de recherche afin de mieux cerner les *modalités de mise en place d'un dialogue interculturel fructueux* au sein de la chaîne, en transférant certains aspects évoqués dans les recherches qualitatives et quantitatives. Nous avons pu confirmer quelques-unes de nos suppositions, forgées par nos propres expériences interculturelles, mais avons tâché d'apporter un angle nouveau à la recherche par le biais de notre méthodologie spécifique applicable au cadre précis de la télévision interculturelle, et ainsi émettre quelques perspectives qui ne semblent jamais avoir été énoncées dans la recherche.

Pour être fonctionnel, l'environnement interculturel doit abriter des sujets qui, dans leurs connexions, soient capables de créer une communication – ou plutôt des situations de communication – adaptées à l'ensemble des cultures impliquées. Il est nécessaire que l'ensemble des normes culturelles des acteurs en contact soit renseigné et enseigné, et ce réciproquement, pour qu'un *environnement sain et stable* dans l'interculturel puisse être mis en place. Cependant, si pour des raisons méthodologiques, l'accent est porté sur les notions de conflits, précisons que nous considérons l'interculturalité comme outil d'accroissement des compétences non seulement interculturelles mais aussi sociales, comme outil d'apprentissage, et de remise en question de soi.

---

<sup>585</sup> Marandon, Gérard. « Au-delà de l'empathie, cultiver la confiance : clés pour la rencontre interculturelle - PDF ». Consulté le 10 février 2018. <http://docplayer.fr/16393855-Au-dela-de-l-empathie-cultiver-la-confiance-cles-pour-la-rencontre-interculturelle.html>.

<sup>586</sup> Verbunt, Gilles. *La société interculturelle: vivre la diversité humaine*. Paris: Seuil, 2001, p.99.

Elles [les différences culturelles] représentent au contraire un potentiel de synergie et des chances significatives. [...] La dissemblance est souvent appréhendée à tort comme un obstacle plutôt que comme un enrichissement.<sup>587</sup>

L'analyse des diversités devient alors une ressource, un matériau utile à la détermination des modes de résolution de conflits qu'ARTE a adopté, permettant d'en saisir l'efficacité et les limites.

La démarche comparative nous a semblé pertinente, bien que nous nous situions plus dans une pensée universaliste d'égalité des Hommes. Une forme de relativisme culturel est nécessaire, et nous veillons à ne pas faire prévaloir une culture sur l'autre, ni certains comportements culturels. Notre approche sert plutôt à mieux cerner l'origine de certains *chocs culturels*, afin de saisir les grands enjeux et les problématiques inhérentes à la rencontre précisément étudiée, de mieux saisir les grandes tendances en termes de résolution de conflits. Plutôt que de considérer l'*Autre* comme « sujet différent », il est important de penser qu'il ne s'agit que d'angles de perceptions différents, de modes d'actions variés évoluant selon le contexte culturel dans lequel un sujet a pu évoluer. La recherche interculturelle antérieure a pu établir des traits communs ainsi que de grandes variables entre nations, mais il peut y avoir des phénomènes d'interculturalité entre des sujets partageant la même nationalité. Si comportements et cultures sont étroitement liés, il est important de garder à l'esprit que tout n'est pas « culture » ni « culturel ». Si l'influence du groupe culturel d'appartenance demeure un grand facteur d'influence, ne négligeons pas l'aspect individuel propre à chaque personnalité. Il existe dans la recherche interculturelle des facteurs de subjectivité difficiles à contourner. La présente recherche peut d'autant plus se voir biaisée par les perceptions même de l'auteure, sa propre culture, ses propres expériences interculturelles, ses rapports à l'*Autre*, et l'influence de quelques stéréotypes. Chaque individu développe sa culture, construit sa personnalité afin de s'adapter à son environnement professionnel, s'épanouir dans sa sphère privée. Le développement culturel dépasse les simples frontières territoriales, même si ces frontières sont à l'origine d'un contexte particulier, de tout un système de représentations partagées, qui influencent nécessairement les constructions identitaires et culturelles de chacun. Mais l'influence de la culture territoriale, ou « nationale » demeure significative. Nous avons fait en sorte de nous écarter de toute forme de préjugés fondés par notre culture

---

<sup>587</sup> Barmeyer, Christoph. *Management interculturel et styles d'apprentissage: étudiants et dirigeants en France, en Allemagne et au Québec*. Québec: Presses de l'Université Laval, 2007. Page 44.



d'appartenance, déjà elle-même modelée par nos expériences, notre formation interculturelle ou notre attrait pour la culture germanique. Nous tâchons de nous situer dans une position neutre, une position d'altérité tant concernant la partie française qu'allemande. Notre méthodologie d'observation périphérique et non participative s'est fondée sur ce principe, et nous a permis de conserver une entière neutralité vis-à-vis de notre sujet d'étude qu'est ARTE.

L'intérêt porté aux interactions effectives entre les employés de la chaîne mène naturellement à quelques considérations autour de la notion de « communication interculturelle ». La partie théorique, relativement conséquente, traite des questions culturelles, avec notamment une introduction à la communication interculturelle. Nous en développons ici les applications. En quelle mesure deux cultures, *contraintes* à se rencontrer, avec des processus parfois contradictoires dans leurs modes d'action, de réflexion, de socialisation, peuvent dépasser les antagonismes, les facteurs bloquants ?

Dans la présente recherche, les termes de *rencontre interculturelle fructueuse* ou de *dialogue efficient* ont été adoptés afin de mettre en exergue le caractère plutôt exceptionnel et fécond de cette collaboration audiovisuelle franco-allemande. Nous veillons à ne pas mettre ces termes en opposition avec les notions relatives à l'échec. La rencontre interculturelle est toujours porteuse de sens, et ce même dans la difficulté, même dans des situations dans lesquelles les malentendus semblent prédominer. Même si elle n'est pas un succès en soi, la rencontre interculturelle aboutit à une remise en question, à une réflexion sur la culture de l'*Alter* et celle de l'*Ego*. Afin donc d'écarter toute notion d'échec, il nous a semblé pertinent de mettre l'accent sur l'aspect *productif/non productif* plutôt que *réussite/échec*, bien qu'il existe un lien de causalité entre les deux. Toute rencontre interculturelle ayant des répercussions sur les sujets et les cultures en contact, ce point de vue a été privilégié lors des enquêtes de terrain. Nous avons ainsi mis en place notre propre terminologie, et choisissons de parler d'un *interculturel dynamique* lorsque la rencontre est productive, lorsque les porteurs de cultures échangent, interagissent suffisamment pour être en mesure d'accomplir une tâche commune, de concevoir un produit représentatif de l'ensemble des cultures impliquées, de parvenir à réaliser un but commun. À l'inverse, l'*interculturel statique* désigne un processus encore trop soumis aux *facteurs bloquants*, comprenant des *failles* dans son environnement. L'interculturel statique n'est pas nécessairement un échec, mais les sujets, les cultures en

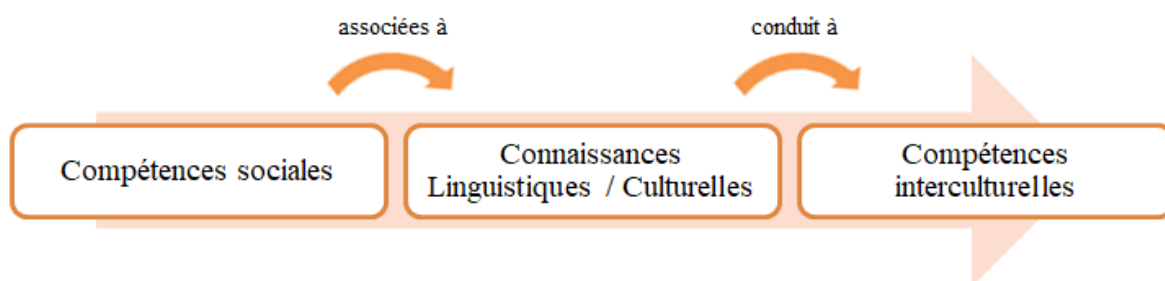
relation disposent de connexions plus fragiles, restent encore trop influencé(e)s par leurs systèmes propres.

Compte tenu de nos conclusions résultant de l'étude de la *strate systémique*, et en particulier du manque d'interactions entre les pôles français et allemands, l'on pourrait en déduire que cette première strate se situe dans un juste milieu : L'interculturel entre les deux pôles nationaux est effectivement plutôt de l'ordre du statique, mais la Centrale le *dynamise*, puisque c'est elle qui permet la réalisation de cette tâche commune qu'est la conception d'un programme de télévision. C'est la raison pour laquelle il est judicieux de s'intéresser désormais plus spécifiquement aux rapports qu'entretiennent les employés français et allemands en relation à Strasbourg. *Le dialogue interculturel en place à la Centrale est-il de l'ordre du statique ou du dynamique ? Quels sont les moments dialectiques, dans un processus multiculturel comme la chaîne ARTE, que l'on puisse repérer au cœur de sa gestion interne ?* L'enquête de terrain apporte des éléments de réponse essentiels.

#### **a) Au croisement des cultures professionnelles.**

Dans le cadre de la recherche interculturelle, plusieurs points de vue et axes d'analyse sont envisageables ; une étude comparative des cultures, une mise en avant de la notion de conflit ou de choc, ou encore un intérêt particulier pour le résultat de la rencontre. Puisqu'ARTE s'est installée et imposée dans le paysage audiovisuel actuel, il semble fondamental de s'intéresser au résultat de la rencontre, sans pour autant négliger les phases de confrontations, toujours d'actualité. Dans cette partie, nous explorerons ces phases de conflits et leur(s) mode(s) de résolution, ces dernières menant selon nos hypothèses à l'acquisition de nouvelles compétences. L'interculturel est intimement lié à une forme d'apprentissage, dont le conflit est finalement l'une des *charnières*. Plusieurs adages populaires rappellent par ailleurs que la difficulté forge, que l'on apprend de ses erreurs. Il semblerait que cela soit applicable à l'interculturel. L'on parlera de relation *fructueuse*, et donc d'interculturel *dynamique* si les sujets en contact ne s'y sentent pas lésés, ne relèvent pas de différences significatives au quotidien entre leur culture et celle(s) de l'*Autre*, si les incidents ne mettent pas l'une des deux cultures en péril, si les sujets parviennent à atteindre ensemble les objectifs fixés. Une relation fructueuse se base sur un franc et mutuel respect de chacune des cultures, non terni par les stéréotypes et probables conflits.

La majorité des collaborateurs évoluant à Strasbourg sont expérimentés, présents pour certains depuis les origines de la création de la chaîne, et donc désormais experts des situations interculturelles, profondément engagés dans les missions d'ARTE. Ces données ont été prises en compte avant de formuler toute conclusion. Chaque individu possède de surcroît des qualités propres aux relations sociales, professionnelles, et est plus ou moins habile dans ses échanges, interculturels ou non. Le caractère, la construction individuelle demeurent des critères aléatoires, uniques, imprédictibles. Ces compétences sociales varient d'un individu à l'autre, mais l'on peut sans nul doute supposer que l'ensemble des postulants comme des employés d'ARTE se sont tournés vers le projet en connaissance de cause, et donc avec une partie de ces compétences acquises – des qualités d'ouverture, d'empathie, de curiosité pour l'*Autre* qui facilitent grandement l'intégration dans l'entreprise binationale – ainsi qu'en accord avec les missions de la chaîne qui exigent des compétences interculturelles, ou a minima un désir d'interculturalité. Le contexte global paraît donc pleinement favorable à un interculturel *dynamique*. Les compétences sociales idéales que sont l'ouverture d'esprit, l'écoute, l'abnégation ou encore le respect des différences sont aussi des compétences clés dans l'interculturel. Associé à une connaissance de la culture et de la langue de l'*Autre*, elles se fondent de fait en compétences interculturelles.

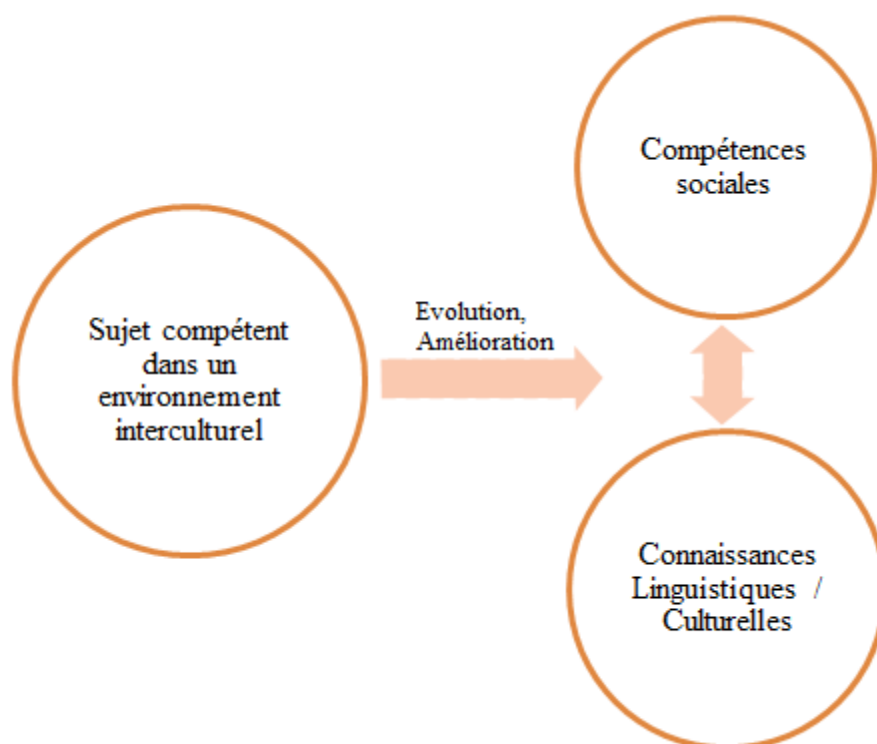


588

Le schéma ci-dessus prend pour point d'origine un individu aux compétences sociales acquises, mais l'on pourrait cependant tout autant se focaliser en premier lieu sur l'étude d'un sujet dans un milieu interculturel et s'interroger sur sa capacité à améliorer ses connaissances culturelles et linguistiques grâce à cet environnement singulier et ses contacts avec la culture et la langue de l'*Autre*, ainsi que sur l'acquisition ou l'amélioration de ses compétences sociales, tout aussi utiles dans des milieux « monoculturels », nationaux. Cependant, ce système d'acquisition ne se peut se présenter de manière linéaire comme l'est le précédent,

<sup>588</sup> [Schéma D.C.]

l'assimilation et l'amélioration de connaissances linguistiques et culturelles se faisant cette fois-ci de pair avec celles des compétences sociales.



589

Mais les deux schémas font ici référence à des cas idéaux, et ne prennent pas en compte la notion de conflit, qui, parce que la présente étude soutient l'hypothèse que toute rencontre interculturelle est dialectique, joue un rôle fondamental dans l'interculturel.

### ***Le conflit, élément indissociable de l'entreprise interculturelle ?***

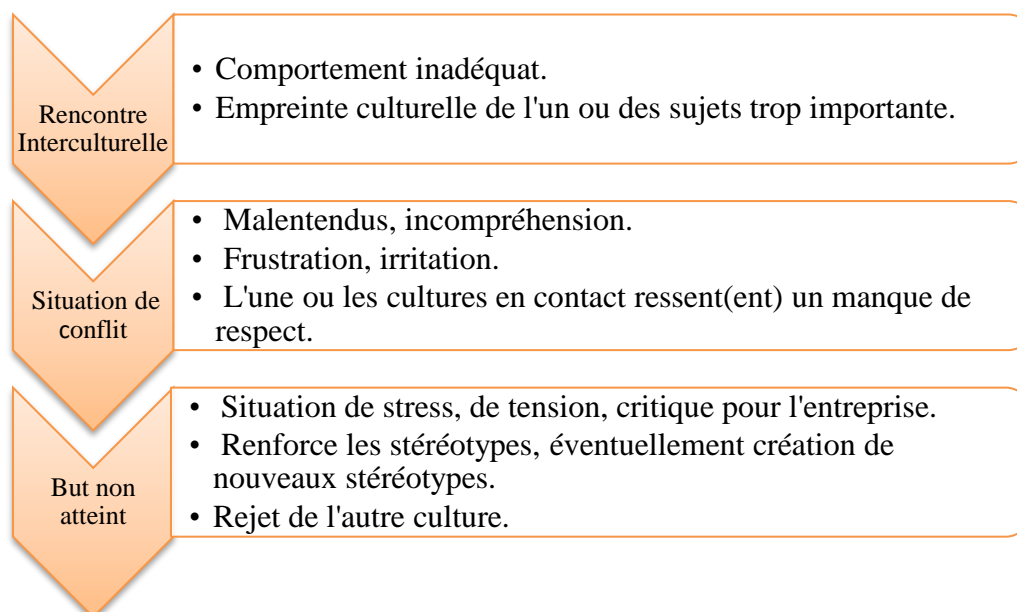
Malgré des compétences sociales convenables, ainsi qu'une bonne connaissance de la culture et de la langue de l'*Autre*, le regroupement de deux pays sous un même système entrepreneurial, qu'il soit de l'ordre de l'audiovisuel ou non, suscite des problématiques multiples, tant divers facteurs sociaux entrent en jeu. Les collaborateurs français et allemands, influencés par leurs traditions nationales respectives, ont des attentes spécifiques propres à leurs références.

---

<sup>589</sup> Idem.

Si l'on cherche à se détacher de toute posture fondée sur les stéréotypes, il est tout de même important d'avoir conscience que les stéréotypes ne surgissent pas de l'imaginaire d'un individu mais bien d'un *imaginaire collectif*, partagé, de *représentations sociales*. Ces jugements sont variables selon le système culturel qui les fait poindre. Le stéréotype est partagé à l'échelle du groupe, et peut mener à des conflits, mais il est tout aussi utile dans le cas d'analyse des comportements culturels. Dans le cadre des relations interculturelles, il est bon de connaître les préjugés et stéréotypes de sa culture d'appartenance pour mieux comprendre les réactions et les possibles attentes du porteur de l'autre culture. Il est tout autant instructif de connaître les grands stéréotypes de cette autre culture afin de mieux préparer la rencontre, à condition que la connaissance de ces préjugés ne devienne pas un facteur bloquant. Il s'agit là d'une compétence interculturelle : être au fait des grandes variables d'une culture, des dimensions culturelles la caractérisant, être conscient des différences que cela implique d'un point de vue social et relationnel, sans la rejeter.

La rencontre interculturelle peut être synonyme de conflits, de tension, associée à une menace identitaire, une crainte de domination d'une culture sur l'autre, ou encore se révéler chaotique à cause de stéréotypes trop ancrés. L'on a pu relever quelques-uns de ces moments de tension au cours du chapitre dédié à la genèse de la chaîne. Si, à l'heure actuelle, le développement des parcours universitaires proposant des formations à l'interculturel, ainsi que l'essor du numérique ont permis un accroissement des connaissances entre cultures, l'occurrence de malentendus demeure notable. Tout processus d'échange communicationnel, qu'il soit interculturel ou non, se caractérise par des phases de décryptage, d'interprétations, imprégnées par le porteur de culture engagé dans l'échange. En cas de malentendu, ou de conflit, l'échange peut être voué à l'échec. Plus grave encore, les malentendus peuvent renforcer ensuite les stéréotypes. Un modèle de déroulement de rencontre interculturelle non fructueuse peut-être proposé à partir de ces hypothèses théoriques.



590

Ce modèle, schéma catastrophique pour toute entreprise multiculturelle, peut sembler extrême, mais demeure envisageable si les sujets en contact disposent de références culturelles très éloignées. Ce cas de figure n'est que peu probable chez ARTE, puisque les employés disposent pour la plupart de compétences interculturelles et/ou linguistiques avant même leur intégration dans l'entreprise, dont ils connaissent de surcroît les grands objectifs. Dans toute situation, et donc dans toute entreprise interculturelle, l'influence du cadre instauré, du contexte, est majeure, ce qui nous a d'ailleurs conduit à établir la stratification décrite en introduction de cet axe.

Le cadre instauré par ARTE est unique, et offre un rapport à l'interculturel très particulier, puisque les acteurs du projet le vivent autant qu'ils cherchent à le faire rayonner par le biais de leur programmation. Il semble donc tout à fait cohérent que les sujets impliqués dans les échanges interculturels puissent développer une stratégie d'évitement du conflit. Cependant, quelques frictions inhérentes au management interculturel restent bien présentes. Christoph Barmeyer<sup>591</sup> a recours au terme d'« incident critique »<sup>592</sup> pour évoquer les conflits, les « interférences » dans la situation communicationnelle. Ainsi, il y a « incident critique » lorsque l'une des cultures se sent humiliée, incomprise, dominée par l'autre, et cela que ce soit volontaire ou non de la part du responsable de cette situation. À l'inverse, si la rencontre

<sup>590</sup> Idem.

<sup>591</sup> Barmeyer, Christoph. *Management interculturel et styles d'apprentissage: étudiants et dirigeants en France, en Allemagne et au Québec*. Québec: Presses de l'Université Laval, 2007.

<sup>592</sup> Un terme qu'il emprunte à Albert W. Wight. *The Critical Incident as a Training Tool*, 1995.

entraîne des remises en question et résultantes positives, le professeur emprunte le terme de « synergie ». Deux termes que l'on peut, dans une certaine mesure, rapprocher des notions d'interculturel dynamique ou statique que nous avons choisi d'utiliser, l'interculturel dynamique étant assimilable aux synergies, l'interculturel statique aux incidents critiques.

Le management interculturel est relatif aux différences et points communs culturels de membres de sociétés différentes dans les entreprises opérant au niveau international, qui apparaissent dans le cadre d'interactions. Ces différences et ces points communs concernent aussi bien le niveau interne de l'entreprise (organisations de l'entreprise, gestion des ressources humaines) qu'externe (distribution, marketing) et se manifestent dans les modèles de perception et affectifs, les modes de pensée et les méthodes de travail. Si les différences culturelles ont une influence positive, elles peuvent déclencher des « effets synergiques » ; dans le cas contraire et si cela conduit à des malentendus d'origine culturelle, il s'agit des « incidents critique. »<sup>593</sup>

Au sujet du conflit, du choc culturel, Gérard Marandon<sup>594</sup> applique le terme de « rupture culturelle »<sup>595</sup>, qui nous semble tout à fait représentatif de l'une des récurrences dans toute situation interculturelle qu'est la phase de reconnaissance de l'*Autre*, parfois source de discorde, souvent source d'interrogation, ou de surprise, mais qui ne doit cependant pas fragiliser les rapports entre cultures, encore moins dans le cadre d'une rencontre dans un contexte de collaboration professionnelle. Gérard Marandon propose une définition de la situation interculturelle fondée sur un principe d'*opposition* des cultures.

Il y a situation interculturelle dès que les personnes ou les groupes en présence ne partagent pas les mêmes univers de significations et les mêmes formes d'expression de ces significations, ces écarts pouvant faire obstacle à la communication.<sup>596</sup>

---

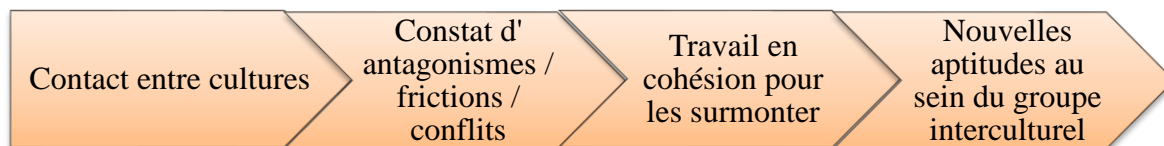
<sup>593</sup> Barmeyer, Christoph *Management interculturel et styles d'apprentissage: étudiants et dirigeants en France, en Allemagne et au Québec*. Québec: Presses de l'Université Laval, 2007, pages 58-59.

<sup>594</sup> Marandon, Gérard. Revista CIDOB d'Afers Internacionals, « Au-delà de l'empathie, cultiver la confiance : clés pour la rencontre interculturelle ». Fundacio CIDOB, mai-juin 2013.

<sup>595</sup> Ibid, consulté le 10 février 2018. <http://docplayer.fr/16393855-Au-dela-de-l-empathie-cultiver-la-confiance-cles-pour-la-rencontre-interculturelle.html>.

<sup>596</sup> Ibid.

L'apprentissage interculturel peut ainsi se fonder sur ce principe d'observation des différences et probables incompatibilités, leur dépassement favorisant ensuite la collaboration, et offrant de nouvelles aptitudes aux sujets en contact.



597

Un principe que l'on pourrait nommer « principe de reconnaissance des variables culturelles », et que l'on peut rapprocher des théories de Hofstede, qui a proposé une large étude dont en découle l'instauration de *dimensions culturelles*. En attribuant aux cultures des indices chiffrés sur chacune des dimensions culturelles établies, les rencontres interculturelles, le management interculturel, peuvent être pensés en amont ; les malentendus s'en voient plus aisément prédis, compris et donc solutionnés. La résolution des *critical incidents* semble être facilitée par l'apprentissage des variables culturelles de sujets partageant un même système entrepreneurial, et favorise l'acquisition de compétences interculturelles.

### ***Les apports de Hofstede, quelques précisions.***

*La réunification du continent n'a pas entraîné de réunification culturelle.*<sup>598</sup>

L'on associe, dans les paragraphes à suivre, culture et conduites humaines, une relation de cause à effet particulièrement perceptible dans la sphère entrepreneuriale. Outre le comportement des sujets, leurs représentations collectives, la structure même des organisations varie d'une culture à l'autre. À titre d'exemple, et selon le Laboratoire d'Économie et de Sociologie du Travail, l'on compte plus de cadres en France, plus d'ouvriers en Allemagne. À partir des théories de Hall, Hofstede, Trompenaars et Hampden-Turner, esquissées dans l'axe précédent du présent écrit, ont pu être établis différents postulats relatifs aux risques de difficultés et conflits entre Français et Allemands sous un même système entrepreneurial, et donc ces mêmes sujets en contact chez ARTE. Les entretiens

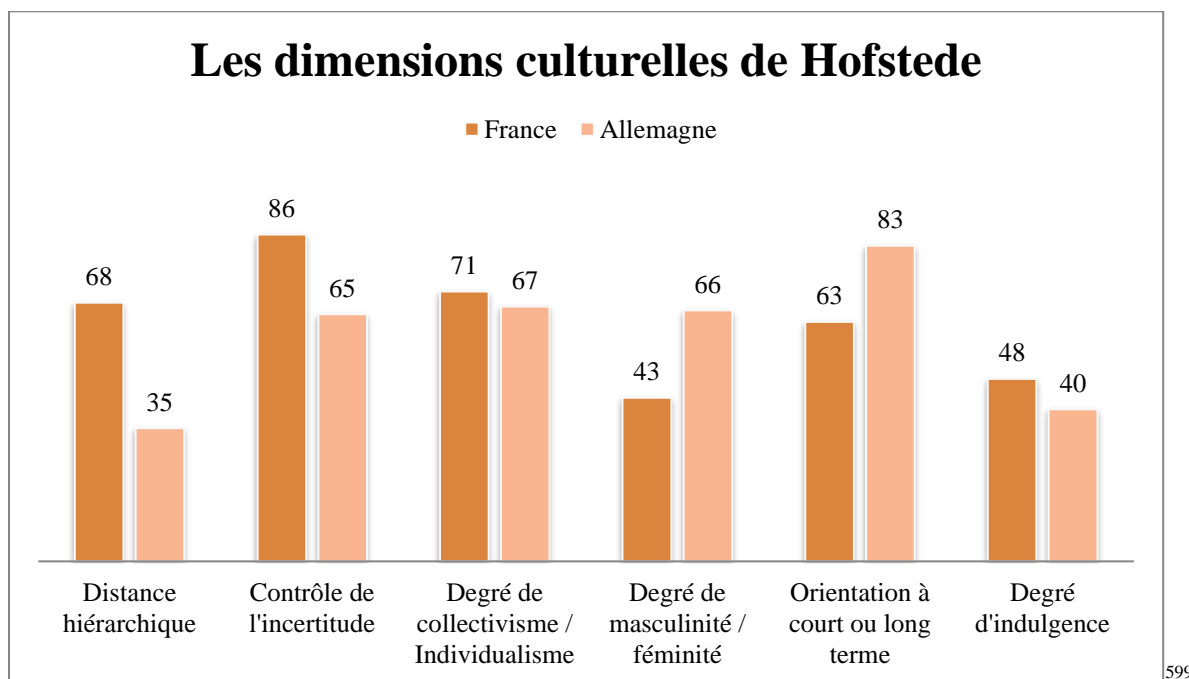
<sup>597</sup> L'acquisition de nouvelles compétences par le contact des cultures, comprenant la notion de conflit. [Schéma D.C.]

<sup>598</sup> Clément, Jérôme. *L'urgence culturelle*. Paris: Bernard Grasset, 2016, page 177.



semi-directifs avaient pour but de constater si ces difficultés étaient liées ou non par les interlocuteurs.

Comme décrit dans le chapitre théorique, les chercheurs mentionnés distinguent différents champs de différenciation culturelle, différentes dimensions culturelles, qui permettent de mieux appréhender et vivre l'interculturel, de mieux comprendre certaines situations de litiges. Ces théories, applicables au management interculturel, sont d'un apport considérable. Chaque culture dispose ainsi de rapports divergents au temps, à l'espace, à l'humour, aux émotions, aux règles et aux lois, à l'argent, au pouvoir et encore à la hiérarchie. Plus les écarts d'une civilisation à une autre sont importants, plus la collaboration au sein d'un groupement commun semble mériter des ajustements. Selon Hofstede, la culture nationale influence la culture d'entreprise. Bien que cette étude puisse être critiquée en certains points, les indices chiffrés du chercheur ont servi de fondements à notre réflexion. Il paraît ainsi pertinent de les communiquer ici sous forme de graphique récapitulatif, afin d'observer dans quelles dimensions culturelles Français et Allemands semblent diverger le plus. Une fois les grands écarts relevés, nous avons pu nous rendre dans les locaux de la chaîne pour en constater la véracité et les effets concrets.



<sup>599</sup> Graphique établi à partir des données communiquées dans l'ouvrage suivant : Bollinger D., Hofstede G. *Les différences culturelles dans le management*, Les éditions d'organisation, Paris, 1987. Les valeurs des deux derniers degrés, l'orientation à court ou long terme, et le degré d'indulgence, ont été prélevées en ligne à l'adresse suivante <https://www.hofstede-insights.com>.

Plutôt que de s'en tenir à une simple comparaison, l'étude de ce graphique doit permettre d'établir des cadres de référence et d'orientation, de diriger le regard du chercheur sur les divers codes culturels des Français et des Allemands ayant une véritable influence sur la communication interculturelle, et donc, de fait, la constitution d'un *dialogue interculturel*, qui constitue le cœur de notre seconde strate. Les grands antagonismes décrits entre Français et Allemands dans la suite de ces travaux ont pour but non pas d'établir une comparaison subjective mais de faire figure d'outils de résolution de conflits.

Parmi les divergences notoires, l'on constate que celles dérivant de l'antagonisme centralisme/fédéralisme demeurent prépondérantes, tant celui-ci influe les systèmes managériaux, et en particulier l'indice de distance au pouvoir imaginé par Hofstede. En France, les entreprises sont de tradition organisées selon une structuration pyramidale, avec une hiérarchisation forte. En Allemagne, le fédéralisme prime, et le système organisationnel des sociétés le démontre. Les figures d'autorité ont moins de pouvoir, et appellent à plus de d'engagement participatif de la part de leurs employés. Afin de rester efficaces, les Allemands ont tendance à mieux agencer, mieux planifier les tâches à effectuer. Alors qu'en Allemagne, les organismes se posent plutôt la question des fonctions exactes de chacun ; quelles sont les tâches à effectuer ? Par qui ? La France fait prévaloir la question de l'autorité ; qui a autorité sur qui ? Ce système hiérarchisant est bien plus ancré dans les entreprises françaises qu'allemandes, en témoigne une terminologie largement adoptée et utilisée par tous les Français en milieu professionnel, qui parleront de « cadres », « cadres supérieurs », de « N+1 » et « N+2 ».

Le degré de distance hiérarchique, qui correspond au rapport qu'entretiennent les individus d'une société au pouvoir, ainsi que leur niveau d'adhésion à quelques inégalités de partage de ce pouvoir, est le degré le plus inégal entre les deux pays au centre de notre étude.<sup>600</sup> La distance culturelle étant forte, avec un écart de 33 points sur une échelle de 0 à 110, il semble raisonné d'imaginer que Français et Allemands auront quelques difficultés à s'accorder sur ce sujet. En théorie, les managers français prennent ainsi facilement leurs décisions sans consulter leurs subordonnés. Ces derniers attendent de recevoir des ordres plutôt que d'être

---

La signification de chacun des degrés représenté sur ce graphique a été traitée dans notre chapitre théorique voir page 99 et suivantes.

<sup>600</sup> « La distance hiérarchique est précisément la perception du degré d'inégalité du pouvoir entre celui qui détient le pouvoir et celui qui y est soumis » dans Bollinger, D, Hofstede G. *Les Différences culturelles dans le management*, Les Editions de l'Organisation, 1987, p.83.

force de proposition, d'avoir des initiatives. À l'inverse en Allemagne, là où le degré de distance au pouvoir est plus faible, l'expérience des subordonnés a plus d'importance. Les relations entre subordonnés et supérieurs sont plus pragmatiques et dans la réciprocité, chacun pouvant apporter à l'autre. Afin d'élaborer son index de distance hiérarchique, Hofstede a soumis des questions fondées sur la perception du style d'autorité attendu par les interrogés. Le management « à l'allemande » est plus participatif, horizontal, basé sur le consensus. Les employés développeraient alors un sentiment d'appartenance plus fort à l'entreprise, avec une réelle implication, mais aussi un besoin de temps plus important dans la prise de décision, cette dernière devant être soumise à l'ensemble des personnes concernées, supérieurs hiérarchiques comme subordonnés. Le management « à la française » est décrit comme plus autoritaire, direct et directif. Ainsi, en France, un bon manager est un manager capable de prendre des décisions seul. Les rapports entre collaborateurs de hiérarchie inégale sont plus distants. Les Français auraient donc tendance à prendre des décisions plus rapidement que les Allemands, avec cependant une tendance au retour en arrière que les Allemands connaissent moins, puisque la décision a été plus longuement discutée avant d'être adoptée. Le « *Wir-Gefühl* »<sup>601</sup> serait donc plus exacerbé en Allemagne, mais n'oublions pas que les entreprises françaises actuelles travaillent désormais à intensifier le bon relationnel, le sentiment d'appartenance à un groupe, et que le management en devient de fait plus souple et horizontal que lorsque l'étude d'Hofstede a été menée. Si la France conserve quelques éléments de tradition pyramidale, son management est de plus en plus démocratique, et s'éloigne du « leadership autoritaire »<sup>602</sup> qui lui est attribué, au profit de plus de participatif, d'une volonté de développer des relations de confiance.

Le degré de masculinité révèle lui aussi un décalage notable, avec une différence de 23 points d'un pays à l'autre. Cette dimension, évaluée de 0 à 100, place l'Allemagne dans les dix premières nations « masculines » de l'étude, alors que la France est considérée comme société « féminine ». En entreprise, l'on relève quelques différences claires, telles qu'une volonté de résultats prononcée, une grande priorité donnée au travail, un salaire plus élevé, moins de place laissée aux activités annexes et loisirs du côté des sociétés masculines, à l'inverse des sociétés féminines qui laissent plus de place à l'esthétisme – une notion à mettre en opposition

---

<sup>601</sup> Que l'on pourrait traduire par « sentiment d'appartenance à une communauté ».

<sup>602</sup> Terme emprunté à Kurt Lewin et ses travaux menés dans les années 1940 sur le leadership. Voir à ce sujet l'article *Frontiers in Group Dynamics: Concept, Method and Reality in Social Science; Social Equilibria and Social Change* publié en juin 1947, ou encore Ralph K. White et Ronald Lippitt *Autocracy and Democracy: An Experimental inquiry*, Harper & Brothers: New York, 1960, ouvrage publié par ses collaborateurs.

avec le pratique, le fonctionnel, un esthétisme qu'une société dite masculine aura tendance à considérer comme de la superficialité – une meilleure qualité de vie sur le lieu de travail. Il est intéressant de noter que le fait que l'Allemagne obtienne un score élevé de masculinité pour un degré plus faible de distance hiérarchique, à l'inverse de la France qui atteint un score élevé de distance hiérarchique en étant considérée comme société « féminine » rééquilibre en certains points les divergences. En effet, l'Allemagne, en tant que société à faible distance au pouvoir, développerait théoriquement un management horizontal, fondé sur le consensus. Cependant, en tant que société masculine, puisqu'elle privilégie le résultat, un management ferme se développera, le travail individuel sera valorisé dans certains cas précis, et les directives seront promulguées de manière très directe. La France, avec sa forte distance hiérarchique, laisse aux cadres les « pleins pouvoirs », ces derniers dirigent leurs subordonnés avec fermeté et en prenant leurs décisions seuls. Cependant, les sociétés féminines privilégiant les rapports humains aux rapports strictement professionnels, l'on tendra dans certains cas à adopter la voie du consensus, de la collaboration. Les Français seront moins bureaucratiques et useront d'un langage plus ornemental que les Allemands. En somme, l'on peut conclure que ces deux dimensions culturelles que sont le degré de distance hiérarchique et le degré de masculinité se compensent dans une certaine mesure. Si les indices chiffrés sont effectivement divergents, ils s'équilibrent finalement, et ne témoignent pas d'une insurmontable incompatibilité entre cultures françaises et allemandes de ce point de vue.

Les indices de contrôle de l'incertitude et de l'orientation à court ou long terme obtiennent une amplitude similaire, de respectivement 21 et 20 points. Le contrôle de l'incertitude, qui « mesure le degré de tolérance qu'une culture peut accepter face à l'inquiétude provoquée par des événements futurs »<sup>603</sup> est ainsi plus élevé en France qu'en Allemagne. Cette dimension, établie sur une échelle de 0 à 120, indique de manière croissante les capacités de gestion de l'inconnu, et « si la tolérance est faible, le contrôle est fort, et vice-versa. »<sup>604</sup> Les index ont été déterminés à partir d'une série de questions traitant de l'anxiété au travail, du stress généré par les tâches à accomplir et les règles de l'entreprise. Dans ce cas, et malgré les quelques points de différences, les deux nations sont considérées comme étant des nations à contexte fort, elles chercheront donc toutes deux à créer des situations sécurisantes ; avec un besoin de règles structurantes notamment concernant le management. L'Allemagne, qui obtient un

---

<sup>603</sup> Bollinger D., Hofstede G. *Les différences culturelles dans le management*, Les éditions d'organisation, Paris, 1987, p.103.

<sup>604</sup> Ibid.

indice plus faible, démontre tout de même un fort besoin de cadres, une nette préférence pour la réflexion, les décisions ne sont pas prises sans avoir consulté l'ensemble des personnes concernées, ni sans avoir évalué les diverses alternatives. Concernant l'orientation à court ou long terme, l'Allemagne obtient le score le plus élevé, et ce finalement plutôt logiquement. Puisque les individus évoluant dans ce type de société développent une stratégie d'évitement de l'incertitude, ces derniers organisent, planifient bien mieux les tâches à accomplir, ce qui rejoint le besoin de structuration qui se développe dans les sociétés à indice fort de contrôle de l'incertitude.

Concernant le degré de collectivisme et d'individualisme, évalué à partir de questionnaires sur le bien-être dans le cercle professionnel et familial, sur les conditions de travail ou encore le partage du temps entre vie professionnelle et vie privée, notons que France et Allemagne n'obtiennent des scores que légèrement différents. Les deux États tendent à l'individualisme ; les buts personnels, le rapport à l'individu dans le groupe, les intérêts personnels sont plus exacerbés que les intérêts du groupe. À l'instar du degré de collectivisme, le degré d'indulgence ne souligne pas de divergence majeure entre la France et l'Allemagne.

Les langues de commerce et de travail sont le français et/ou l'allemand. Le Comité de gérance détermine, le cas échéant, les documents qui doivent être produits dans les deux langues. Le personnel du Groupement est laissé libre de s'exprimer oralement et par écrit en français ou en allemand. Le Groupement s'engage à procurer au personnel la formation nécessaire à la compréhension des deux langues ; ceci vaut également pour les membres du Groupement et leurs personnels.<sup>605</sup>

Si l'apprentissage de la langue fait figure d'outil de décodage efficace, en témoigne cet article tiré du Contrat de Formation de la chaîne culturelle européenne, l'on prend conscience grâce à l'étude proposée par Hofstede que l'échange interculturel est plus complexe, que la question de la langue ne permet qu'un échange de données, et reste superficielle. Pour qu'il puisse y avoir une réelle collaboration interculturelle, les individus en contact, porteurs de cultures diverses, doivent être en mesure de saisir tout un ensemble de « non-dits ».

Il n'existe par ailleurs aucun lien de proportionnalité ni de causalité entre la distance géographique et l'écart entre les dimensions interculturelles. Politiquement et historiquement, France et Allemagne partagent un passé commun du fait de leur proximité, mais leurs grandes

---

<sup>605</sup> Article 3.4 du Contrat de Formation signé le 30 avril 1991, mis à jour le 21 juin 2006.

variables culturelles persistent. L'analyse des scores obtenus par chacun des deux pays démontre cependant que ces derniers sont loin d'être incompatibles dans l'interculturel. En observant les index d'autres pays européens, l'on constate qu'il existe des duos bien plus complexes à former que le couple franco-allemand, et ce malgré une proximité géographique. Le Danemark par exemple dispose d'un degré de distance au pouvoir très faible, avec un écart de 50 points avec la France, un contrôle de l'incertitude lui aussi très faible, et se distance respectivement de 63 points avec la France, 42 avec l'Allemagne. La Pologne obtient un score égal à celui de la France avec 68 points, et 33 points d'écart avec l'Allemagne. S'il existe bien une confrontation des cultures entre la France et l'Allemagne, certains sujets mériteraient des formations interculturelles bien plus poussées afin de mettre sur pied d'autres entreprises bi- ou pluriculturelles. À l'échelle mondiale, les différences sont parfois bien plus marquées que celles relevées dans la présente étude.

Si les dimensions culturelles de Hofstede permettent de mieux cerner les différences culturelles, ces valeurs proposées demeurent cependant des variables, et ont été ponctuellement déterminées, et dans un système donné. Il est capital de préciser que d'autres facteurs sociaux sont à prendre en compte dans toute analyse culturelle, des facteurs propres à l'individu, sa personnalité, son histoire familiale et professionnelle par exemple. Si ces tendances ont permis de gloser en amont de l'enquête de terrain, nous avons pris soin de ne pas nous laisser influencer par ces résultats avant d'avoir mené notre propre analyse, et ces derniers nous ont surtout permis de mettre en place une méthodologie analytique, sans biaiser la réflexion, menée avec le plus d'objectivité possible. Cette étude conséquente permet de cerner de grandes « tendances culturelles », mais il serait erroné d'associer systématiquement et de manière irréversible des comportements à une nation spécifiquement.

L'utilisation de ces pôles présente l'avantage de mieux cerner et d'identifier des comportements conduisant [...] à des frustrations, des frictions, des conflits. Figurer les Allemands et les Français dans un pôle serait néanmoins une erreur grave. Les strates culturelles sont nombreuses et tout individu a toujours en lui en puissance la totalité de toutes conduites possibles.<sup>606</sup>

En explorant les théories de Hofstede, et à l'aide de ces indices chiffrés, l'on a tâché de mettre en exergue la « nécessité de connaître l'autre, d'accepter les différences et de comprendre les

---

<sup>606</sup> Pateau, Jacques. *Le Modèle franco-allemand*, Zielsprache Französisch, 1993, p.204.

modes de pensées du partenaire afin de ne pas commettre d'impairs et de s'adapter à ses raisonnements. »<sup>607</sup>

Dans le cas précis de la rencontre interculturelle se déroulant à Strasbourg, secteur principal de notre enquête de terrain, la majorité des employés semble en mesure de cerner les grandes variables culturelles justifiant certaines conduites et méthodes. De ce fait, outre un système propice à l'interculturel (*strate systémique*), les individus en contact semblent disposer des connaissances nécessaires pour interagir et concevoir ensemble une programmation culturelle et qualitative à portée européenne. L'analyse des indices qu'Hofstede attribue à chacune des dimensions culturelles françaises et allemandes tend cependant à corroborer notre théorie selon laquelle la chaîne fonctionne suivant un **principe d'évitement du conflit**. Il semblerait en effet que, concernant les modalités de dialogue entre les sujets de cultures allemande et française, deux grands principes priment chez ARTE ; le premier concerne le véritable **engagement** des employés de la chaîne, pour un grand nombre présents depuis sa création. Ces derniers ont de véritables convictions culturelles, une affinité pour la culture de l'*Autre*. Le second principe est celui du **consensus**, qui se profile comme mode de résolution de conflit principal. Les individus en interaction se montrent prêts à lâcher du lest pour atteindre leurs buts communs, sont conscients que la chaîne est porteuse de valeurs culturelles, européennes, interculturelles trop répandues pour être altérées par des mésententes internes. La rencontre interculturelle quotidienne entre employés français et allemands de la chaîne n'ayant lieu qu'à Strasbourg, et l'instance faisant figure, nous l'avons évoqué dans le chapitre précédent, d'instance « corrective » et d'« harmonisation » de ce système, l'enquête de terrain rapportée dans la partie à suivre ne se réfère en grande partie qu'à cet espace. Est toutefois mentionné l'Atelier de Recherche, qui se profile comme un étang un vivier d'interculturel dynamique et fécond.

#### **b) La Centrale de Strasbourg, chaudron d'interculturalité.**

[...] la structure d'ARTE elle-même, est du domaine de la confrontation permanente, l'équipe franco-allemande à Strasbourg est un lieu de confrontations permanentes.<sup>608</sup>

---

<sup>607</sup> Livian, Yves Frédéric. *Le Concept de Compétences Interculturelles est-il un concept utile ?* Gérer et Comprendre, mars 2012, p.88.

<sup>608</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018 à Paris.

Afin de mieux cerner les modalités de mise en place d'un *dialogue interculturel* dans les locaux strasbourgeois de la chaîne, fondamental afin de prétendre être capable de promouvoir le rapprochement des peuples et constituer une forme de discours interculturel, nous avons opté pour une enquête de terrain visant à apprécier et interpréter le quotidien interculturel des individus en contact chez ARTE. D'un point de vue strictement méthodologique, nos choix se sont portés sur l'observation périphérique, enrichie par des entretiens semi-directifs. Une grille de questions a été préalablement établie pour l'ensemble des interviews, parfois légèrement modifiée selon le poste occupé par nos interlocuteurs. Nos entretiens se sont affinés au cours de l'avancée des recherches, et ciblaient plus particulièrement la problématique de la communication interculturelle. Au sujet des études menées sur la communication interculturelle et le management d'ARTE, quelques références méritent d'être citées. Christoph Barmeyer et Eric Davoine<sup>609</sup> ont ainsi publié une étude axée sur l'acquisition de nouvelles compétences issues des interactions interculturelles, en prenant pour objet d'étude la centrale de Strasbourg, qu'ils nomment « laboratoire d'interculturalité. » Birgit Gabriel, actuellement directrice de la production au siège de la chaîne, a publié un mémoire au sujet des effets synergiques de la rencontre interculturelle chez ARTE, publication d'août 2018 faisant suite à une large étude quantitative.<sup>610</sup> Ces travaux étant particulièrement récents, et l'entièreté de notre recherche ne portant pas uniquement sur la question du management interculturel, nous n'avons pas souhaité mener d'étude quantitative. Notre enquête de terrain et nos interviews seront des outils d'appui et de citation à nos propos, permettant de mieux comprendre la mise en place de l'interculturel télévisuel, ses grands enjeux et problématiques, et de mieux explorer la deuxième strate que nous avons déterminée qu'est la strate du dialogue. Les conclusions de Birgit Gabriel rejoignent en partie nos suppositions et hypothèses, et l'interview qu'elle nous a accordée nous a permis d'élargir notre réflexion. Sa transcription est disponible dans sa totalité en annexe de la thèse.

Nos observations à Strasbourg ont largement participé à l'exploration de cette seconde *strate environnementale*, dialogique et dialectique, et offrent de multiples réponses concernant l'harmonisation des effectifs français et allemands, la mise en place d'un dialogue que nous pouvons qualifier de fonctionnel, légitimant ensuite le rôle de la chaîne et l'édification d'un

---

<sup>609</sup> Barmeyer Christoph, et Davoine, Eric. *Le développement collectif de compétences interculturelles dans le contexte d'une organisation binationale : le cas d'ARTE*, Gérer et Comprendre, mars 2012, n°107.

<sup>610</sup> Gabriel, B. & Jansen, L.J. (2019). Ermittlung der wahrgenommenen Einflussfaktoren auf interkulturelle Synergie beim europäischen Kulturkanal ARTE. In M. Clasen, C. Hoffmann, H. Kolrep-Rometsch & R. Freytag (Hrsg.), *Abstracts – 23. Fachtagung der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs)* – (S. 194-195). Lengerich: Pabst



discours interculturel – que nous traitons dans le chapitre suivant et qui constitue selon notre méthodologie la troisième strate de l’interculturel télévisuel. Lors de nos rencontres et investigations, nous avons tâché de discerner quels conflits et inégalités persistent entre ces employés de cultures et de nationalités différentes, afin de pouvoir proposer des axes d’amélioration, d’optimisation de ce dialogue interculturel. Les individus en contact chez ARTE ont le privilège d’évoluer quotidiennement dans un contexte a priori favorable à un *interculturel dynamique*, mais quelques *anomalies* semblent subsister. Avant même de nous rendre dans les locaux, une première particularité retenait notre attention. Le siège de la chaîne franco-allemande, qui plus est développée à partir d’un embryon de cette société d’édition de programmes franco-français qu’était La SEPT, se situe à Strasbourg, certes hautement européenne symboliquement, mais bien sur territoire français, ce qui soulève plusieurs interrogations majeures pour tout employé allemand, alors contraint de s’adapter, tel un travailleur expatrié, à la juridiction française. Une interrogation totalement inexistante pour les employés français de la chaîne. Notre observation de terrain a débuté suite au postulat suivant : pourquoi une entreprise soi-disant interculturelle a-t-elle érigé son siège en territoire français ? Comment les Allemands se sont-ils « greffés » sur le projet ARTE ? Cette problématique a été discutée lors de nos interviews. Une seconde interrogation a rapidement fait jour lors de nos recherches. Dès les premiers entretiens accordés par certains représentants de la chaîne, le consensus nous était présenté comme mode de résolution de conflits. Les interviews plus tardives allaient elles aussi en ce sens, et nous avons pu le constater lors de nos phases d’observation à Strasbourg. Cependant, cette « attitude consensuelle » fait poindre plusieurs interrogations : le consensus est-il réciproque ? Réparti de manière égale ? Une culture n’est-elle pas plus consensuelle qu’une autre ? Une réponse positive à cette dernière question aurait une conséquence majeure, et, selon nous, assez néfaste, celle de la domination, plus ou moins directe, plus ou moins nuisible, d’une culture sur l’autre.

Nous retenons de notre analyse de terrain que si la chaîne s’est donnée pour mission de participer au rapprochement des peuples d’Europe, elle œuvre également, et ce chaque jour, au rapprochement franco-allemand. À elle seule, la Centrale fait figure de terrain de recherche, de mine d’or de l’interculturel, tant l’ensemble des grandes situations théoriques peuvent y être observées.

On travaille bien sûr dans un grand calme, d’autant plus que nous sommes maintenant un grand paquebot qui existe depuis plus de vingt-cinq ans. Mais tous les conflits, tous les

clichés, toutes les confrontations imaginables entre Français et Allemands ont eu lieu, ainsi qu'avec les Autrichiens, les Suisses, les Belges ou les Grecs, qui font aussi partie des membres de notre équipe. Nous avons tout eu, et c'est normal ! Les querelles sont très rarement violentes, mais tous les clichés partent d'un noyau réel. Les clichés expliquent des phénomènes plus complexes mais existent bien. Tout ce qui est disciplinés, ordonnés, ponctuels des Allemands, tout le côté fantaisistes, « va-t'en guerre » des Français, ou encore ce fameux « d'abord on tente ensuite on voit si ça tient la route », tout cela existe réellement, et aussi dans les membres de cette rédaction.<sup>611</sup>

Les différents modes de résolution de conflits adoptés, parfois intuitivement, ainsi que le compte rendu du mode de fonctionnement de la chaîne, même s'ils méritent quelques ajustements, peuvent servir de modèle à nombre d'entreprises binationales, tant ils semblent efficaces. Il est cependant impératif de noter que la clé de la réussite de cette entreprise est aussi sa mission si particulière, porteuse de valeurs (inter-)culturelles. Les sujets engagés dans le projet font ainsi preuve d'un réel investissement culturel, européen, et disposent avant même leur entrée dans la chaîne d'une curiosité pour l'*Autre*, et bien souvent des compétences linguistiques associées, ce qui favorise la rencontre interculturelle et diminue les probabilités de conflits irrésolubles. Les employés de la chaîne semblent s'être identifiés aux missions et objectifs d'ARTE, et donc au groupe ARTE. La cohésion franco-allemande n'en est que plus forte. L'ensemble des employés de la chaîne est d'une part tout à fait prédisposé à la rencontre interculturelle, d'autre part prêt à accepter les possibles heurts culturels, et les dépasser pour mener à bien leur mission, nous y reviendrons.

Cela a pris beaucoup de temps pour que tout cela s'harmonise, mais la plupart des Allemands comme des Français ont joué le jeu. Ils ont vite compris, en tout cas la majorité d'entre eux, qu'au-delà des problèmes de boutique et de pouvoir, l'enjeu les dépassait et qu'ils avaient une immense responsabilité historique.<sup>612</sup>

Sans pour autant dresser un tableau négatif au sujet du dialogue interculturel institué à Strasbourg, nous avons porté notre regard en particulier sur les interactions dites « critiques ». Une étude des synergies interculturelles ayant été menée il y a peu par Birgit Gabriel, et notre souhait étant – sans la moindre prétention mais de manière objective – de proposer quelques orientations différentes de celles adoptées par la chaîne pour renforcer ce que nous avons

---

<sup>611</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>612</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

désigné comme étant la strate du dialogue interculturel, nous avons fait le choix de partir de l'hypothèse que toute situation interculturelle est dialectique, et en concentrant ainsi notre enquête de terrain sur les modes de résolution de conflits et la notion de consensus. Nous avons ainsi tâché de relever quelques points de tension ou autres facteurs d'un sentiment d'inégalité entre les deux cultures. Figurent ainsi au centre de nos observations les rapports concrets entre employés d'ARTE plutôt que les méthodes de management et l'analyse précise des modes de gestion, puisque s'est développé en France un type de management plus collaboratif qu'il ne l'était, et qui se rapproche en certains points du management « à l'allemande », avec une multiplication des activités de groupe, la plus large prise en compte des avis de chacun, plus de salles dédiées au repos ou activités externes à celles de l'entreprise. Les mentalités ont évolué, tout comme les styles de management, mais d'autres composantes semblent tout de même immuables. La distribution des tâches par les Français demeure floue pour les Allemands, les informations circulent de manière moins officielle, parfois simplement lors de discussions de couloir, devant la machine à café. Le système de hiérarchisation reste moins perceptible dans cette Allemagne encourageant plus les compétences que les diplômes. Certains jeunes cadres français, issus des hautes écoles, seront par ailleurs perçus comme arrogants ou illégitimes par des Allemands influencés par une tradition d'expérience, d'expertise. Un cadre allemand aura d'ordinaire gravi patiemment les échelons, ne peut pas atteindre un tel poste en sortant de l'école, quand bien même spécialisée. Le système allemand prône la cohésion, le participatif, avec une grande spécialisation de chacun, et le besoin de sectionner les tâches avant une mise en commun.

Il est évident que l'appartenance à telle ou telle culture modifie les approches dans le secteur professionnel, et donc les méthodes de travail. Aux Allemands préférant programmer sur le long terme s'opposent des Français prêts à lancer un projet sans en évaluer la portée, et peut-être l'avorter pour des raisons techniques, humaines ou budgétaires. Les deux approches ont leurs avantages comme leurs inconvénients. Les Allemands bâtissent des projets solides, les Français sont force de création et d'expérimentation, plus enclins aux imprévus. Les Allemands sont très compétents dans leurs domaines, mais éprouvent des difficultés lorsqu'il s'agit de travailler de manière transversale, ces derniers ne préférant pas se prononcer s'ils ne s'estiment pas assez compétents ou qualifiés hors de leur zone de confort. Le système de gestion allemand permet d'avoir des employés compétents dans des domaines précis, d'éliminer au maximum les imprévus, les aléas, ce qui corrobore la valeur de contrôle de l'incertitude établie par Hofstede. L'on relève donc des difficultés à gérer des éléments

aléatoires ou inattendus. Ces différences managériales et de méthodes sont d'ailleurs perceptibles lexicalement. Le verbe *abstimmen*<sup>613</sup> en est un exemple fameux, puisqu'il sous-entend que tous les concernés ont donné leur avis avant la prise de décision, une nuance que le verbe français *voter* ne possède pas. Le rapport à la hiérarchie se reflète lui aussi à travers une simple étude lexicale. Les racines latines du terme français de « patron », *pater*, renvoient à une image paternelle, et donc à la fois rassurante et autoritaire, dont l'ancrage dans les mœurs français est très profond, et qui ne trouve pas de réel équivalent en langue allemande.

La conscience professionnelle est intimement liée à la culture de chacun, Jean-Michel Utard utilise d'ailleurs, et ce à juste titre, le terme de « culture professionnelle. »<sup>614</sup> Une culture professionnelle fondée sur des facteurs sociaux et politiques, influençant la structure organisationnelle de chaque entreprise. Avec la création d'ARTE, entreprise télévisuelle binationale à ambition européenne, des équipes de télévision française et allemande que les traditions professionnelles séparent ont dû s'accorder sur une programmation commune, elle-même destinée à un public plus large.

Au sein même de la structure commune à Strasbourg, quelques divergences font surface, et l'emprise étatique sur la télévision française, qui déplaît tant aux Allemands, est loin d'être l'unique facteur d'irritation entre collaborateurs. Il semblerait que persistent des *incompatibilités professionnelles* entre Français et Allemands, bien que ces cultures professionnelles, parfois discordantes, témoignent aussi de l'originalité de la chaîne, et en font, nous l'évoquerons, l'identité profonde. La Centrale de Strasbourg, siège de l'administration et des négociations, accueillant la direction franco-allemande, est la sphère la plus propice aux *contacts* et *chocs culturels*. La Conférence des Programmes, dont nous avons décrit le rôle précédemment, en est l'un des exemples les plus évocateurs, puisqu'elle rassemble des représentants d'ARTE France, des deux chaînes publiques allemandes mais aussi quelques-uns des partenaires européens désireux d'y participer.

---

<sup>613</sup> Le verbe *stimmen*, utilisé seul, signifie que quelque chose est vrai, exact. Il peut en outre être utilisé dans un contexte de vote, ainsi qu'en musique, où il signifiera « accorder ». En langue allemande, le préverbe ou la « particule » est toujours porteur de signification, permet de nuancer, de préciser le sens d'un verbe. Ici, le « ab » précédent « stimmen » renvoie à cette idée d'évolution, de mouvement, de commencement et de fin propre au vote.

<sup>614</sup> Utard, Jean-Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational : étude d'un corpus franco-allemand*. Université Robert Schuman, (Strasbourg), 1997, page 19.

Une fois par mois se tient à Strasbourg la « Conférence des Programmes », rassemblant des responsables français, allemands et strasbourgeois.[...] Entre crises d'hystérie allemandes et accès de somnolence français (sans doute le jet-lag entre Paris et Strasbourg-Entzheim...) elles se résumaient principalement à des discussions du genre : « Si tu ne veux pas de mon programme, je n'accepte pas le tien ». Les Allemands y envoient des bureaucrates qui parlent français, les Français des technocrates et des gens de programmes qui ne parlent pas allemand.<sup>615</sup>

Il s'est produit une alchimie imprévisible à l'origine qui a conduit à une véritable symbiose, sans pour autant effacer les particularismes nationaux.<sup>616</sup>

Les responsables de ce grand projet européen sont parvenus, nous avons pu le démontrer via l'analyse structurelle et historique de la chaîne, à fonder une société sur les bases de la coopération. Les rapports entre ces collaborateurs de nationalités distinctes constituent l'un des vecteurs consubstantiel au bon fonctionnement de la chaîne, et si l'édification d'une grille de programme a pu être facteur de longues négociations, la coopération trouve ses origines bien en amont, dans la version la plus primaire des contacts entre acteurs d'une entreprise qui se doit d'être paritairement franco-allemande.

Les Allemands ne sont pas des Français qui parlent allemand, ce sont des gens différents de nous.<sup>617</sup>

Comment les contentieux, les heurs et autres occurrences conflictuelles ont-ils donc pu être évités, contournés, ou solutionnés ? Différentes stratégies ont été mises en place, souvent spontanément, et la chaîne semble fonctionner avant tout sur le mode de la diplomatie et du consensus entre ses acteurs, chacun développant des arguments forts en faveur d'une coalition, notamment concernant les choix éditoriaux, mais aussi au cœur du dialogue interpersonnel.

### ***Langue et communication interpersonnelle, indices de domination de la culture française ?***

---

<sup>615</sup> Démerin, Patrick. « Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ? » *Le Débat*, n° 120 (2002): 4-31. <https://doi.org/10.3917/deba.120.0004>.

<sup>616</sup> Clément, Jérôme. « Peut-il y avoir une (télé)vision franco-allemande ? » *Les cahiers de médiologie*, n°3 (1997) : 193-203. <http://doi.org/10.3917/cdm.003.0193>.

<sup>617</sup> Humblot, Catherine. « Arte, la télé-Maastricht au quotidien ». *Le Monde*, 19 février 1996. <http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news-19960219-LM-438028>.

Dès les origines de la constitution de la chaîne européenne, il semblerait qu'il existe une position de *tolérance* côté français, d'*acceptation* et d'*adaptation* côté allemand. Si la nuance entre les termes paraît ténue, elle souligne tout de même une position bien différente de l'une et de l'autre culture au sein du projet ARTE. Les réponses apportées par nos interlocuteurs semblent confirmer cette théorie.

Les Allemands qui travaillent à Strasbourg se sentent peut-être plus en situation d'expatriés que les Français par définition. Cela ne se sent pas trop dans les programmes parce qu'ils sont vraiment à égalité. Cela se sent peut-être plus dans les directions de la gestion – dont je m'occupe – où j'ai beaucoup moins d'Allemands. J'en ai à parité à la direction juridique, parce qu'il y a beaucoup de questions où nous avons besoin de spécialistes allemands, mais sur la direction des ressources humaines, sur la direction financière, j'ai beaucoup plus de Français. C'est un défi à ce moment pour les Allemands, qui sont ici moins à parité.<sup>618</sup>

Tous les Allemands ne se sentent pas pour autant travailleurs expatriés, à l'instar d'Annette Gerlach, qui se définit elle-même comme étant Européenne et non Française ou Allemande.

Cela dépend, certains viennent ici pour passer quelques années car ils sont envoyés par d'autres chaînes, alors ceux-là [peuvent se sentir expatriés] peut-être, mais il y a aussi des Allemands – comme moi – qui se sentent vraiment européens avant tout.<sup>619</sup>

Si ARTE joue sur la parité et l'alternance de la direction entre Français et Allemand, il existe tout de même des cas d'inégalités rapportés dans nos échanges. La parité et l'alternance de la direction sont primordiales dans le fonctionnement de la chaîne, mentionnées dans son Contrat de Formation, et sont probablement d'autant plus importantes pour le côté allemand, puisqu'en terres françaises.

Le principe de parité à la tête des services est très cher aux *Artésiens* : Tout le monde trouve extrêmement important – moi incluse – que les responsables et leurs adjoints, quand il y a adjoint, soient de nationalités différentes, car c'est enrichissant, car ça se complète et que c'est plus facile pour les équipes de pouvoir s'adresser à un(e) Allemand(e) et un(e) Français(e). Et, de mon expérience avec mon adjoint français :

---

<sup>618</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>619</sup> Annette Gerlach, journaliste et présentatrice, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

l'approche n'est pas la même, on est complémentaires dans l'approche managériale, quand on échange sur comment on va aborder un membre difficile de l'équipe par exemple. Les Français et les Allemands n'ont pas les mêmes idées, mais ensemble, on peut trouver des solutions qui sont peut-être plus pertinentes, il se constitue une troisième voie.<sup>620</sup>

Birgit Gabriel relevait à ce sujet de réelles différences lors des changements de présidence, ou dans certaines unités, car le directeur nommé, selon sa nationalité, aura plus de connaissances au sujet du paysage audiovisuel, de la concurrence et des attentes de son propre pays.

Ce qui s'est senti par le passé, c'est que les dirigeants français ont fait moins d'efforts pour apprendre l'allemand et pour devenir interculturellement compétents. Ils se sont quand même tous et toutes intéressés au paysage audiovisuel de l'autre pays mais on sentait en règle générale que l'intérêt était moins fort...et même le soir, les Français ne vont pas regarder la télévision allemande pour mieux la comprendre...la rotation est cyclique, tous les quatre ans, et ça se sent vraiment dans les équipes.<sup>621</sup>

L'extrait d'interview proposé ci-dessus démontre d'un part qu'il existe bien quelques variations au sein des équipes, dans les prises de décisions, selon que la présidence soit allemande ou française, mais aussi une position de relative domination d'une culture sur l'autre. Les collaborateurs Français n'estiment pas forcément être dans l'obligation de s'intéresser à la culture ou la langue de l'autre, et se positionnent parfois comme culture dominante, du fait du passé de la chaîne et de son implantation à Strasbourg.

Il y a plus d'Allemands qui parlent le français que de Français qui parlent l'allemand. Je pense qu'il y a encore cette idéologie en France selon laquelle le français est la belle langue mondiale, avec l'influence de la francophonie...et cela entre en combinaison avec tous ces gens qui pensent que ce n'est pas la peine d'apprendre l'autre langue, et qui ne connaissent pas le pays ou la culture. Cela a pu être conflictuel avec des collègues de Paris à ARTE France. T.G. était mon homologue aux documentaires, avec P.O. et les deux parlaient très bien l'allemand. A.H. a été nommé directeur de l'unité connaissance, et il ne parlait pas le français ; et bien il prend une fois par semaine des cours de français...<sup>622</sup>

---

<sup>620</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>621</sup> Birgit Gabriel, idem.

<sup>622</sup> Peter Gotschalk, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

Notons une autre différence tout aussi significative dans la recherche interculturelle ; la réflexion faite ici par notre interlocuteur allemand reflète plutôt de la *frustration*, voire même d'un ressenti néfaste dans la rencontre interculturelle, celui du *manque de respect* de la part de l'autre culture, de la culture dite « dominante ». Cette observation semble caractéristique d'un déséquilibre dans la relation interculturelle au sein de la chaîne, puisque nos interlocuteurs français nous ayant eux aussi rapporté cette différence dans le désir d'apprentissage de la langue allemande, l'on fait à titre purement anecdotique<sup>623</sup>, parfois sur le ton de l'amusement, sans le moindre mécontentement ni la moindre compassion pour les Allemands. Il semblerait donc qu'ils trouvent normal le fait qu'un Allemand soit dans l'obligation d'apprendre le français, sans réciprocité de la part des Français avec la langue allemande. Cette différence est de surcroît le reflet d'un paramètre culturel ; les Français, de par leur éducation, acceptent moins l'erreur et ont ainsi plus de difficultés à oser parler une langue étrangère tant qu'ils ne la maîtrisent pas totalement. À l'inverse, les Allemands se montrent plus curieux et redoutent moins la faute, ce qui peut en partie expliquer cette position adoptée à Strasbourg.

Et certains [Français] vont même vous répondre qu'ils n'ont pas besoin de parler allemand, parce que dans leur contexte ce n'est pas utile, parce que les Allemands parlent déjà français. Les Allemands ici à la Centrale parlent tous le français, parce qu'on est sur le sol français mais aussi parce qu'on a dû s'adapter à notre contexte professionnel où il y a aux étages techniques et de production des Français qui ne parlent pas allemand. À titre personnel je ne peux pas faire mes réunions de service en allemand. J'essaie de donner des petites touches, parce que la plupart des personnes comprennent à peu près, mais pour traiter des sujets un peu plus difficiles, plus complexes, ce n'est pas possible en allemand.<sup>624</sup>

Ce rapport de Birgit Gabriel démontre qu'il existe au cœur même de la Centrale une importante disparité dans les services techniques. De fait, les techniciens employés par ARTE sont à majorité Français, et ne voient dans l'apprentissage de la langue allemande aucune plus-value pour les tâches qu'ils ont à accomplir au quotidien.

---

<sup>623</sup> « Le contrat de travail indique que chacun doit parler la langue de l'autre. Mais il est vrai que les Allemands parlent plus français que les Français ne parlent l'allemand. » Interview de Jérôme Clément

<sup>624</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.



Ceux qui sont moins bilingues sont peut-être moins interculturel-compétents. [...] en fait, parmi les Français, vous trouverez des métiers qui n'ont pas la nécessité de l'être, parce qu'ils ne sont pas *Programmprägend*<sup>625</sup> : ils sont par exemple aux finances, à la technique.<sup>626</sup>

L'enquête de terrain révèle cependant que l'apprentissage de la langue allemande demeure aussi problématique pour certains dirigeants de la chaîne et non pas uniquement pour les techniciens n'ayant pas besoin de la maîtriser.

[...] tous les dirigeants de la partie allemande ont fait des progrès fulgurants en français s'ils ne le parlaient pas déjà. Voire même jusqu'à atteindre le bilinguisme. Les dirigeants français qui ne parlent pas déjà un peu allemand, ou ne sont pas mariés à un ou une Allemand.e...les progrès sont plutôt symboliques. [...] Ils viennent avec beaucoup d'envie, mais s'arrêtent rapidement sous prétexte que c'est trop dur, où justifiant cela en disant que les Français ne sont de toute façon pas bons en langue. C'est une excuse, mais c'est même un problème sociétal et culturel car on a inculqué aux Français pendant très longtemps cette barrière mentale, ou en disant que l'allemand pour la langue, les cordes vocales, etc. n'est pas compatible avec le français...<sup>627</sup>

Au sujet de l'apprentissage et de la diffusion de la langue allemande, l'ensemble de nos interlocuteurs concédait qu'il existe une vraie différence. Nous avons aussi pu le constater lors d'échanges et discussions officieuses, non enregistrées car spontanées. Un jeune stagiaire allemand se montrait curieux de la langue française, exprimait son choix d'améliorer sa pratique, et ne masquait pas son étonnement lorsque nous lui avons proposé d'échanger en allemand. Une situation similaire a eu lieu avec l'une des responsables du calcul des audiences, surprise de notre souhait de nous exprimer en allemand, et qui déclarait simplement et avec détachement que les Français parlent avant tout français dans les locaux...puisque les Allemands ont appris le français. Les Allemands rencontrés semblent donc dans cette position d'adaptation permanente à la langue de l'*Autre*, une posture renforcée par l'organisation générale de la chaîne. À titre d'exemple, le siège dispose d'un restaurant, et les commandes sont passées en langue française. Un Allemand nous rapportait que le menu, d'abord écrit en français puis traduit en allemand, contient parfois quelques erreurs certes amusantes, mais qui compliqueraient la compréhension à tout Allemand ne

---

<sup>625</sup> Que l'on pourrait traduire par « essentiels à la programmation ».

<sup>626</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>627</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

maîtrisant pas suffisamment le français. La domination de la langue française est d'autant plus visible en régie. La majorité des techniciens étant Français et ne parlant pas l'allemand, l'ensemble des directives se fait en français. Une fois encore, l'Allemand se trouve en situation d'adaptation, de flexibilité, totalement inconnue pour le Français. Bien que la présentatrice de l'émission fût Allemande, cette dernière recevait les directives de son régisseur en français dans son oreillette, ce qui requiert de hautes compétences linguistiques et une forme de résistance au stress totalement méconnues des présentateurs français du groupe ARTE.

Ces observations démontrent que la différence est plus ou moins marquée selon les services dans lesquelles elles ont été menées. Ainsi, à l'étage dédié aux Programmes, Français et Allemands sont en contact permanent, la maîtrise de la langue est nécessaire, et il existe des cas de figure dans lesquels chaque interlocuteur parle sa langue, et tous comprennent.

Aux étages techniques en revanche, comme en régie mentionnée plus haut, la langue française domine largement. Les quelques Allemands en fonction dans ce service ont alors cette position ambiguë puisqu'ils exercent dans une entreprise a priori interculturelle, mais leur quotidien est ponctué d'un effort linguistique obligatoire, comme ce serait le cas au sein de n'importe quelle entreprise franco-française. Birgit Gabriel, malgré une excellente maîtrise de la langue, relatait une forme de pression et de frustration, avec l'obligation de faire relire certains de ses écrits importants à des Français natifs avant de les diffuser. Les réunions sont elles aussi source de frustration. Malgré ses hautes compétences interculturelles, Birgit Gabriel repère encore quelques ancrages culturels et communicationnels des Français :

Cela fait vingt-sept ans que je travaille dans cette chaîne, et lorsque lors d'une réunion technique tout le monde parle en même temps, s'interrompt, ne laisse pas les autres finir les phrases, je le supporte bien moins que mes collègues français, et parfois je me permets d'interrompre pour dire « stop laissez-moi finir ma phrase et après vous pourrez parler ». Ce qui peut froisser les Français, mais c'est ainsi. Le fait que tout le monde parle en même temps est très français, et cela existe même chez ARTE.<sup>628</sup>

Il est vrai que les Français auront tendance à couper la parole ou finir les phrases de l'autre pendant certains échanges, tendance qui s'est développée du fait de la construction syntaxique

---

<sup>628</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

de leur langue.<sup>629</sup> Les Allemands ont pour habitude d'attendre les fins de phrases contenant le verbe et donc l'élément clé de la compréhension. Puisque le Français a toutes les informations principales en début de phrase, il comprend le message plus rapidement, et se permet de couper son interlocuteur. Ce qui semble donc tout à fait normal pour un Français est une marque de manque de respect pour l'Allemand, qui n'a pas été habitué à cela lors de son éducation, sa scolarisation, sa socialisation. Une différence communicationnelle qui est l'un des facteurs d'impossibilité de mise en place de formats de débats franco-allemand à l'antenne, nous y reviendrons dans notre chapitre consacré à l'étude de la programmation de la chaîne. Une toute autre interprétation, non pas linguistique mais historique, explique cette tendance bien française à ne pas laisser son interlocuteur finir ses phrases avant de prendre la parole. L'art de la conversation qui s'est développé en France et notamment à Versailles reposait précisément sur le don de la répartie rapide. Le fait d'interrompre son interlocuteur n'était alors pas synonyme de mauvaise éducation mais plutôt de vivacité d'esprit. En Allemagne au contraire le débat repose sur le fait de laisser chaque interlocuteur exposer son point de vue, et ce sans l'interrompre.<sup>630</sup>

Outre la question purement linguistique, les *codes de la communication interpersonnelle* française et allemande recèlent ainsi elles aussi quelques divergences, dont les premiers collaborateurs de la chaîne ont pu souffrir. Il existe de réelles barrières dans le cadre de la communication interpersonnelle. Les Allemands, plus directs, perçoivent dans la politesse ou les sous-entendus des Français une forme d'hypocrisie, de condescendance, voire de moquerie. Un Français jouant trop sur la bienséance et ne produisant pas un message clair n'obtiendra aucun résultat de son interlocuteur allemand. Le Français au contraire a tendance à trouver l'allemand trop direct, trop ferme. Pour le Français, le fait de « se mettre » à la culture de l'*Autre* est une véritable épreuve. L'apprentissage des modes de vie, d'une autre langue, est vécu comme une épreuve. La maîtrise de la langue est un vrai complexe pour le

---

<sup>629</sup> « En étudiant l'esprit et le caractère d'une langue, on apprend l'histoire philosophique des opinions, des mœurs et des habitudes nationales, et les modifications que subit le langage doivent jeter de grandes lumières sur la marche de la pensée [...] L'allemand se prête beaucoup moins à la précision et à la rapidité de la conversation. Par la nature même de sa construction grammaticale, le sens n'est ordinairement compris qu'à la fin de la phrase. Ainsi le plaisir d'interrompre, qui rend la discussion si animée en France, et force à dire si vite ce qu'il importe de faire entendre, ce plaisir ne peut exister en Allemagne, car les commencements de phrases ne signifient rien sans la fin, il faut laisser à chacun tout l'espace qu'il lui convient de prendre ; cela vaut mieux pour le fond des choses, c'est aussi plus civil, mais moins piquant [...] » cité depuis « De la langue allemande dans ses rapports à la conversation » Chapitre XII, Madame de Staël, *De l'Allemagne*, 1814

<sup>630</sup> Voir notamment à ce sujet Elias, Norbert. *La société de cour*. Paris: Flammarion, 1985 ainsi que les écrits de Madame de Staël.

Français, une attitude perceptible même chez ARTE, que l'on a pu constater lors de l'analyse historique de la genèse de la chaîne, où l'intégration des Allemands posait problème à certains responsables français, puis dans le fait qu'il y ait plus d'Allemands parlant français que l'inverse. Le Français semble moins en mesure de souhaiter s'identifier à l'autre culture. L'Allemand au contraire donne des signes de volonté d'appropriation de la culture française. Une posture bien évidemment renforcée par l'implantation du siège en France. Les Allemands, bien qu'interculturellement compétents, sont dans une position de déracinement géographique que les Français, pourtant en contact quotidien avec des Allemands, ne vivent pas.

Au départ les choses étaient tout de même très compliquées, parce que c'était des gens qui n'avaient absolument aucune habitude de travailler ensemble, avec des complications sur la communication puisque quand on dit non côté allemand, on dit non, mais ce n'est pas forcément avec une dimension émotionnelle, alors que le Français pourra le comprendre avec cette dimension émotionnelle...Il y a toujours de nouvelles personnes qui rentrent dans le groupe donc il faut toujours leur faire prendre en compte ces différences-là.<sup>631</sup>

Ces différences tendent à s'amenuiser grâce aux formations universitaires, qui préparent nombre d'étudiants à l'intégration dans des entreprises et structures multiculturelles, les formations promulguées par l'UFA et autres programmes d'échange type Erasmus. La maîtrise de la langue et des codes communicationnels s'accroît, mais, selon Birgit Gabriel, de nombreuses particularités persistent.

Moi je constate malgré de longues années dans l'entreprise que cette manière de communiquer « à l'allemande », ou « à la française », reste ancrée dans les personnes. C'est-à-dire que, par écrit par exemple, on constate clairement et même chez ARTE que les Français sont plus dans la politesse, dans la longueur, avec cette façon d'introduire des sujets poliment, de tourner un peu autour du vrai sujet, et que les Allemands sont plus directs. Ou encore que les Français – ils ne me l'ont pas seulement dit mais je le sais et je le vis – peuvent être un peu froissés par le style direct des Allemands. Sur un simple « il me faut une réponse sur un tel sujet, merci de me répondre rapidement, au revoir », il manquerait un peu « les fleurs autour » pour le Français.<sup>632</sup>

---

<sup>631</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Paris.

<sup>632</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

Strasbourg demeure tout de même un haut lieu de rencontre linguistique qui n'existe tout simplement pas dans les deux autres pôles nationaux que sont ARTE France et ARTE Deutschland. Il existe bien une différence dans la pratique du français et de l'allemand, le siège étant en France, et ARTE étant finalement la mutation européenne d'une société d'édition à l'origine franco-française. La maîtrise de la langue de l'*Autre* est un facteur de différenciation certes, mais ne doit pas inexorablement être associé à une forme de fatalité ou d'incident critique.

Il n'y a qu'à Strasbourg que l'on peut croiser deux Allemands qui se parlent français, tout de même beaucoup moins de Français qui se parlent allemand [...] Il est très rare que deux Français se parlent allemand, il y a toujours quelques exceptions, des directeurs d'unités français qui auraient reçu un papier en allemand par exemple, et s'ils en discutent avec un autre Français, pour éviter d'avoir à traduire le papier, en parleront directement en allemand, mais c'est une rare exception.

Ce sont les Allemands qui parlent français, mais ils adorent ça ! D'ailleurs les Français nous disent parfois qu'ils aimeraient parler plus allemand et progresser, mais que l'on souhaite toujours parler français...ce qui n'est pas faux ! Nous les Allemands, nous adorons parler français, cela nous procure une sorte de légèreté linguistique très agréable, pour ma part en tout cas, mais beaucoup d'autres le disent.<sup>633</sup>

Les éléments de constat d'une relative domination d'une culture sur l'autre relèvent ainsi en grande partie de la langue. L'enquête quantitative de Birgit Gabriel tend à montrer que sur l'ensemble des employés interrogés, plus de la majorité des Allemands comme des Français décrivent une domination de la culture française dans les locaux strasbourgeois, avec cependant un écart significatif concernant les employés allemands, bien plus nombreux que les Français à palper cette particularité.<sup>634</sup> Le fait que plus d'Allemands que de Français

---

<sup>633</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>634</sup> Sur la question de la domination de la culture française, les Français ont répondu positivement à hauteur de 61,4%, contre 86,2% des Allemands. Au sujet de l'adaptation des Allemands à la culture française, les Français répondent que les Allemands s'adaptent aux Français à 83,7% contre 93,8% des Allemands. À l'inverse, concernant l'adaptation des Français à la culture allemande, les Français l'évoquent à 62%, contre 48,7% pour les Allemands. Les chiffres mis à disposition par Birgit Gabriel valident les hypothèses émises suite à notre enquête de terrain et nos discussions au sein du Groupement. Lorsque les questions posées par Birgit Gabriel sont relatives à des sujets plus subjectifs de domination d'une culture sur l'autre, d'adaptation des sujets à la culture de l'autre, de l'évocation de situations critiques, l'on constate que les différences sont plus marquées entre Français et Allemands. Concernant l'existence de situations critiques dans la coopération, moins de la moitié des Français le ressentent (48,8%), contre 60,5% des Allemands. L'ensemble des données a été prélevé

perçoivent des différences et relèvent l'existence de situations critiques ne fait que confirmer notre postulat selon lequel les Français demeurent en position de culture dominante. Comment cela se concrétise-t-il dans le secteur plus précis du management ?

À ce sujet, nous nous sommes posée la question de la constitution d'une forme de management interculturel propre à la chaîne, qui puiserait dans les deux styles de management français et allemand afin de répondre au mieux aux attentes de l'ensemble des employés de la structure, quelle que soit leur nationalité. Nous avons pu, grâce à notre enquête de terrain – nos observations comme lors des interviews – relever des éléments de véritable brassage des deux styles de gestion, ainsi que des cultures professionnelles, enrichissants pour la recherche interculturelle, mais aussi des éléments de résistance d'une hiérarchie « à la française ».

### ***ARTE, parangon du management interculturel ?***

La structure interne du pôle strasbourgeois semble avoir été pensée pour convenir aux deux parties française et allemande. La division de l'instance de programmation en unités n'est pas sans rappeler le fédéralisme allemand, et l'équilibre démocratique est garanti par la solution de l'alternance que nous avons déjà évoquée. La section dédiée aux programmes illustre l'instauration d'un mode de gestion franco-allemand. Les Français comme les Allemands occupent des postes à responsabilité, mutualisent leurs compétences, et coopèrent sans véritables heurts depuis plusieurs années. À ce sujet, nos interlocuteurs occupant des postes à responsabilité insistaient sur le fait qu'il n'existe à l'heure d'aujourd'hui plus de conflits notables dus à la confrontation des cultures professionnelles.

Nous profitons d'une très bonne osmose, c'est l'Europe intégrée ici. Les problèmes ont pu et peuvent se poser entre les Français qui sont à Paris et les Allemands, mais là aussi ce sont des équipes qui se connaissent bien, à un moment donné chacun lâche du lest, il faut que ça marche. Il faut qu'il y ait ce sentiment de respect mutuel et que chacun soit prêt à faire un pas vers l'autre...<sup>635</sup>

---

depuis les travaux de : Gabriel, B. & Jansen, L.J. (2019). Ermittlung der wahrgenommenen Einflussfaktoren auf interkulturelle Synergie beim europäischen Kulturkanal ARTE. In M. Clasen, C. Hoffmann, H. Kolrep-Rometsch & R. Freytag (Hrsg.), *Abstracts – 23. Fachtagung der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs)* – (S. 194-195). Lengerich: Pabst

<sup>635</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.

Outre cette dimension de respect et d'effort réciproques, les responsables interviewés évoquaient ainsi une toute autre variable bénéfique à la collaboration, celle de l'*ancienneté* des relations internes.

Me concernant, j'ai une équipe très stable, nous nous connaissons bien depuis longtemps, chacun accepte les différences de l'autre, cela ne pose pas vraiment de problème.<sup>636</sup>

Claire Isambert soulignait elle aussi qu'il n'existe plus de conflits dus à la rencontre interculturelle, et précisait qu'elle ne s'adresse pas différemment à ces collaborateurs selon qu'ils soient Français ou Allemands.

Je fais la différence selon la personne à qui je m'adresse, mais dans sa personnalité, pas sa nationalité. J'ai fait mes études en Allemagne, enfant je suis beaucoup allée en Allemagne, cela joue sûrement.<sup>637</sup>

La directrice de l'unité culture a développé au cours de son parcours personnel et universitaire de réelles compétences interculturelles qui lui permettent de vivre ces contacts très naturellement.

Les discours tenus par nos interlocuteurs tendent plutôt à souligner une collaboration harmonieuse entre les sujets français et allemands, mais certains mentionnaient tout de même la persistance de différences, notamment concernant les méthodes de travail, et parfois même un manque de communication entre Français et Allemands. Ainsi, chacun des porteurs de cultures semble conserver ses habitudes en milieu professionnel, ce qui corrobore les études d'Hofstede au sujet des dimensions culturelles et des comportements associés.

Il y a des différences de management entre les Français et les Allemands, dans la relation entre manager et managé, il y a certaines constantes, par exemple le fait que le manager français a tendance à donner une mission, et revenir à intervalles réguliers mais il demeure plutôt lointain par rapport à l'allemand. Il y aura peut-être plus de suivi rapproché côté allemand. Ce qui n'est pas vrai tout le temps non plus, mais c'est une constante.<sup>638</sup>

---

<sup>636</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.

<sup>637</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>638</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

Les managers français et allemands auraient ainsi cette tendance à conserver leurs méthodes, plutôt nationales et imprégnées de leur culture propre. Des variables dans les méthodes qui peuvent être facteur d'incompréhension ou de critique de la part du porteur de l'autre culture.

Il [le manager allemand] est plus dans le démocratique, dans le participatif, et il peut paraître à un Français très *Entscheidungsunsicher*<sup>639</sup>, de ne pas prendre de décisions qui s'imposent, et les managers allemands ont constaté aussi – moi incluse – que les managés, les personnes dans les équipes, attendent parfois clairement une instruction, lorsque le manager allemand a peut-être envie de plus d'autonomie, de plus de force de proposition, d'initiatives de la part des personnes qu'il manage. Mais [...] les managers interculturellement compétents vont s'adapter aux Français dans leur service, aux Allemands dans leur service.<sup>640</sup>

Les différences persistent donc, si le manager français se montre capable de prendre des décisions seul, car c'est, selon lui, selon sa culture et sa socialisation, l'une de ses fonctions, le manager allemand, en particulier celui ayant eu des expériences sur son territoire national avant d'entrer chez ARTE, conservera lui aussi son style plutôt participatif, et ce justement lorsqu'il devra prendre une décision importante. Un manager allemand préférera consulter ses équipes, qu'il considère plus comme adjoints que subordonnés. Au sein d'une entreprise binationale, un Français pourra percevoir cela comme un manque d'assurance, et s'agacer de voir la prise de décision ralentie. Le manager ou l'employé allemand n'appréciera quant à lui guère l'aspect autoritaire du manager français si celui-ci a trop tendance à avancer seul, en capitaine, sans consulter ses équipes. Cela n'est cependant pas forcément un facteur aggravant ou nuisible à la relation interculturelle en témoignent les dires de Claire Isambert.

Et chacun garde tout de même sa culture. Vous ne ferez pas accepter à un Allemand qu'une idée doit être appliquée sans savoir d'où elle vient et pourquoi elle doit être appliquée. Tout comme les Français aiment que les décisions soient adoptées plus rapidement. Mais pour nous c'est cela le quotidien, et j'aurais désormais du mal à travailler dans une entreprise purement nationale.<sup>641</sup>

---

<sup>639</sup> Peu sûr de lui dans la prise de décision.

<sup>640</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>641</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.



Annette Gerlach semble de cet avis, puisqu'elle confirmait notre hypothèse selon laquelle le consensus est bien moteur de résolution des conflits au sein de la chaîne. Si quelques-unes des personnalités interviewées alléguaient que la réussite de la rencontre interculturelle ainsi que la progressive diminution des conflits résident en la longévité de la chaîne, et donc de fait en l'acquisition par les sujets engagés de compétences interculturelles, la journaliste mettait plutôt en avant la notion de flexibilité, d'adaptation, de certains sujets, et relevait que quelques individus, bien qu'ils fassent partie du groupe ARTE depuis plusieurs années, restent profondément ancrés dans la culture qui est la leur. Il s'agirait donc pour elle moins d'une question de longévité que d'une question d'implication, d'appétence pour l'interculturel.

Dans la rédaction, il y a aussi des collègues qui sont avec nous depuis bientôt trente ans et qui sont restés très « à côté du Rhin ». Mais on se connaît, on s'adapte quand on apprend que l'on travaille avec ces personnes. [...] On s'adapte en permanence et personnellement je trouve cela formidable. Il est très rare que ces particularités propres à l'interculturel soient véritablement source de conflits. [...] De temps en temps il y a conflit lorsqu'une façon de faire est plus critique, plus cassante, c'est quelque chose que l'on retrouve plus du côté français et qui peut poser problème aux Allemands. D'autre part il y a une sorte de rigidité des Allemands qui peut poser problème aux Français.<sup>642</sup>

L'effort culturel est dans ce cas précis unilatéral, et ne reflète pas un interculturel pleinement fonctionnel. Il semblerait en effet que des fragments de culture professionnelle et managériale françaises persistent, et ce même au sein du groupement, pourtant performant dans l'interculturel.

Si l'éclatement de la programmation en unité favorise l'expression de tout type de management, que ces unités bénéficient d'une autonomie non négligeable encourageant tant les managers de nationalité française qu'allemande, il subsiste une forme de hiérarchie pyramidale confirmant l'existence d'une certaine domination de la culture française, observable par une simple visite des locaux et de l'agencement des bureaux. De fait, alors que l'ensemble des bureaux est vitré, dans une optique louée par certains collaborateurs de rapprochement des employés, de véritable transparence de la chaîne, de volonté de créer un sentiment d'appartenance à un groupe travaillant ensemble à des objectifs communs, les

---

<sup>642</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

bureaux de la présidence ne le sont pas. Alors qu'aucun Français ne semble y prêter attention, l'un de nos interlocuteurs allemands, actif dans la chaîne depuis de nombreuses années, le signifiait, avec une touche d'ironie mais sans masquer son insatisfaction : « que voulez-vous, nous sommes en France, les bureaux de la présidence sont clos évidemment... »

Birgit Gabriel met elle aussi en lumière quelques-unes des manifestations d'une dominance de la culture managériale française, en notant que concernant la programmation, et donc le management au sein des unités de programmes, les managers ont la capacité de s'adapter à leurs publics, qu'ils soient français ou allemands. Mais un style de management « à la française » règne en partie à la Centrale.

On a quelques exemples chez ARTE où c'est un fait, dans ces services-là par exemple, on a quatre strates managériales, et quand vous êtes quelqu'un de « la base » vous n'allez pas trop aborder le manager français qui sera votre N+2 ou N+3. C'est très franco-français.<sup>643</sup>

Au cœur même de cette organisation télévisuelle par nature interculturelle, l'on constate une prégnance des cultures nationales, en particulier concernant le côté français dans le domaine de l'apprentissage de la langue, ainsi qu'un maintien de quelques normes managériales, tant du côté des Français que des Allemands. Il semblerait en effet que les « supérieurs » restent fortement influencés par leurs cultures d'appartenance. Alors qu'ils occupent ou occupaient des postes à haute responsabilité, certains sujets n'ont ou n'avaient que peu de connaissance de la langue de l'*Autre*, du paysage audiovisuel de l'*Autre*, ce qui a pu conduire à quelques malentendus lors de rencontres entre dirigeants et hauts responsables français et allemands. C'est une des raisons pour laquelle les *Artésiens*<sup>644</sup> tiennent particulièrement au principe d'alternance et de parité entre responsables et adjoints de chaque unité. Cela garantit en outre un équilibre démocratique nécessaire au bon fonctionnement de la chaîne. La solution de l'alternance permet effectivement de mieux gérer certains conflits dus à une mauvaise gestion de l'interculturel. Si un Français se sent lésé par le style de direction de son manager allemand, il pourra trouver une forme de compensation chez l'adjoint français.

---

<sup>643</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>644</sup> Terme utilisé par Birgit Gabriel lors de notre entretien.

La problématique de domination d'une culture sur l'autre, ou de méconnaissance de la culture de l'autre ne s'exprime pas uniquement dans les postes dits « élevés », mais aussi dans les postes techniques, les *services supports*<sup>645</sup>, dans lesquels la culture française domine largement.

La plus forte zone d'interculturalité se situe dans les services de programmation et de rédaction. Annette Gerlach exposait à quel point les instances de rédaction incarnent désormais un interculturel opérant.

On a appris plutôt en s'inspirant du côté allemand, avec de la discussion, du compromis, où chacun peut dire ce qu'il veut, avec une hiérarchie participative plus que pyramidale. Avec une hiérarchie pyramidale ce serait impossible. La rédaction est vraiment exemplaire à ce sujet.<sup>646</sup>

Les directeurs d'unité et managers sont en contact permanent avec l'*Autre*. Mais si la Centrale de Strasbourg est considérée comme chaudron d'interculturalité, et qu'un dialogue interculturel efficient s'est constitué, en témoigne la capacité de production de contenus télévisuels et numériques communs et qualitatifs, il existe des zones parfois plus caractéristiques d'une organisation multiculturelle qu'interculturelle. Notre enquête de terrain et les propos échangés avec l'ensemble des interlocuteurs permettent ainsi de formuler un bilan intéressant pour envisager ensuite quelques perspectives d'amélioration.

---

<sup>645</sup> Idem.

<sup>646</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

### Présidence Hauts responsables

- Zone de contact franco-allemand. Individus recrutés selon leur parcours et fonctions antérieur(e)s, disposent de compétences administratives, économiques, audio-visuelles. Ancrage politique fort. Bilinguisme ne semble pas imposé.

### Directeurs d'unité Managers Rédaction

- Zone d'interculturalité forte, contacts permanents. Individus baignent dans les deux cultures. Développement quotidien de compétences interculturelles. Discussion, compromis. Connaissances linguistiques indispensables. Disparités dans l'apprentissage de la langue et dans l'acquisition de compétences interculturelles.

### Services supports Techniciens

- Zone propice aux *incidents critiques*. Prédominance française dans la langue et le nombre d'employés. Les compétences interculturelles ne sont pas perçues comme facteur de réussite, comme outil d'atteinte des objectifs.

On retrouve ainsi chez ARTE quelques caractéristiques d'un système multiculturel, notamment dans le fait qu'une culture – ou plus précisément les sujets porteurs d'une culture – semble(nt) prendre l'ascendant sur l'autre. Si l'on se pose la question de la réciprocité de l'adaptation des deux cultures en jeu, il semblerait qu'il existe un écart, que cette adaptation soit donc – en partie et selon les services et unité de la chaîne – unilatérale et qu'elle incombe surtout à la partie allemande. **ARTE semble ainsi plus reposer sur le modèle du compromis que de l'intégration.** Malgré ce regard critique, adopté sciemment afin de conserver un maximum de distance objective, l'on ne peut que constater que les locaux de Strasbourg demeurent un haut lieu de rencontre interculturelle, qu'un dialogue interculturel efficient fondé sur le consensus et le compromis s'est instauré de manière pérenne. L'organisation interne tend quelque peu au multiculturel, et mériterait quelques ajustements, mais les groupes culturels ne sont pas isolés, il existe un vrai désir de faire se rencontrer les cultures ; et ce même s'il y a choc ou conflit. Dans la présente étude, les conflits et malentendus sont considérés comme de possibles facteurs de synergie, une opinion partagée par les interlocuteurs rencontrés lors des enquêtes de terrain.

## *Le conflit, source d'acquisition de nouvelles compétences ?*

À propos des conflits et des différences d'intérêt, Emmanuel Suard soulignait combien ces derniers étaient importants dans une organisation telle qu'ARTE, qui a pour objectif d'être diffusable et accessible pour un public large.

[...] il faut toujours y être attentif, c'est-à-dire que c'est très facile de vivre l'un à côté de l'autre sans se comprendre, on peut se contenter de partager, de traduire, ça pourrait être ça le danger. Ce qui est important c'est de pouvoir continuer de « se confronter » sur le programme qu'on passe ou qu'on ne passe pas, surtout garder cette tradition de retour, de débriefing sur le programme diffusé pour, a posteriori et au-delà des chiffre d'audience se dire « Est-ce qu'on a vraiment fait tous les efforts pour que tel programme puisse être compréhensible pour l'autre public ? » [...] Si on ne le faisait pas, le risque serait une sorte d'indifférence mutuelle.<sup>647</sup>

Il serait finalement bien plus imprudent d'éviter toute forme de conflits, de débats lorsqu'il s'agit de faire travailler ensemble des sujets de cultures variées, ce qui confirme en partie notre hypothèse de recherche au sujet du dialectisme de la rencontre interculturelle chez ARTE.

Le conflit, les blocages dans la situation interculturelle sont issus d'une mauvaise interprétation de certains codes culturels, en particulier dans la communication ou les méthodes de travail dans le cadre d'une entreprise télévisuelle. Dans l'interculturel, le fait de chercher à débloquer une situation, de favoriser le dialogue afin de trouver une voie d'entente est en soi une synergie positive. Les malentendus sont susceptibles d'être productifs.<sup>648</sup>

Birgit Gabriel rapportait par exemple que dans certains domaines précis, en particulier à la technique ou dans le secteur juridique, le fait d'associer deux cultures, et donc deux méthodes, est un plus, que des solutions supplémentaires et complémentaires sont ainsi trouvées.

[...] il y a aussi des synergies, avec par exemple les juristes qui ont suivi une formation universitaire en France comme en Allemagne. Dans ce cadre les juristes racontent que l'on est extrêmement complémentaires, que les approches et les façons d'aborder des

---

<sup>647</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>648</sup> Terme « malentendu productif » emprunté à Pavis, Patrice, *Le théâtre au croisement des cultures*, 1990, page 12. Disponible en ligne à l'adresse suivante : <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k3376142s>.

aspects juridiques ne sont pas du tout les mêmes, mais qu'ensemble on se complète très bien. [...] Les façons de faire, les managements de projet sont assez complémentaires, et on trouve parfois de nouvelles solutions que l'on n'aurait peut-être pas trouvés si on était une équipe nationale.<sup>649</sup>

Le fait que toute rencontre interculturelle soit dialectique, qu'il existe des phases de conflits et de malentendus peut renforcer le groupe, créer un sentiment d'appartenance plus fort que si les groupes en contact évoluaient dans l'indifférence. Le terme de conflit ou de malentendu n'est donc pas à interpréter dans son sens péjoratif, mais participe aussi de la construction d'un environnement interculturel sain.

L'interculturel, on peut le vivre comme un fardeau, un obstacle supplémentaire, ou alors comme un enrichissement, une source d'égayement, un défi intellectuel, l'occasion de se remettre en question...c'est cela que j'entends à travers le terme de malentendu productif [...] ce serait le fait que deux personnes se disent quelque chose, ne voulaient pas dire exactement la même chose, et le fait de s'en apercevoir et de devoir connecter quelques-uns des connecteurs pour pouvoir avancer ensemble [...] c'est un malentendu à la base, mais productif car ça enrichit, ça met dans une position de compréhension, permet de voir plus loin, de comprendre quelque chose qu'on ne comprenait pas, donc ça fait avancer, ça crée du lien entre deux personnes...<sup>650</sup>

De l'interculturel, les personnalités en relation se forgent de nouvelles compétences, en puisant dans des expériences inédites. La notion de remise en question est tout aussi importante, une remise en question des pratiques, des décisions, des comportements. Les sujets compétents dans l'interculturel montrent des capacités à trouver une voie d'entente, à constituer une troisième voie, avec des capacités plus exacerbées de créativité, de réactivité, plus de force d'adaptation, plus de force de proposition.

L'analyse interculturelle de la structure de la chaîne et des interactions entre les sujets en présence permet d'évaluer les effets positifs de la rencontre interculturelle et de se poser la question de la constitution d'une culture professionnelle et d'un management que l'on pourrait qualifier d'*hybride*, puisant dans les deux parties. Le fait que les *Artésiens* disposent d'une sensibilité interculturelle, de compétences interculturelles, qu'ils connaissent et

---

<sup>649</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>650</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

soutiennent les ambitions de la chaîne et font montre d'une certaine appétence pour l'interculturel est l'une des clés de la réussite de la chaîne. Si le français semble dominer, culturellement et linguistiquement, dans le quotidien des employés, la rencontre interculturelle à la Centrale a aussi donné lieu à de très intéressants mouvements de *synergies positives*, relevés d'une part par Birgit Gabriel – qui s'est par ailleurs posée la question de la constitution d'une *culture tierce*, propre à ARTE – et qui nous ont été décrits lors des entretiens menés sur place.

### ***La constitution d'une culture tierce.***

La plus grande difficulté est vécue chaque jour sur les lieux même où l'on tente de donner vie à une nouvelle culture. En réalité, tout ce que l'on peut tenter, c'est non pas de faire du neuf, ou de livrer une production commune, ce qui est une rêverie, mais de juxtaposer deux cultures si différentes que cela représente un tour de force permanent tant les traditions, les habitudes, les sensibilités, les comportements sont différents des deux côtés du Rhin.<sup>651</sup>

Si l'on a pu relever des points de frictions, de rupture dans quelques-unes des articulations interculturelles, il existe aussi des mouvements de jonction féconds. Dans toute situation interculturelle, les individus impliqués doivent être en mesure de tirer profit des situations d'échec ou de tension et ainsi constituer une organisation dépassant ces situations. L'organisation ainsi modelée reflètera en partie ces phases conflictuelles, mais la structure adoptée in fine constituera une troisième voie, puisant dans les deux cultures et modes de gestion.

Existe-t-il donc réellement chez ARTE une forme de culture tierce, de troisième voie empruntée par l'ensemble des collaborateurs français et allemands ? Ou, au contraire, ARTE s'en tient-il au simple collage, à la simple juxtaposition de deux cultures ? Il est difficile d'apporter une réponse catégorique. Certains sujets, des Allemands en particulier, ne cachent pas le sentiment d'inégalité auquel ils sont confrontés dans leur quotidien. Un déséquilibre notable donc, qui ne permet pas de répondre par la positive. Cependant, la culture d'entreprise qui s'est constituée dans les locaux Strasbourgeois, associé à un management unique, et conciliant parfois les deux cultures, atteste bien qu'une culture propre à cet environnement

---

<sup>651</sup> Brochand, Christian, et Comité d'histoire de la radio (France). Histoire générale de la radio et de la télévision en France. Tome III., Paris: La Documentation française, 2006, p.183.

s'est constituée, comportant les particularités de chacun des deux modes de gestion français et allemand. Notre enquête de terrain montre en outre qu'à l'échelle de l'individu, les sujets menés à rencontrer régulièrement l'autre porteur de culture ont su développer des compétences interculturelles fortes, et adoptent une conduite que l'on peut qualifier d'*hybride*.

La communication interculturelle peut effectivement être considérée comme un espace de confrontation d'une « culture A » et d'une « culture B ». Au sein de cet espace, en mouvance permanente, surviennent des phases de conflits, d'échange, de négociation, d'écoute. Cet espace, pour être fonctionnel, se doit d'être stabilisé. Seul le temps et le contact entre les sujets, permettent l'acquisition progressive de compétences interculturelles. L'environnement, l'espace ainsi fondé, qui puise dans les deux cultures et modifie les sujets qui s'y développent, est un espace à part entière dans lequel se constitue une culture tierce.

Des éléments de *disjonction* des cultures ont pu être constatés lors des plusieurs enquêtes de terrain. Ces mêmes enquêtes montrent néanmoins que certains sujets – en particulier les employés les plus habiles dans l'interculturel – empruntent une toute autre voie, une voie hybride, en puisant dans les deux cultures selon les besoins. L'interculturel offre la possibilité de prélever dans les méthodes, les modes de gestions, les cultures professionnelles de chacune des cultures en interaction, et permet ainsi de constituer une entreprise manœuvrant en toute harmonie et disposant de perspectives plus larges qu'une entreprise nationale et monoculturelle. La chaîne franco-allemande semble suivre ce modèle d'assemblage et de brassage des modes de gestion français et allemand.

Le mode de gouvernance du comité de gérance est très écrit, ce qui est plutôt allemand :  
Tous les quinze jours, on a une liste de points qui sont préparés, avec un dossier, une note préalable, et même une résolution pré-écrite.<sup>652</sup>

Outre la gestion du comité de gérance, nos entretiens mettent en évidence une convergence des deux cultures dans l'organisation générale de la chaîne, en particulier les réunions et la rédaction de rapports. Avec le temps, les grandes tendances spécifiques à chaque culture se seraient ainsi lissées pour convenir à chacun. Birgit Gabriel a elle aussi pu le constater lors de son enquête quantitative et le décrivait au cours de son interview.

---

<sup>652</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.



Par rapport aux réunions à ARTE France où c'est quand même très français, en Allemagne où c'est très allemand, ici [au GEIE, Strasbourg] vous allez trouver un mélange, on fait un ordre du jour, on fait pas mal de comptes rendus, ce qui est un peu « moins français », et surtout on est un peu plus concrets, c'est-à-dire qu'au aura préparé de quoi on va parler, on va chercher des résultats.<sup>653</sup>

Ce rapprochement des deux cultures dans les différents modes de gestion de l'entreprise palpable à Strasbourg est tout autant perceptible à l'échelle de l'individu. ARTE semble être parvenue à atteindre un degré d'interculturalité suffisamment élevé, les sujets experts de la rencontre interculturelle ont dépassé le stade de l'adaptation, de la flexibilité culturelle et ont acquis une culture – managériale, professionnelle comme individuelle – hybride ; franco-allemande selon certains interlocuteurs, européenne pour d'autres.

Je sais que je suis profondément Française, mais sur de nombreux points, je suis Allemande. Nous sommes tous plongés dans ce chaudron franco-allemand, en permanence. En je dirais même plus que franco-allemand mais bien européen. Nous passons notre temps à changer de langue. [...] En tant que manager je ne saurais pas dire si je suis une directrice d'unité qui est plus française ou allemande [...] En France, l'on a toujours tendance à dire que le roi décide et que les troupes exécutent, et ensuite elles font la révolution pour dire qu'elles ne sont pas d'accord. En Allemagne on fait d'abord circuler, c'est beaucoup plus long, et une fois que la base est au courant, on peut créer un consensus, et travailler. Mais je pense que les deux ont du bon. Aujourd'hui à ARTE je ne pourrais pas dire qu'un tel ou un tel dirige comme un Allemand ou un Français.<sup>654</sup>

En référence aux dimensions culturelles établies par Hofstede, ont été évoquées lors des entretiens nombre de « différences comportementales » françaises et allemandes et leur contact au sein du siège strasbourgeois. Les réponses tendent à une conclusion similaire de celle concernant les modes de gouvernance et de gestion, c'est-à-dire qu'il existerait une forme de lissage, d'hybridation notamment dans le rapport au temps, le contrôle de l'incertitude, le consensus, ou encore le degré d'indulgence.

---

<sup>653</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>654</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

Je pense que les Français ont tendance à se germaniser, c'est-à-dire à gagner en structure, en discipline, pendant que les Allemands eux apprennent à mettre de l'eau dans leur vin.<sup>655</sup>

Il y a un aspect de ponctualité que l'on connaît bien, mais généralement au GEIE, (à la Centrale d'ARTE) les Français sont plus ponctuels que leurs clichés, les Allemands un peu moins, tout le monde s'adapte.<sup>656</sup>

Birgit Gabriel relevait cependant que des différences persistent encore dans ce domaine propre à l'individu, un constat fondé sur son expérience en tant que manager, puisqu'elle confiait devoir relancer plus souvent ses collaborateurs français qu'allemands lorsque ces derniers doivent rendre des rapports ou des dossiers dans un délai précis.

Mais l'interculturel, et ce même dans les phases de conflit, demeure une source d'enrichissement, multiplie les points de vue, élargit les compétences, et offre de surcroît des possibilités nouvelles en termes de négociation. Les personnalités rencontrées les plus compétentes dans l'interculturel le signifiaient, et décrivaient une certaine flexibilité dans la manipulation, selon les contextes, de tel ou tel stéréotype, ou de « trait de caractère » français ou allemand.

[...] on se nourrit en permanence de la culture des deux, et c'est très enrichissant de se dire que l'on va aller combiner les deux cultures pour en faire quelque chose de commun, et c'est même amusant car de temps en temps, on peut faire jouer une culture par rapport à l'autre. Il faut se servir de cette rencontre interculturelle, pour s'amuser à dire par exemple « non je n'ai pas la culture du consensus je ne peux pas faire ça... » et parvenir ainsi à retarder une décision, ou pouvoir dire à la partie française, toujours pour gagner du temps, « là ce n'est pas possible, parce qu'il faut voir avec la partie allemande d'abord ». C'est à la fois enrichissant, pratique et amusant.<sup>657</sup>

Certains sujets ont ainsi développé la capacité de puiser dans l'une ou l'autre culture selon des besoins ponctuels ou des situations précises. Rappelons que les cultures professionnelles françaises et allemandes demeurent relativement conciliables, que les sujets en contact ont appris à profiter de certains aspects de la culture de l'autre.

---

<sup>655</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.

<sup>656</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>657</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

Un manager français aura toujours du mal à partir tôt du travail, alors qu'un Allemand – parce qu'il arrive plus tôt aussi – ne s'en prive pas. Et bien ici à la Centrale, les Français osent plus partir tôt, ou partir tôt parce que l'enfant est malade ; c'est culturellement accepté ici, plus que dans une entreprise franco-française.<sup>658</sup>

Les interlocuteurs les plus compétents interculturellement, ou présents dans l'entreprise depuis plusieurs années évoquent et revendiquent une forme de *culture tierce*, tant dans leur individualité qu'au sein de la chaîne.

Moi qui suis là depuis très longtemps, je ne pense pas que l'on puisse dire sans hésitation que je suis Allemande en observant seulement ma façon d'être et d'agir. Je pense me concernant que c'est devenu un tout. Je pioche et je coche dans les deux cultures.<sup>659</sup>

L'on peut ainsi affirmer qu'il existe bien une forme de *culture tierce*, propre à ARTE, du fait qu'il s'est progressivement instauré au cœur de la Centrale un mode de gouvernance et de gestion unique, fondé d'une part sur le principe de l'alternance, embrassant d'autre part des caractéristiques aussi bien françaises qu'allemandes visibles dans la sphère managériale ainsi que dans les conduites individuelles. Les entretiens organisés à Strasbourg permettent de certifier que l'ensemble des cadres – en particulier les directeurs d'unité – sont particulièrement conscients de l'existence de *contrastes culturels*, de *variations culturelles*, et sont capables de les identifier, de les décrire dans des situations précises. Ces derniers rapportent en outre l'acquisition de nouvelles compétences grâce aux contacts interculturels, la constitution d'un dialogue fondé sur le consensus, ainsi que la mutation de quelques *caractéristiques culturelles* chez certains individus, ou eux-mêmes. Tous rapportent, et ce malgré des phases de conflits inévitables, mais nécessaires, un enrichissement global, professionnel comme personnel. Les directeurs d'unité semblent jouir d'une certaine liberté et peuvent ainsi adopter un style de management « à l'allemande » ou « à la française », ou encore un mélange des deux, dans leur unité, sans ce que cela n'empiète sur une autre unité, et ne pose donc pas problème, chaque unité étant relativement autonome en termes de gestion interne.

---

<sup>658</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>659</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

Soulignons que l'ensemble des interviews évoquées ci-dessus a été mené au cœur des services de programmation, donc les services les plus concernés par la rencontre interculturelle, et les services requérant de hautes compétences interculturelles. L'ensemble des projets étudiés au quotidien arrivent ainsi de France, d'Allemagne ou d'Europe, et sont étudiés dans les deux langues. Les responsables et leurs adjoints sont tenus d'être bilingues et sont profondément franco-allemand, et pour certains même, mariés à un individu de l'autre culture, avec des enfants élevés dans une tradition biculturelle et bilingue. Le quotidien, dans la réflexion et les méthodes de travail, est un quotidien binational, biculturel, dans lequel chacun apporte à l'*Autre*, selon ses propres expériences, avec son propre point de vue, avec une connaissance accrue du paysage audiovisuel, des attentes et des goûts du public de son pays d'origine. L'ensemble des interlocuteurs indiquait préférer cet environnement interculturel et européen, source d'enrichissement permanent, à toute autre entreprise purement nationale. Plus qu'une *culture tierce*, une vraie *identité de groupe* semble s'être constituée dans les locaux strasbourgeois d'ARTE. La sphère entrepreneuriale favorise la constitution d'une culture tierce, une *culture d'entreprise* constituée et instituée par bon nombre de normes, de règles. Un environnement aux frontières clairement définies, et plus réduites qu'au sein d'une sphère culturelle d'envergure nationale. L'entreprise, qu'elle soit audiovisuelle ou non, est avant tout une *organisation*. Il y est donc plus aisé d'y créer un sentiment d'appartenance, un *lien identitaire fort*.

### ***ARTE, véritable identité culturelle ?***

La force de la chaîne réside en sa capacité à avoir constitué une *identité de groupe forte*. Sa mission de rapprochement des peuples par la constitution d'un programme télévisuel culturel et de qualité favorise la constitution d'un environnement propice à l'échange culturel. L'ensemble des employés – mis à part éventuellement les employés à des postes techniques ou aux finances nous l'avons déjà évoqué – sont donc porteurs d'un projet dont ils partagent les valeurs. Les cadres en particuliers clament leur désir de promotion de la rencontre entre les peuples, ont une grande estime des pouvoirs de l'interculturalité, et ne cachent pas leur fierté de faire partie d'un projet d'une telle ampleur historique. Ces derniers fourniront de fait les efforts nécessaires pour rendre l'interculturel fonctionnel dans leur organisation, et seront en mesure d'évaluer les différences culturelles, de les saisir, de se les approprier, de constituer leur propre sphère culturelle et professionnelle.

Depuis les premières années d'ARTE, Français et Allemands ont travaillé de pair au fonctionnement de cette grande machine interculturelle, il est donc tout à fait naturel qu'en résulte un mode de fonctionnement collectif, que l'on peut nommer *culture tierce*, et qui provoque un sentiment fort d'appartenance à une identité commune. Un autre facteur est à prendre en compte attentivement : le fait que les cadres ainsi qu'un grand nombre de collaborateurs de la chaîne y soient acteurs depuis ses origines. Ainsi, l'environnement propre à ARTE est un environnement très stable, et les relations entre les employés de la chaîne, mais aussi l'ensemble des conflits vécus lors des premières années ont participé à une forme d'apprentissage interculturel, d'apprentissage *collectif* et *collaboratif*.

La dimension linguistique, évoquée plus haut, mettait en exergue une forte disparité, notamment dans l'apprentissage de la langue de l'autre. Elle traduit néanmoins une forme d'*appartenance* à un *collectif*. En effet, les Français disposant de compétences interculturelles se montrent curieux de la culture allemande, et n'hésitent pas à utiliser l'allemand pour simplifier leurs échanges, ou parce que leur attachement à ARTE et à cet aspect bilingue est fort, qu'ils souhaitent en tirer avantage, et le mettre en lumière.

Deux personnes se parlaient dans l'*Atrium* et se sont dit « Appelle-moi *wenn was'ist* », en fait elles ont cherché le plus court dans chaque langue et ont mélangé les deux [...] et cela n'a pas du tout frappé l'autre personne, qui a compris le message. Certains ne le remarquent même plus, et la langue reflète évidemment cette culture d'entreprise.<sup>660</sup>

Lors de nos entretiens, Birgit Gabriel, tout comme d'autres interlocuteurs – en majorité allemands d'origine – passaient ainsi naturellement d'une langue à l'autre, et ce pour plusieurs raisons : Puisqu'ils ne s'exprimaient pas dans leur langue maternelle, et étant au fait que nous maîtrisons la leur, ils n'hésitaient pas à utiliser l'allemand si le terme français leur échappaient. La directrice de la production s'exprimait dans un français certes impeccable, tout en agrémentant ses dires de quelques termes dans sa langue maternelle.

C'est différent dans les unités de programmes, car là c'est beaucoup plus *ausgewogen*<sup>661</sup>, les managers vont s'adapter à leurs publics.<sup>662</sup>

---

<sup>660</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>661</sup> En français : équilibré.

<sup>662</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

Nous avons pu noter ce retour quasi systématique à la langue allemande lorsque le terme utilisé décrit le contenu avec plus de fidélité et/ou de nuances que le terme français, la construction de certains morphèmes en allemand offrant parfois plus de possibilités. Birgit Gabriel préférait ainsi la notion d'« *entscheidungsunsicher* », qui pourrait se traduire dans sa forme adjectivale en français par « hésitant », mais ce terme ne comprend pas la nuance que propose l'allemand, et mériterait une traduction détournée du type « peu enclin à prendre des décisions » dans ce contexte précis. Le mot « *anstregend* »<sup>663</sup> lui venait tout aussi naturellement lorsqu'elle rapportait une situation de différence méthodologique entre Français et Allemands. La directrice d'unité préférait encore le terme de « *programmprägend* » au français « essentiel à la programmation ».

Nous avons retrouvé cette utilisation de la langue allemande dans un contexte plus technique, à l'instar des termes « *Mengengerüst* » (plan de charge des émissions), « *Programmeirat* » (comité consultatif des programmes), et même l'abréviation *PK*, pour désigner la « *Programmkonferenz* », la conférence des programmes, termes utilisés par ailleurs par bon nombre d'employés français, même ceux ne maîtrisant pas tout à fait l'allemand.

L'utilisation de la langue allemande semble donc parfois préférée par bon nombre de collaborateurs, français comme allemand, et participe à la création d'un sentiment fort d'appartenance à un groupe franco-allemand homogène, évoluant en toute harmonie. Nos interlocuteurs allemands optaient pour leur langue maternelle lorsque ces derniers évoquaient des notions précises, à l'instar des missions de la chaîne, décrites par Birgit Gabriel comme « *Völkerverständigendes Medium* » (média en faveur de la compréhension des peuples) ou encore des notions décrivant des instances ou établissements spécifiques à leur État, des « *Anstalten* » (instances télévisuelles allemandes) aux « *Fachhochschule* » (qui désigne les universités de sciences appliquées, techniques ou artistiques, comparables aux Instituts Universitaires de Technologie français).

Au sujet de l'utilisation fluide et spontanée de l'une ou l'autre langue chez les porteurs de cette double culture, le cas de Peter Gottschalk fait aussi figure de référence. Tout comme nos interlocuteurs allemands maîtrisant le français, le professeur et chargé de programmes d'ARTE choisissait tout à fait librement de s'exprimer exclusivement en français lors de l'interview. Alors qu'il préférait l'allemand pour l'ensemble des termes techniques ou se

---

<sup>663</sup> En français : astreignant.

rapportant directement à l'univers allemand, Peter Gottschalk prenait ensuite la peine de citer l'équivalent français ; une attitude tout à fait spécifique à tout individu compétent et profondément ancré dans l'interculturel.

Je suis chargé de programme, *Leitender Redakteur*.<sup>664</sup>

[...] il y a des chargés de programmes, des *ARTE-Beauftragte*, qui connaissent les attentes d'ARTE.<sup>665</sup>

Si la langue utilisée est le reflet de l'identité culturelle des individus, notons donc à quel point un collaborateur d'ARTE peut être imprégné par les multiples facettes qui l'habitent. L'activité professionnelle de Peter Gottschalk le conduit en outre à une utilisation fréquente de l'anglais, et son discours comprenait parfois les trois langues qu'il maîtrise.

Lorsque vous n'avez que du *voice-over*, c'est-à-dire des professeurs, des journalistes, des experts, français par exemple, dans la version originale, et que tout est *voice-overisé* en allemand, c'est un peu *boring*. Quand on fait le film, il est plus intéressant d'avoir quelqu'un qui parle allemand. Mais c'est quelque chose qui est régulièrement discuté, et il y a des sujets qui sont *quasi, von sich auch*, franco-allemand.<sup>666</sup>

L'utilisation de l'anglais rappelle à quel point l'entreprise se veut européenne, souhaite constituer une culture d'entreprise européenne, qui semble ici bel et bien instaurée.

[...] je ne sais même pas où sont les frontières, mais il faut dire qu'ici, le contexte fait que c'est ainsi. Quand mon téléphone sonne je ne sais pas quelle langue je vais parler, ça met dans un bain tout à fait différent. L'Europe est une évidence. C'est mon périmètre.<sup>667</sup>

Nous avons relevé une orientation similaire à Peter Gottschalk chez Annette Gerlach, souvent conduite à passer de l'anglais à l'allemand et au français. Son discours, en français pour notre interview, était ainsi ponctué, et ce régulièrement, de touches allemandes ou anglaises.

---

<sup>664</sup> Peter Gottschalk, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>665</sup> Idem.

<sup>666</sup> Idem.

<sup>667</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.

J'ai été la première à présenter régulièrement des émissions en allemand et en français sans être *native speaker*...<sup>668</sup>

Je suis *die deutsche Verantwortlicherin*<sup>669</sup>

[...] essayer vraiment de contenter les deux *main-publics*, et de les attraper là où ils sont, *sie da abholen, wo sie sind*

il y a un vrai problème « manuel », dans le sens de « *handwerklich* ».

[...] ARD et ZDF ont toujours perçu ARTE comme un *Stiefkind*.

Sur le même mode que celui adopté par Birgit Gabriel, Annette Gerlach, après s'être assurée que nous maîtrisions la langue allemande, choisissait les termes allemands lorsque ces derniers incluent de légères nuances, lui permettant de s'exprimer avec plus de précision.

Ils ont parfois des grands projets qui n'ont rien à voir avec ARTE [...] et ils mettent un petit quelque chose pour nous contenter, pour avoir *den ARTE Zuschlag*.<sup>670</sup>

Il semblerait cependant que les individus allemands passent plus facilement d'une langue à l'autre que les individus français, qui s'en tiennent uniquement à quelques termes techniques, et ce qui souligne une fois encore une part de défaillance dans l'apprentissage de la langue de l'autre, qui contribue pourtant à l'instauration d'un système interculturel solide et fondé sur un véritable équilibre bilatéral.

Ils [les dirigeants français] disent qu'ils comprennent tout mais ont du mal à s'exprimer...je ne suis pas sûre qu'ils comprennent tout ! Je ne suis pas sûre qu'ils comprennent certaines subtilités, mais effectivement à force de répéter les mêmes mots techniques comme *Programmbeirat* (comité consultatif des programmes), ils ont appris à comprendre, mais ne font pas de progrès.<sup>671</sup>

---

<sup>668</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg, comme pour l'ensemble des citations suivantes.

<sup>669</sup> En français : la responsable allemande.

<sup>670</sup> Le terme *ARTE Zuschlag* désignait ici la taxe, l'aide financière accordée par le GEIE pour coproduire un programme.

<sup>671</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.



Annette Gerlach, pourtant figure emblématique de l'interculturalité, relevait cette différence sans masquer ce sentiment d'inégalité dans l'apprentissage de la langue de l'autre, et même dans l'intérêt plus pauvre que les Français ont pour la langue allemande. Il semble donc sensé d'émettre l'hypothèse qu'un Allemand moins interculturellement flexible qu'un sujet tel qu'Annette Gerlach, puisse éprouver un sentiment de frustration, facteur d'irritation dans la rencontre franco-allemande.

Une autre problématique tenant des compétences linguistiques a été relevée lors de l'enquête de terrain. Outre une différence concrète dans l'apprentissage même, et la constatation d'efforts très relatifs de la partie française, ont été rapportés des comportements variés dans la prise de conscience et l'auto-évaluation du niveau linguistique de certains sujets.

[...] Certains sont de vrais bilingues, j'en ai rencontré en vingt ans. Un de nos traducteurs français connaît à peu près une vingtaine de dialectes [...] Mais il y a aussi quelques personnalités d'origine allemande qui disent être parfaitement bilingue, parce qu'elles sont là depuis longtemps, et ce n'est pas le cas.<sup>672</sup>

Des cas de manque d'entraide, aussi bien du côté de la partie allemande que française, ont pu être relevés lors de nos échanges. Selon les dires de cet interlocuteur, certains sujets n'oseraient ou ne souhaiteraient pas demander d'aide, et d'autres n'en proposent pas.

Je trouve cela vraiment important de savoir demander à l'autre un peu d'aide lorsqu'il ne s'agit plus de notre langue maternelle. L'on reçoit parfois des lettres, des mails assez complexes, il faut pouvoir le faire lire à quelqu'un d'autre.<sup>673</sup>

Alors que certains sujets semblent s'être totalement imprégnés de leur environnement franco-allemand, européen, quelques points de tension subsistent, et ont été décrit par des employés pourtant présents depuis les premières années de diffusion de la chaîne. Mais ces différences ne font pas pour autant figure de facteur bloquant.

À la question de savoir si ARTE a réellement constitué une culture tierce, nous répondrons qu'elle est avant tout parvenue à constituer une volonté d'appartenance à un groupe, du fait que les employés à des postes à responsabilités partagent des valeurs

---

<sup>672</sup> Interlocuteur allemand, employé dans l'unité programmation à Strasbourg.

<sup>673</sup> Ibid.

communes et disposent d'une certaine appétence pour l'interculturel. Les équipes sont stables, les individus se connaissent pour certains depuis les origines du projet, et ne remarquent plus les différences. Les problèmes liés à l'interculturalité, que nous avons pu développer dans les chapitres précédents, ont plutôt eu lieu au cours des premières années de la chaîne. Désormais s'est constitué un mode de *gestion hybride*, franco-allemand, fondé sur le consensus et sur un principe d'alternance qui semble convenir aux deux parties. L'ancienneté de la grande majorité des *Artésiens* est l'un des facteurs d'équilibre de l'environnement actuel, et ces professionnels, lors des débuts de la chaîne, ont su trouver à travers le consensus des solutions aux problématiques que peut engendrer une rencontre interculturelle parce qu'ils partageaient un passé professionnel similaire, des compétences dans l'audiovisuel, ainsi que cette volonté de participer au projet historique de création d'une chaîne de télévision européenne. Ces éléments sont facteurs de *cohésion*, facilitent la *coopération interculturelle* et participent à la création d'une *identité de groupe*. Le sentiment d'appartenance à un groupe est fort et palpable dans les locaux strasbourgeois de la chaîne, et il ne s'agit pas d'une addition de deux cultures, mais bien d'un *environnement tierce*, englobant les deux cultures, identitaires comme professionnelles, leur permettant de s'exprimer. Ce constat nous renforce dans l'idée que toute rencontre interculturelle est dialectique, qu'il existe des phases de conflits, mais que ces malentendus peuvent et doivent être productifs.

Cet environnement interculturel est vecteur de mutualisation des compétences, notamment dans les domaines précis de la rédaction et de la programmation, mais aussi dans les services juridiques et financiers, moins dans les services techniques plutôt à dominance française. Les cultures françaises et allemandes, dans le cadre de l'audiovisuel, se complètent parfois. Ce qui peut être considéré comme des incompatibilités ne sont finalement pas des facteurs bloquants, et semblent même très bien se compléter dans le cadre précis de l'audiovisuel, ainsi la créativité et l'effervescence – souvent perçue par les Allemands comme de la précipitation – française, rencontrent une meilleure structuration allemande, un mode de gestion prévisionnel et très écrit pertinent. Il existe entre France et Allemagne des traits communs de gestion, que l'on retrouve chez ARTE. L'organisation télévisuelle présente une forme d'unicité, d'autonomie, son fonctionnement n'est pas soumis à certaines contraintes, elle se détache de quelques entraves juridiques, françaises comme allemandes.

Ce qui est productif c'est qu'à chaque fois ces situations te mettent face à tes propres certitudes et [...] cela montre qu'il faut toujours se questionner. Il paraît que l'Homme

n'aime pas le changement, mais c'est le changement qui m'a fait arriver à un résultat interculturel, et l'interculturalité me va très bien parce que tous les jours c'est autre chose. Mais entre Français et Allemands le pas n'est pas si énorme [...] Entre France et Allemagne on est dans de petits ajustements.<sup>674</sup>

En ce sens, le mélange des cultures est bénéfique, enrichissant, permet de faire exister des solutions et des modes d'organisation nouveaux, inspirés des deux parties. Il semble exister chez ARTE une hiérarchie « à la française », mais moins autoritaire – résultat aussi d'un glissement d'autorité dans le management moderne en France, bien plus horizontal qu'il ne l'était il y a quelques années.

Il y a des différences d'intérêt bien entendu. Le fonctionnement du Comité de Gérance me semble un bon exemple. Je ne sais pas si c'est un malentendu au départ parce qu'il fallait cadrer les choses, mais c'est plus à la demande des Allemands que les choses ont été cadrées, et ça me paraît plutôt productif car les choses sont devenues plus claires dans les modes de fonctionnement et de gouvernance.<sup>675</sup>

À Strasbourg, Français et Allemands sont en contact quasi permanent, et les sujets les plus habiles dans l'interculturel ont une réelle connaissance de la culture de l'autre, ne sont donc pas surpris de certains comportements et savent adapter le leur ainsi que leur discours. Les sujets interculturellement compétents sont capables de prendre en compte la culture de l'autre, et sont conscients que la leur influence leurs propres perceptions. Notons que la capacité d'adapter son discours selon le contexte ou les récepteurs est une compétence tout aussi utile dans les relations interpersonnelles, qu'elle est propre à tout individu, mais que la relation interculturelle peut l'augmenter. Nos interviews auprès de sujets profondément « interculturels », des directeurs d'unité et responsables expérimentés d'ARTE, dénotent un enracinement suffisamment important dans la « culture d'ARTE », dans ses missions et ses valeurs, afin qu'ils n'aient pas le sentiment de devoir fournir un effort supplémentaire quotidien. La question de la rencontre de deux langues, à laquelle nous avons accordé quelque réflexion, soulève des aspects positifs et négatifs. Le mélange des langues, l'utilisation pratique ou technique de la langue de l'autre confère ce sentiment de *construction identitaire* et facilite la *convergence des pratiques*, deux éléments fondamentaux dans l'environnement interculturel. Mais cette union de deux langues sous une même entité reflète aussi des

---

<sup>674</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>675</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

inégalités nuisibles à l'établissement d'un environnement sain et fonctionnel. De ce point de vue, les Allemands sont bien plus dans une position d'adaptation que les Français. Leur manque de connaissance de la langue comme de la culture allemande a pu mener à des malentendus ou des situations de frustration.

### ***Le GEIE et ses modes de résolution de conflits***

Il y a donc plus d'initiatives de prises, ça va plus vite, mais il y en a aussi plus qui échouent parce que ce n'était pas réfléchi jusqu'au bout. [...] Les Allemands vont réfléchir plus longtemps, travailler plus dans les détails, tous les aspects d'un projet quelconque. Tout prend plus de temps, on est moins rapides, moins agiles, mais aussi du coup moins créatifs, parce qu'on s'est fixé dès le départ sur des critères et des paramètres, et on a un peu de mal en tant qu'Allemands à sortir de là. Plusieurs *Artésiens* m'ont dit que les Français à la Centrale étaient plus créatifs, avaient plus d'humour, étaient plus dans la communication indirecte, et informelle. Et que les Allemands sont peut-être plus fiables mais moins créatifs, moins drôles et moins rapides.<sup>676</sup>

La rencontre interculturelle franco-allemande en milieu professionnel semble être source de *malentendus productifs*, mais souligne tout autant les grandes nuances culturelles qui séparent les deux États. De quelle manière le conflit est-il résolu, ou évité, à Strasbourg, noyau interculturel de l'entreprise télévisuelle ?

Outre notre postulat d'origine, selon lequel toute rencontre interculturelle connaît des phases de conflits, notre parcours universitaire et professionnel nous a permis de suggérer et soutenir l'hypothèse que l'acquisition de compétences interculturelles se fonde certes en partie sur la théorie, mais en particulier sur *les contacts réels, ainsi que leur fréquence*. Ainsi, la fréquence des contacts fait figure de *mode de résolution de conflits* et peut être examinée dans le cas ARTE. Cette hypothèse a effectivement été vérifiée au sein du siège de la chaîne, les individus les plus compétents dans l'interculturel étant de toute évidence les responsables d'unité et managers en contact permanent avec leurs équipes franco-allemandes. Les sujets moins conduits à rencontrer leurs homologues de l'autre culture ne disposent pas de compétences interculturelles aussi manifestes, et évoquent plus d'inégalités dans les rapports d'une culture à l'autre (apprentissage de la langue, domination d'une culture, curiosité pour l'autre etc.). L'environnement global d'ARTE, a priori interculturel, ne suffit donc pas à

---

<sup>676</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

accroître les compétences interculturelles des sujets y évoluant. Notre visite des locaux parisiens de la chaîne ne fait que corroborer cette théorie. Émelie De Jong, directrice d'unité en poste à Paris, et en contact régulier avec ses homologues strasbourgeois et allemands, mentionnait cette absence d'interaction entre employés français et allemand des pôles nationaux.

Ici (ARTE France, Paris), l'allemand est un plus mais pas une obligation, et on reste franco-français. La structure de la chaîne permet la connaissance de l'autre entre Français et Allemands, avec des stages, quelques journées interculturelles à Strasbourg, avec une volonté, un effet de se connaître les uns les autres. Mais au quotidien, nous sommes en lien avec Strasbourg concrètement, mais pas avec les Allemands. [...] Mais les gens qui sont les plus exposés, les plus proches de Strasbourg, ce sont les gens à mon niveau, les directeurs d'unité. Nous sommes amenés à rencontrer nos collègues allemands, à réfléchir ensemble sur la ligne éditoriale. Mais le reste des employés d'ARTE France...pas vraiment. Dans le quotidien de la chaîne ça n'aide pas à la compréhension de l'autre...ce n'est pas à niveau-là que les choses se passent, on n'est pas du tout une rédaction franco-allemande ici à ARTE France.<sup>677</sup>

Cette « théorie du contact », qui suggère que la rencontre interculturelle est en mesure de prendre une nouvelle dimension, positive et productive, à condition qu'il existe de réels et multiples moments d'échange entre les sujets impliqués, nous a été rapportée par Annette Gerlach.

Afin de préparer au mieux le magazine *Square Salon*, qui tient toute son originalité dans son format regroupant autour d'une même table des experts européens de différents domaines – scientifique, littéraire, politique – la présentatrice et journaliste rendait compte de l'importance d'organiser une rencontre préalable entre ces invités d'horizons, de langues et de cultures variées. La journaliste anticipe ainsi le premier contact, hors caméra, et libère ses invités d'une forme de tension, d'éventuels a priori. Le fait d'être préalablement entrés en contact, dans une situation plus décontractée, introduit les invités dans un *cercle commun*, auquel ils n'appartenaient pas. Les futurs interviewés prennent conscience qu'ils partagent ou non des opinions communes, mais surtout qu'ils partagent bel et bien une mission commune,

---

<sup>677</sup> Émelie De Jong, interview du 04 décembre 2017, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

celle de parvenir à enregistrer ensemble une émission claire, dans laquelle ils débattront et tâcheront de donner du relief à chacune des idées exposées.

Cette émission est un défi formidable, le fait de faire venir des gens pour une journée à Strasbourg, des gens de différentes nationalités, de différentes cultures et de différentes orientations professionnelles, pour débattre d'une thématique commune. Mon dernier remède pour faire de cette « faiblesse » une force a été de toujours se rencontrer avant l'émission pour déjeuner. On prend le temps de déjeuner ensemble, on parle, puis on enregistre dans l'après-midi. Et ça marche ! C'est essentiel pour ouvrir l'esprit des autres, qui sont tout de même a priori des invités qui naviguent entre différents univers, qui parlent parfois même plusieurs langues.<sup>678</sup>

À l'inverse, la journaliste et experte de l'interculturel rapportait un tout autre cas, lors duquel les individus n'ont pas eu l'occasion de préparer leur rencontre à l'écran. Les trois présentateurs, Annette Gerlach incluse, de trois nationalités et trois cultures différentes, se sont ainsi découverts alors qu'ils présentaient leur format trilingue. Cette rencontre interprofessionnelle, et pourtant bel et bien interculturelle, est restée au stade de la simple *superposition* des méthodes et des langues. Alors que chacun disposait incontestablement de compétences en tant qu'animateurs, la rencontre des trois cultures est restée superficielle.

Notre idée était d'avoir un Suisse qui parle allemand, moi, français, un Italien en italien. [...] J'étais la plus expérimentée dans l'équipe, et je leur ai proposé, sur le même mode que *Square Salon*, de se rencontrer, de se parler en amont. Nous n'avons pas eu le temps de le faire, et j'ai trouvé notre présentation à trois – c'est très personnel – impossible à regarder. C'était vraiment indigeste. Nous nous sommes retrouvés ainsi tous les trois à côté, avec ceux qui traduisent pour les autres, et il n'y avait pas de vraies interactions entre nous. L'avantage de l'interculturel, qui est de se remettre en question, d'apprendre des autres...je ne l'ai pas retrouvé. Il n'y avait que la lourdeur, les différentes façons de faire accolées les unes aux autres. Ce n'était, toujours selon moi, pas bon.<sup>679</sup>

Le contact permet de dépasser le simple collage pour passer à l'interaction, à l'intégration, et semble être un *mode de résolution de conflits*, voire même un *mode d'évitement de malentendus* non négligeable, appliqué à l'échelle des invités et animateurs si l'on se réfère

---

<sup>678</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>679</sup> Ibid.

aux anecdotes d'Annette Gerlach, mais qui aurait toute sa valeur s'il était appliqué au sein même du Groupement, en particulier entre les employés affectés à des postes techniques ou financiers, n'ayant que peu de rapports avec leurs homologues allemands.

Nos entretiens et analyses de terrain nous ont en outre permis d'inclure aux différents modes de résolution de conflits d'ARTE la notion de *consensus*, relatée par nombre de nos interlocuteurs, et qui rejoint la théorie de l'*objectif commun* développée ci-dessous.

En fait, ARTE est un peu une chaîne diplomatique, avec tous les avantages et les inconvénients que cela entraîne [...] Être une chaîne « diplomatique », c'est notre protection. Le revers de la médaille, c'est qu'il faut toujours trouver du consensus et c'est parfois fort épuisant.<sup>680</sup>

Les sujets ont ainsi développé une *attitude consensuelle*, véritable dispositif de résolution de discorde mis en place entre les responsables des pôles français, allemand et de Strasbourg, en particulier pour traiter des questions de programmation et de ligne éditoriale. Une attitude consensuelle plutôt attribuée à la culture allemande, dans sa tradition fédérale, et qui, pour la partie française est aussi parfois synonyme de perte de temps.

L'approche interculturelle se fonde en partie sur le consensus, le consensus étant, tout comme l'interculturel, un des fondamentaux du concept d'altérité. En communication interculturelle, il est important de s'intéresser tant à la prise de contact entre les cultures qu'aux modifications résultant de ces contacts, et il semblerait que la question du consensus en soit un exemple. Les Français de Strasbourg ont, en quelque sorte, appris de leurs collègues allemands, et trouvent dans le consensus un bon moyen d'équilibrer les différences d'intérêts et ainsi constituer ensemble une programmation convenant à la majorité des parties engagées.

[...] our cognitive development is determined by the demands of the environment in which we grew up: a person will be good at doing things that are important to him/her and that (s)he has occasion to do often.<sup>681</sup>

---

<sup>680</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche ARTE France, Vanves.

<sup>681</sup> « Notre développement cognitif est déterminé par les exigences de l'environnement dans lequel nous avons grandi : une personne sera douée pour faire des choses qui sont importantes pour elle et qu'elle a l'occasion de faire souvent », dans G. Hofstede "Cultural Differences in Teaching and Learning" 1986 p.305.

Le consensus des *Artésiens* interculturel-compétents prend forme à travers une capacité de remise en question de soi, une distanciation critique vis-à-vis de sa propre culture, comme de celle de l'*Autre*. Les sujets sont convaincus que la différence conduit à l'enrichissement.

L'étude historique préalablement menée montre que la réussite de la rencontre interculturelle se fonde sur le fait de devoir remplir un **objectif commun**, clairement énoncé, porté par des sujets impliqués, avec un véritable engagement. Ces derniers ont ainsi développé la ferme volonté de poursuivre leur mission, font preuve de plus de souplesse, et semblent aptes à se remettre en question, à faire du **consensus** le **moteur de la résolution des conflits**, tant dans leurs décisions individuelles ainsi que celles propres au fonctionnement général de la chaîne. Dans le cas précis d'ARTE, le fait de travailler avec l'*Autre* fait sens, fait entièrement partie de la **cause commune**, et la présence d'acteurs suffisamment compétents pour pouvoir jouer un **rôle médiateur** dans l'ensemble des unités du Groupement facilite l'atteinte de ces objectifs. Ces médiateurs, en plus de légitimer les missions de la chaîne, rendent possible et fonctionnel l'interculturel malgré toutes les phases de conflits inhérentes au contact des cultures.

On travaille tous pour un objectif, celui de rapprocher les peuples grâce à des émissions culturelles de qualité, qui donnent du sens au décryptage du monde, qui donnent de la place à l'art, qui donnent à découvrir les richesses du patrimoine, tentent de faire émerger de nouvelles cultures [...] Dans les coulisses ce n'est pas toujours facile mais au final, comme notre objectif est le même, et que l'on est conscient que le franco-allemand est une force, alors tout le monde se réunit.<sup>682</sup>

La directrice de l'unité culture avec laquelle nous avons pu échanger mentionnait toute l'importance d'établir et de faire connaître les objectifs communs à chacun des sujets au cœur de la collaboration interculturelle.

Si l'on souhaite emmener les gens quelque part, il faut leur expliquer pourquoi, et si on a du sens à donner à ce qu'ils font, alors il n'y a pas de raison qu'ils n'apportent pas leurs compétences et leur envie pour faire avancer les choses. Nous sommes dans une entreprise qui a du sens et nous savons pourquoi nous travaillons. Et nous savons que nous avons une chance infinie de travailler à ARTE.<sup>683</sup>

---

<sup>682</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>683</sup> Ibid.



Les deux cultures, française et allemande, n'entrent pas en contact dans un contexte de dualité mais bien de coopération, de collaboration. Tous sont très sensibles, très attachés aux missions qu'ils ont à accomplir, si bien que Jérôme Clément préférait, lors de l'entretien qu'il nous a accordé, insister sur l'aspect *pragmatique*, européen et audiovisuel, et assumait totalement ne pas foncièrement affectionner le terme d'interculturel, ne pas vouloir le mettre au cœur de l'analyse d'ARTE, qu'il considère avant tout comme une chaîne de télévision, généraliste, et une entreprise commune.

Le mot interculturel ne me paraît pas forcément adapté [...] L'interculturel, c'est mettre son imaginaire en commun, c'est avoir une grille de lecture par la télévision et par la création, qui soit une façon de confronter, et non pas d'unifier les points de vue français et allemands, sur des sujets qui touchent à l'histoire, au regard sur le monde, au documentaire.<sup>684</sup>

ARTE est beaucoup plus que de l'interculturel, c'est une entreprise, d'abord européenne, de compréhension entre deux peuples, à travers un modèle télévisuel.<sup>685</sup>

L'aspect purement pragmatique permet en effet de balayer un ensemble de questions propres à l'interculturel, mais celles-ci existent bel et bien et leur traitement permet selon nous d'aller plus loin dans l'échange de contenus culturels. Le choix du simple pragmatisme peut être un mode de résolution de conflits efficient, mais fait aussi prendre le risque de rester dans le simple collage de deux entités pour satisfaire les demandes énoncées dans le contrat de formation sans réelle implication.

La seule façon de résoudre le problème, c'était d'être pragmatiques.<sup>686</sup>

Jérôme Clément semble particulièrement attaché à cet aspect pragmatique. Le but commun et la responsabilité historique portée par le projet ARTE occulte tout l'aspect théorique de l'interculturel, et semble selon lui suffire à faire travailler ensemble des employés de cultures différentes. Son point de vue est tout à fait justifié au regard de sa position dans la chaîne, du fait qu'il est lui-même porteur de ce projet, qu'il a un regard de plus de vingt ans sur la chaîne

---

<sup>684</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018 à Paris.

<sup>685</sup> Idem.

<sup>686</sup> Idem.

et son fonctionnement interne. Jérôme Clément, s'il émettait une réserve quant au choix du terme d'interculturel, a pourtant développée de réelles affinités avec ses congénères et collaborateurs allemands, et n'oubliait pas d'en mentionner la nécessité lors de son entretien.

J'avais moi-même, avec mon homologue, le vice-président allemand, de vrais liens, nous discussions de tout. De vraies amitiés se sont créées et cela est très important. Nous avons, en ce sens, énormément contribué au rapprochement franco-allemand. Cela concerne ceux qui le faisaient, ceux qui étaient invités, mais le public aussi. Le public a vu, par notre journal et par les œuvres montrées, des informations sur l'Allemagne qu'il n'avait pas, et cela, c'est un imaginaire...<sup>687</sup>

L'emblématique directeur de la chaîne a en outre déjà relaté des différences culturelles dans son ouvrage dédié à la chaîne franco-allemande, soulignant que ces dernières « étaient telles qu'il fallait passer des heures à se parler, et comprendre pourquoi nous réagissions si différemment aux questions posées »<sup>688</sup>, puis s'appuyait de surcroît sur la notion de *confrontation*, lors de notre entretien, corroborant ainsi notre seconde hypothèse de recherche.

La fiction, le documentaire, tout comme la structure d'ARTE elle-même, est du domaine de la confrontation permanente, l'équipe franco-allemande à Strasbourg est un lieu de confrontation permanente.<sup>689</sup>

L'interculturel télévisuel, selon Jérôme Clément, semble moins résider dans l'harmonisation des méthodes de chacun des sujets porteurs de leur(s) culture(s) que dans l'élaboration d'une programmation culturelle, qualitative, mettant en commun les imaginaires européens. Une définition plus proche du *discours interculturel* que du *dialogue interculturel* auquel nous nous intéressons ici, nous y reviendrons dans le chapitre suivant.

Indépendamment des grandes missions de la chaîne franco-allemande, notons que la *sphère* dans laquelle évoluent les sujets étudiés a un rôle tout à fait considérable. La rencontre interculturelle a lieu au sein d'une entreprise télévisuelle, qui plus est publique et de nature culturelle. Le principe même de télévision culturelle implique de la part de l'ensemble des collaborateurs – quelle que soit leur nationalité ou culture d'appartenance – une ouverture sur

---

<sup>687</sup> Idem.

<sup>688</sup> Clément, *Le choix d'ARTE*, page 45.

<sup>689</sup> Jérôme Clément interview du 30 octobre 2018, Paris.

l'*Autre* et sur tous les sujets potentiellement programmables. Ces mêmes individus disposent de profils plus que compatibles avec l'interculturel : journalistes, rédacteurs, directeurs d'unité, ces derniers sont a priori prédisposés au dialogue, au débat, au partage d'opinions, et jouissent d'une certaine curiosité, d'une volonté de s'enrichir auprès de l'autre culture, à l'instar de personnalités telles qu'Annette Gerlach.

La clé de la réussite de la chaîne réside dans le fait que les acteurs engagés sont conscients de leur rôle, et acceptent cette diversité culturelle, qui selon eux, et grâce à leur expérience chez ARTE, ou par attrait pour l'interculturel, est considérée comme une force, un enrichissement. Nous nous sommes plusieurs fois appuyée sur le terme de « divergence » ou de « différence » culturelle. Il s'agirait plutôt, dans le cadre d'un environnement interculturel sain, de « nuances culturelles », permettant d'élargir le prisme décisionnaire des porteurs de cette culture tierce propre à ARTE, dans la perspective d'atteindre un but commun clairement défini.

***Le but commun, vecteur essentiel d'une politique de consensus.***

Il y a beaucoup d'aspects interculturels, et de *critical incidents* connus, mais par cette adhésion à la mission de la chaîne, il y a toujours ce constructif de trouver une solution pour le bien de la chaîne, qui reste valable, ce but commun, et donc même s'il y a des conflits, tous vont toujours trouver une solution, un compromis, une décision commune, qui va dans le sens d'ARTE.<sup>690</sup>

Le sentiment d'appartenance à un groupe, qu'ARTE est parvenue à instituer, permet de dépasser les inégalités, mais pas uniquement. S'il existe une forte imprégnation de la culture française, que certains sujets – allemands – évoquent la notion d'effort, ou plutôt de manque d'effort de la part des Français, s'il existe des conflits et des inégalités, les sujets en contact les dépasseront parce qu'ils partagent un *but commun*, celui d'être *médiateurs, représentants* d'une rencontre franco-allemande afin de mener à bien les missions de la chaîne, que sont le rapprochement des peuples d'Europe, le partage de bien culturels à cette échelle.

Ce qui se passe en interne, c'est finalement comme dans toutes les cuisines, ça se dispute, ce n'est pas toujours d'accord, et puis ça se réconcilie. [...] Français et Allemands restent

---

<sup>690</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

différents, mais dès qu'il s'agit de défendre quelque chose de commun, qui serait en danger, alors tout le monde se retrouve.<sup>691</sup>

Cet *objectif commun*, ce but à atteindre, a été clairement défini lorsque la chaîne a été pensée, et les pionniers de ce projet de chaîne de télévision, français comme allemands, véritablement engagés et partageant des idéaux communs, se sont rassemblés pour créer une entité nouvelle, qui devait être porteuse de l'idée européenne, du rapprochement des peuples. En amont et dès les premiers échanges franco-allemands, les grandes orientations de la future chaîne étaient clairement établies. L'entité strasbourgeoise concentre à l'heure d'aujourd'hui nombre de ces pionniers, ce qui facilite très clairement les *processus de résolution de conflits*.

À Strasbourg spécifiquement, au début, les gens ont créé la chaîne donc ils ont été orientés vers le fait de trouver des solutions, ensemble, plutôt que d'avoir à s'intégrer dans quelque chose qui existait déjà, avec un objectif commun, ce qui aide beaucoup.<sup>692</sup>

La défense d'intentions communes, que seraient le *rapprochement des peuples*, le *transfert* et le *partage de biens culturels*, le désir de proposer des contenus audiovisuels de qualité est un facteur de *synergie positive*, de rencontre fructueuse car les sujets, avec cette ferme volonté de réussir, feront preuve de souplesse pour s'affranchir des barrières culturelles et dépasser les situations de conflits. Les sujets compétents dans l'interculturel, ou devenus compétents grâce au contact de l'autre culture, se considèrent comme chanceux, considèrent que leur environnement actuel est bien plus riche, formateur et profitable à leur développement personnel et intellectuel que ne le serait un environnement mono-culturel.

[...] en tant que personne, j'aurais du mal à évoluer dans une entreprise purement française ou allemande, parce que je trouve cela réduit. Ici tout est plus riche.<sup>693</sup>

Notons cependant que l'ensemble des modèles de résolution de conflits, fondés sur le désir de coopération, sur l'atteinte d'un objectif commun<sup>694</sup> clairement défini et considéré comme

---

<sup>691</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>692</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>693</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>694</sup> Le but commun ne semble pas non plus se suffire à lui-même, mais doit bien être présent dans un contexte plus large favorisant la coopération. En effet, il ne suffit pas « de mettre les gens ensemble et de leur proposer n'importe quelle activité commune [...] pour qu'aussitôt s'aplanissent les difficultés et les incompréhensions ; le type d'activité peut certes faciliter un rapprochement mais il est évidemment insuffisant pour résoudre les

pertinent, porté par des sujets partageant des valeurs communes, et ainsi sur le désir de trouver la voie du consensus et de la diplomatie n'est observable concrètement que dans les locaux du siège, à Strasbourg. Les grandes missions d'ARTE sont défendues par les sujets évoluant à des postes à responsabilité à Strasbourg, ils s'y identifient pleinement. Entre les personnalités compétentes dans l'interculturel, et profondément investies et engagées dans les missions de la chaîne, les conflits et malentendus restent présents, mais sont *productifs*, renforcent la dimension interculturelle et les liens entre les cultures en contact. Le mode de résolution de conflit demeure le consensus, terme clé cité dans nombre d'interview, ainsi que lors d'échanges officieux.

La ténacité des acteurs en faveur du développement d'ARTE a largement participé à la résolution de l'ensemble des conflits inhérents au *choc des cultures professionnelles*. L'ensemble des solutions, des stratégies développées, a modelé la chaîne et ses modes de gestion. ARTE s'est, dans une certaine mesure, construite en faisant de ce qui pouvait être considéré comme une faiblesse une force, et a puisé dans l'interculturel de quoi fonder une armature solide. C'est en étant consciente de ses failles, des dangers de l'interculturel comme de ses atouts, qu'ARTE s'est inscrite dans le temps. Si le fait d'évoluer au sein d'une *organisation audiovisuelle* participe grandement à l'éclosion d'une *culture tierce*, comme nous avons pu l'évoquer précédemment, le *lien identitaire* n'est que renforcé par les objectifs singuliers d'ARTE. L'ensemble des collaborateurs défendent une cause commune, et ce sentiment d'appartenance à cette *mission européenne* pousse les individus engagés non pas à éviter, mais à accepter les *nuances culturelles*, et en tirer de *nouvelles perspectives*. Cet engagement en faveur de *l'entente et du rapprochement des peuples via un programme de télévision commun* favorise et simplifie *l'entente interculturelle*.

Il existe cependant au regard de la structure, et donc des relations entre employés d'un pôle à l'autre, de véritables *dysfonctionnements*. Le GEIE a été imposé à la partie française notamment, afin de pouvoir y greffer un appendice allemand. Le but commun a donc, de ce point de vue, des allures de *contraintes* plus que de véritable engagement européen. S'est ainsi créée une posture assez singulière d'*obligation*, et les missions de la chaîne rendent ce succès *impératif*. Si l'engagement implique un devoir profond de réussite, une responsabilité,

---

différends entre deux groupes nationaux » cité depuis Ladmiral, Jean-René. *La communication interculturelle*. Bibliothèque européenne des sciences de l'éducation. Paris: A. Colin, 1989. Page 201.

cette mission de construction européenne médiatisée rend l'enjeu d'autant plus complexe. Un succès comme un échec sera rendu public, et à grande échelle. Notre étude de la *strate systémique* montre un réel déséquilibre de la structure tripolaire d'ARTE. Cette instabilité structurelle a de fortes répercussions dans la constitution du *dialogue* entre employés de la chaîne. ARTE Deutschland, qui ne produit rien et demeure très complexe, car éclatée sur le territoire allemand, emploie des sujets n'ayant – à l'exception de quelques représentants – aucune interaction avec la partie française.

Le système auquel est soumis ARTE produit de la désorganisation au quotidien dans le travail des équipes et est improductif au niveau des programmes. Il va à l'encontre de toute politique des programmes dynamique et originale. Il insulte enfin, par les mesquineries qu'il permet, la grandeur du projet européen.<sup>695</sup>

Malgré une longue phase d'harmonisation, et bien qu'elle révèle des disparités dans les cultures professionnelles des acteurs engagés, qu'elle révèle en outre quelques indices d'un interculturel parfois *statique*, ARTE se profile aussi comme produit d'un mouvement de réconciliation en faveur de la réalisation identitaire européenne. Une dynamique rendue possible par la mise à l'écart de nombreux intérêts nationaux et l'expression *d'ambitions communes* fortes : la constitution d'une identité européenne via la (re)connaissance de l'*Autre*, l'institution d'un climat de paix durable en Europe au moyen de l'échange de biens culturels, et une étroite collaboration culturelle entre Français et Allemands.

Notons que le fait même de parvenir à mettre sur pied cette chaîne de télévision européenne et culturelle est une réussite en soi. La Chaîne Culturelle Européenne est une remarquable création franco-allemande, l'aboutissement fécond d'une procédure impliquant de nombreux acteurs, de nombreux paramètres, et l'*effort culturel* des sujets impliqués, acte une forme de *volontarisme culturel* propre au bon déroulement d'une *dynamique interculturelle*. Les grands ouvriers de la chaîne ont ainsi mis de côté leurs intérêts propres, ont modifié leurs cultures professionnelles respectives afin de faire aboutir leur *projet commun*.

### c) Un dialogue tripolaire inexistant.

ARTE est avant tout porteuse de valeurs historiques, politiques et culturelles, des valeurs portées et partagées par l'ensemble des collaborateurs. Si les méthodes et les cultures

---

<sup>695</sup> Démerin, Patrick. « Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ? » *Le Débat*, n° 120 (2002): 4-31. <https://doi.org/10.3917/deba.120.0004>.

divergent, la volonté de réussir est plus forte et des solutions consensuelles seront élaborées. Le fonctionnement d'ARTE repose sur ce mode de fonctionnement, fondé sur le consensus, sur l'atteinte d'une mission commune clairement définie et partagée par les porteurs du projet. La structure globale nécessite néanmoins plus d'échange et d'intégration. La théorie de l'objectif commun a déjà été traitée et démontrée dans la recherche interculturelle. Nous y ajoutons qu'en effet, la structure d'ARTE et ce pourquoi la chaîne a été créée favorise la poursuite d'un objectif clairement énoncé, soutenu par l'ensemble des acteurs engagés. Quelques-uns des éléments relevés au cœur de la première strate systémique, notamment des éléments historiques, sont vecteurs de cette forte identification. Les individus postulants, en plus de disposer d'un intérêt certain pour les missions de la chaîne, sont au fait de la structure particulière du Groupement. Cependant, cette même structure est tout autant un facteur d'inégalité et de rupture dans l'interculturel, les deux pôles nationaux, à Paris et Baden-Baden n'étant en aucun cas des modèles de rencontre interculturelle. Le *dialogue interculturel* n'y est pas pratiqué ni instauré.

Le vrai *melting pot* est ici à Strasbourg, et les autres ne s'y revendiquent pas d'ailleurs. Il y a à ARTE France très peu de personnes qui parlent allemand, à ARTE Deutschland on retrouve plus de personnes qui parlent français, mais ça c'est dû à l'histoire linguistique de chacun des deux pays. [...] La demande était plus forte en Allemagne au moment de la création d'ARTE et cela se ressent dans les pôles.<sup>696</sup>

Nous avons conclu de notre analyse de terrain que Strasbourg fait figure d'*instance de rééquilibrage*. Les locaux abritent de surcroît une section unique, révélatrice de ces fonctions, le *Sprachdienst* / Service Linguistique, que nous avons déjà brièvement mentionné. Les individus les plus interculturel-compétents n'évoluent donc pas uniquement aux postes de directeurs d'unité, à la programmation et à la rédaction, mais aussi au service linguistique, section dans laquelle les sujets sont employés non pas uniquement selon leurs compétences linguistiques, mais aussi leurs grandes connaissances historiques et culturelles, leur haute résistance au stress. L'existence d'un tel *outil* démontre d'une part qu'il existe bien un environnement interculturel à Strasbourg particulièrement stable, mais prouve aussi que les deux pôles nationaux n'ont aucun lien, et restent des instances administratives, des sociétés d'édition en charge de puiser des contenus de télévision, mais qui à elles seules n'ont rien d'interculturel. Le *Sprachdienst* est une instance d'harmonisation et de rapprochement des

---

<sup>696</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

deux pôles puisque l'une de ses grandes fonctions est la traduction de textes et rapports administratifs.

Nous veillons [...] lorsque des collaborateurs se rencontrent – et que ces collaborateurs sont des Français qui ne connaissent pas l'allemand, ou des Allemands qui ne connaissent pas le français – à mettre à disposition des interprètes qui se chargent de mettre en place une communication soignée et fluide. [...] Notre objectif est de faire en sorte que, dès que le besoin s'en fait ressentir, les employés d'ARTE puissent disposer d'une version française comme d'une version allemande.<sup>697</sup>

Le service linguistique vient ainsi compenser cette inégalité dans la maîtrise de la langue, que nous avons pu constater dans les locaux de la chaîne, et légitime la nature franco-allemande de la chaîne.

L'équipe à ARTE Strasbourg est composée d'Allemands et de Français. C'est, je le pense, ici que le cœur d'ARTE bat vraiment.[...] Le Service linguistique ne relève pas du cœur de métier de la Chaîne mais s'inscrit dans son ADN pluriculturel et plurilingue. Les Allemands qui travaillent au Service linguistique vivent en France depuis des années, ont une grande connaissance de la culture française et de la langue française. Et les Français ont tous vécu en Allemagne. Ce n'est donc pas seulement une question de langue, c'est aussi et surtout une question de culture.<sup>698</sup>

Le service linguistique comprend des traducteurs et des interprètes en charge de procéder à la composition des versions françaises ou allemandes des programmes, ainsi que de l'ensemble des textes juridiques, factuels, des rapports rédigés à Paris ou Baden-Baden avant que ces derniers ne soient envoyés dans les autres pôles. Les écrits touchant à l'administration et à la communication interne sont traduits par ce même service, ainsi que les textes à destination de la presse et du web.

Nous traduisons tout ce que la direction des programmes développe en termes de stratégie, les documents du Comité de gérance, qui doivent toujours être en bilingue, les protocoles de chaque réunion. Nous devons tout proposer dans les deux langues.<sup>699</sup>

---

<sup>697</sup> Nicolas Becker, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>698</sup> Idem.

<sup>699</sup> Idem.



Au sujet des compétences linguistiques et culturelles des interprètes et de leur capacité à passer d'une langue à l'autre sans la moindre difficulté, ainsi que cette compétence interculturelle consistant à se fondre dans la culture de l'*Autre*, nous avons relevé que Nicolas Beckers, pourtant français de nationalité, a naturellement mené l'interview en langue allemande. Trompée par la sonorité de son patronyme, et l'ayant entendu s'exprimer en allemand avant notre échange avec une collaboratrice du groupe, nous l'avons abordé ainsi, et ce dernier a poursuivi l'échange en allemand, tout en sachant qu'il s'adressait à une Française. Si cet épisode peut sembler anecdotique, il met en exergue une forme d'indifférence quant à l'utilisation de l'une ou de l'autre langue de la part du directeur du service linguistique, et acte une attitude profondément interculturelle, que nous n'avons que peu retrouvé de la part de sujets français de nationalité.

S'il a existé – et existe encore – des phases de conflits et de chocs culturels à Strasbourg, le siège demeure un lieu d'interculturalité fonctionnel et sain. Nous avons pu relever une part de déséquilibre culturel, de légère domination de la culture française sur la culture allemande, mais s'est tout de même constituée une véritable *communauté interculturelle*, en particulier dans les services de rédaction et de programmation. Les spécificités françaises et allemandes sont toujours observables à Strasbourg, le contact entre les cultures n'a pas lissé ces dernières. Les individus en contact régulier ont développé des compétences interculturelles. Un dialogue interculturel légitimant cette grande cause de rapprochement des peuples soutenue par la chaîne s'est instauré progressivement, et ce malgré, et grâce aux malentendus, des malentendus productifs. En sillonnant les couloirs de la chaîne, où l'on entend autant de « bonjour » que de « Guten Tag », il est aisé de constater qu'une *culture tierce*, et unique car propre à cet environnement télévisuel et européen si particulier, s'est constituée. Tous ne mélangent pas les langues ; cette attitude est plutôt relevée chez les sujets de nationalité allemande, mais aussi chez les Français comme les Allemands opérants au service linguistique, ces derniers étant extrêmement qualifiés et familiarisés à la pratique de la langue de l'*Autre*. Le service linguistique favorise la cohésion, fait figure d'engrenage fondamental du système d'interculturalité au GEIE.

Le système d'interactions mis en place à Strasbourg répond à une soigneuse structuration qui rend – bien que quelques axes d'amélioration puissent être proposés – l'interculturel cohérent et stable, fonctionnel, mais n'est malheureusement pas appliqué dans les deux autres pôles français et allemand.

Il pourrait en effet y avoir plus de gens qui parlent allemand à ARTE France, il pourrait y avoir plus d'envie de communiquer directement ; Mais il y a nombre de réunions à Strasbourg où tout le monde est là, et notre mission à Strasbourg, c'est faire en sorte de mettre de l'huile dans les rouages. La Conférence des Programmes se réunit tous les mois, ARTE France et ARTE Deutschland s'y rencontrent, le Comité de Gérance est franco-allemand, tout comme le Comité Consultatif des Programmes.<sup>700</sup>

Une fois encore, c'est le siège de Strasbourg qui légitime et donne vie à l'interculturalité, qui joue le rôle d'instance corrective, qui met en lien les deux autres pôles nationaux. Un manque d'interaction assez regrettable et qui poussait Nicolas Moll<sup>701</sup> à parler d'un interculturel *Nebeneinander* (à côté) plutôt que *Miteinander* (ensemble), un point de vue que nous partageons, que nos interlocuteurs ne semblaient pas être en mesure de contrer et qui les poussait à se diriger sur l'interculturalisme et l'eupéanisation de leurs contenus plutôt que de leur structure.

Ce n'est pas faux, on est parfois seulement « à côté » les uns des autres, mais on demeure profondément ensembles. Ce que l'on diffuse est le plus important, et de ce point de vue, notre volonté d'être européens est très visible j'en suis convaincue.<sup>702</sup>

### ***L'Atelier de Recherche, vivier d'interculturel télévisuel.***

Un autre établissement mérite d'être considéré tant il représente une zone propice à un interculturel fécond. Nos enquêtes de terrain nous ont menées à nous rendre à l'***Atelier de Recherche***, déjà mentionné dans le chapitre dédié à la structure globale d'ARTE. Bien qu'il soit implanté en pleine région parisienne, non loin des locaux d'ARTE France, l'Atelier de Recherche constitue une sphère d'interculturalité puisqu'il rassemble, au contraire du pôle français, des professionnels français et allemands, et que ces derniers sont en contact permanent, et travaillent ensemble, en temps réel à la constitution d'un programme commun qu'est essentiellement *Karambolage*<sup>703</sup>.

---

<sup>700</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>701</sup> Moll, N. Quelle Identité pour ARTE ? *Documents*, Dossier « Les Médias allemands en Ebullition p. 27-30.

<sup>702</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>703</sup> Le format *Le Dessous des Cartes* est également fabriqué dans les studios de l'Atelier de Recherche, tout comme *Square*, mais par des producteurs indépendants, et partenaires extérieurs.

L'interculturel s'exprime complètement ici au sein de l'Atelier de Recherche, c'est le lieu le plus représentatif du franco-allemand en tout cas, pour ARTE France ! [...] Nous vivons ici avec les deux cultures, nous commençons une phrase en français, pour la terminer en allemand. Nous sommes franco-allemands.<sup>704</sup>

L'Atelier de Recherche a pour vocation, comme son nom l'indique, d'*expérimenter*, de créer des contenus en faisant se rencontrer, se *confronter*, Français et Allemands. Claire Doutriaux, qui elle-même a vécu une quinzaine d'années en Allemagne, a d'ailleurs constitué une équipe principalement allemande à ses côtés, et Jeanette Konrad, allemande, lui succède désormais. Lors de notre entretien avec Claire Doutriaux, qui s'est tenu dans une pièce commune, une atmosphère franco-allemande y régnait très nettement. Nous avons ainsi pu échanger avec des rédacteurs de l'émission en français comme en allemand, parfois même sans savoir quelle était la nationalité d'origine de nos interlocuteurs. Une *culture tierce*, propre à ce petit espace hautement interculturel, existe bel et bien.

Le *dialogue interculturel*, y est très fort, fondé sur un respect réciproque, sur une curiosité et un intérêt mutuel. Les deux langues y sont parlées naturellement et à la même fréquence, sans qu'il n'y ait la moindre notion d'effort de la part des Allemands, comme des Français. Les sujets qui y évoluent sont germanophones, francophones, autant qu'ils sont germanophiles et francophiles. Tous sont profondément engagés dans cette *cause commune*<sup>705</sup>, et sont au cœur de la fabrication de *Karambolage*. Les deux versions, françaises et allemandes, y sont directement enregistrées, sans passer par Strasbourg, à l'inverse de tous les autres formats. Nous avons pu conclure de notre entretien auprès de Claire Doutriaux que les sujets évoluant au sein de l'Atelier de Recherche sont très attachés au projet, qu'ils s'épanouissent dans ces locaux en tant qu'Européens, que la frontière entre France et Allemagne y est très mince, voire inexistante. La petite équipe autour de Claire Doutriaux a fait de son biculturalisme une force créatrice que l'on ne retrouve guère dans d'autres formats, ni aucune unité rédactionnelle au siège de la chaîne. Si, à Strasbourg, la vraie *sphère interculturelle* ne semble exister qu'à l'étage dédié à la programmation, dans laquelle nous avons cependant tout de même relevé des éléments de différenciations, et de frustration, si nous considérons en outre le Service Linguistique comme une *communauté interculturelle* au vu des missions et compétences linguistiques et culturelles des professionnels y évoluant, l'unique *vivier*

---

<sup>704</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

<sup>705</sup> « À l'époque, nous avons quittés des chaînes qui existaient pour « s'engager » en quelque sorte dans La Sept. Avec l'Atelier de Recherche, cet esprit est toujours présent » Claire Doutriaux, idem.

*d'interculturel* de la chaîne reste l'Atelier de Recherche, et, nous y reviendrons, le *discours* promulgué par l'émission *Karambolage* en est le meilleurs reflet.

Si l'on focalise l'étude sur l'Atelier de Recherche uniquement, les conclusions quant à l'instauration d'un *dialogue interculturel* efficace et réciproque sont plus que positives. Mais cet espace et l'environnement qui s'y est développé ne font que figure de fragment, de fraction d'interculturalité, au regard de l'ensemble de la structure, qui, dans une certaine mesure, semble parfois plus tenir du multiculturel que de l'interculturel. Après avoir relevé un réel manque d'intégration et d'interaction entre les pôles lors de notre analyse structurelle, nous avons été témoin d'un état de *déséquilibre*, d'*instabilité* dans cette deuxième strate dédiée à l'examen des phases de conflits et leurs résolutions, à l'instauration d'un *dialogue interpersonnel et interculturel* entre les sujets évoluant dans cette sphère commune qu'est ARTE.

La société ainsi fondée structurellement et juridiquement sur les bases d'une *coopération* (GEIE) dispose d'un mode de gestion interne lui aussi relatif à la coopération, voire au collage. Des mésententes et malentendus perdurent, d'une part parce que les nuances et antagonismes culturels demeurent, ce qui, à première vue, pourrait sembler problématique, mais ces nuances sont aussi perceptibles parce que l'environnement constitué les laisse s'exprimer, et les rend, dans certains cas, productives et enrichissantes pour l'ensemble des individus en interrelation.

L'enquête de terrain vérifie notre hypothèse de recherche selon laquelle toute rencontre interculturelle est dialectique, hypothèse envisagée à partir de diverses lectures théoriques, introduite de manière tacite par des auteurs tels que Gilles Verbunt, qui notait qu'il est profitable à tout individu de « surmonter les obstacles qui résultent de la différence culturelle pour profiter des richesses de chacune. »<sup>706</sup> L'alchimie, la symbiose sont palpables, mais tout autant que les facteurs bloquants, de frustration, les facteurs de mésententes ou d'inégalité. Il est désormais clair qu'au sein de la Centrale strasbourgeoise se soit constituée une *culture tierce*, porteuse des marques des deux cultures en contact ainsi que des malentendus, chocs et conflits rencontrés au cours de l'élaboration et du développement du projet ARTE. Les difficultés rencontrées par les instigateurs du projet dues à la rencontre franco-allemande ont conduit à l'élaboration d'un environnement unique. Le traitement des conflits a rendu l'interculturel fonctionnel, et l'engagement des sujets employés de la chaîne en assure la pérennité.

Il subsiste dans cette seconde strate de nombreuses disparités, source de frustration pour l'une des deux cultures. Un dialogue interculturel s'est bel et bien mis en place, mais se voit troublé par des différences d'intérêts encore marquées entre les pôles français et allemands. Ce dialogue trouve en outre ses limites à Strasbourg. L'acquisition de ces compétences interculturelles dont ARTE souhaite faire la promotion se fait de manière inégale tant à Strasbourg – puisque la rencontre interculturelle n'a pas lieu dans tous les étages de la structure – que dans les pôles français et allemands de la chaîne, dans lesquels le *flux d'interculturalité* reste maigre. Une observation flagrante et d'autant plus regrettable que cette organisation télévisuelle a pour but de promouvoir le rapprochement des peuples via les transferts de biens culturels et le contact – certes virtuel – entre les cultures, alors qu'elle-même évite les contacts entre ses pôles nationaux, ne comptant que sur un rééquilibrage à Strasbourg. Les compétences accrues de quelques-uns des directeurs d'unité, journalistes et traducteurs en terme d'interculturalité compensent grandement ces manquements, et les nuances culturelles étant en partie une source d'enrichissement pour ces derniers, qui plus est convaincus de la nécessité de faire vivre un tel projet médiatique, ARTE semble en mesure de mener sa mission à bien. Des axes d'amélioration peuvent cependant être proposés afin de rendre cet espace interculturel plus fonctionnel, d'en rééquilibrer les grandes tendances et ainsi en redynamiser les *synergies*.

---

<sup>706</sup> Verbunt, Gilles. *La Société Interculturelle. Vivre la diversité humaine*, Paris Editions du Seuil, 2001, p.90.

Les trois strates que nous avons méthodologiquement discernées s'influencent respectivement. Notre constat au sujet du manque d'interactions entre employés Français et Allemands, constituant en partie la *strate environnementale*, est constitutif d'un manque d'intégration entre les pôles, déjà relevé dans l'étude de la *strate systémique*. Strasbourg remplit très bien sa mission d'instance correctrice, tant du point de vue *organisationnel* que *relationnel*. Si des différences demeurent, un noyau dur franco-allemand a tout de même émergé, noyau qui permet à la chaîne de mener à bien ses missions, et en légitime la vocation. L'analyse et l'observation des flux d'interculturalité et des échanges interpersonnels de la deuxième strate de l'interculturel télévisuel permettent d'en saisir les grands enjeux et mécanismes, et mettent en exergue les spécificités culturelles de chacun des sujets ancrés dans cette strate. De cette étude ressort que chaque individu, même compétent dans la rencontre interculturelle, adopte un comportement et une grille d'interprétation orientés par ses propres références culturelles. L'on estime donc de fait qu'il y a toujours *affrontement* dans l'interculturel, souvent *conflit* ; sans pour autant considérer ces derniers comme facteur bloquant mais au contraire comme *vecteur d'enrichissement*, permettant en outre de consolider les rapports lorsqu'ils sont résolus, de resserrer les liens, de favoriser la constitution de nouveaux modes de gestion, de trouver une troisième voie, de nouvelles solutions. Mais le *conflit* est porteur de sens, et a permis à ARTE de dépasser un simple rapprochement des cultures, la dialectique peut être ainsi considérée comme norme bénéfique à tout apprentissage interculturel.

Le simple regroupement de personnes originaires de différentes cultures ne suffit pas à créer des apprentissages interculturels. [...] L'apprentissage interculturel se produit lorsque surgissent des difficultés, des processus de différenciation, des antagonismes qui ne peuvent être perçus que progressivement et qui ne peuvent être surmontés qu'ensemble.<sup>707</sup>

Au sujet de l'instauration, finalement assez naturelle – peut-être aussi *pragmatique* car contrainte – d'une culture tierce, il semble évident que les individus évoluant dans les locaux de la Centrale strasbourgeoise y soient sensibles, en particulier dans les étages et sections à fort degré d'interculturalité. Les travaux de Christoph Barmeyer corroborent nos conclusions, puisqu'il s'appuie sur le terme d'*Organisationskultur* pour évoquer la formation d'une *culture organisationnelle* propre à un environnement international, et donc par nature interculturel,

---

<sup>707</sup> Giust-Desprairies, Florence, Burkhard Müller (dir). *Se former dans un contexte de rencontres interculturelles*, 1997, page 1.

une culture organisationnelle influencée par les objectifs et contraintes de la structure en question, son histoire, son ou ses mode(s) de gestion. L'identité du personnel en action dans cette sphère particulière se forge selon cette culture organisationnelle, se constitue à partir des normes, des règles qui la caractérisent.

Organisationen, in denen Individuen kommunizieren und zusammenarbeiten, werden durch Kooperationen, Fusionen und die Integration von Mitarbeitern aus unterschiedlichen Ländern immer internationaler – und damit interkultureller. Organisationen unterliegen organisationsspezifischen und finanziellen Zielen und Sachzwängen, weisen bestimmte Historien auf und nutzen bestimmte Strukturen und Prozesse, um zu funktionieren. Dies äußert sich in der Ausbildung organisationsspezifischer *Organisationskulturen* mit Normen, Ritualen, Routinen und Regeln, die *Identität* stiften.<sup>708</sup>

Les *décalages culturels* ont ainsi été dissipés par les hauts responsables, directeurs d'unité, pour le bien de cette entreprise commune, et conduisent à l'établissement d'une *culture organisationnelle* propre à la chaîne, marquée par son interculturalisme. Les employés usent de stratégies courtoises, diplomatiques pour rendre la rencontre fructueuse, un mode de résolution de conflits qui a modelé la chaîne et son fonctionnement global. Les dissensions originelles ont participé à l'instauration d'une ossature solide. Les employés compétents dans l'interculturel sont conscients que l'environnement interculturel est une force, que les conflits ne sont pas des failles mais qu'ils peuvent conduire à des solutions tierces ; un fait que nous avons pu constater tant lors de nos interviews au sujet des rapports entre employés qu'en s'intéressant à certains contenus proposés à l'antenne.

La SEPT, devenue chaîne culturelle européenne, peut être considérée comme antinomique, bancal parce qu'elle répond à un principe de collage parfois instable et inégal, et que l'on relève un manque certain d'intégration et d'échanges concrets entre les pôles nationaux et donc entre responsables français et allemands. Pourtant la structure s'est

---

<sup>708</sup> Les organisations dans lesquelles les individus communiquent et collaborent deviennent, par les coopérations, les fusions, et l'intégration d'employés de différents pays, de plus en plus internationales, et donc interculturelles. Ces organisations sont soumises à des contraintes financières et matérielles, ont un historique particulier et utilisent des structures et des procédés particuliers pour fonctionner. Cela se traduit par la formation de cultures organisationnelles spécifiques comprenant des normes, des rituels, des routines et des règles, qui constituent l'identité. dans Barmeyer, Christoph. *Taschenlexikon Interkulturalität*. UTB-Band, Nr. 3739. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2012. p.45.

pérennisée, en soutenant une politique de diplomatie entre collaborateurs. La confrontation des cultures se situe dans une tradition courtoise, par ailleurs plutôt propre à la culture allemande, dans cette ferme volonté de bâtir une entreprise audiovisuelle perdurable et poursuivre le projet européen. Les ambitions communes sont plus fortes que les différences culturelles et professionnelles. Si les négociations sont parfois ardues, qu'elles le sont parfois encore, notamment lors des Conférences de Programmes, et que des axes d'amélioration visant à faire d'ARTE une entreprise franco-allemande plus *intégrée* peuvent être proposés, notons que le pôle Strasbourgeois est tout de même en mesure de faire figure de parangon pour toute entreprise interculturelle.

Lors de notre enquête de terrain, nous avons cherché à savoir si la chaîne franco-allemande tient plus d'un interculturel *dynamique*, dans lequel la rencontre serait donc productive, avec une réelle interpénétration des valeurs, des cultures, des compétences audiovisuelles, et disposant d'une vraie capacité à produire, à faire travailler ensemble des sujets porteurs de cultures diverses, ou si elle stagne dans un interculturel *statique*, donc trop soumise à certains facteurs bloquants, comprenant trop de failles dans son environnement. ARTE se situe à la jonction d'un interculturel *dynamique* et d'un interculturel *statique*. En effet, notre étude interne à Strasbourg montre la présence de différences marquées selon les secteurs, les étages. Lorsque les sujets, qu'ils soient Allemands comme Français, sont interculturellement compétents, l'on a constaté un interculturel *dynamique*, fonctionnel. Les sujets font preuve de malléabilité lors des échanges et coopérations pour pouvoir avancer ensemble, quelle que soit leur culture d'origine. Mais ces individus, pourtant habiles et qualifiés, révèlent eux-mêmes des éléments de *frustration*, de *domination*, et ce même à l'étage dédié à la programmation ou la rédaction, là où l'interculturel est particulièrement fonctionnel. L'on se situe dans ce cas précis à l'orée de l'interculturel que nous avons baptisé *statique*. L'unique élément qui le rend fonctionnel et permet à la relation de résister est ce *but commun*, cette mission particulière que porte la chaîne. Cela implique cependant que la culture dominée reste dans une position d'adaptation, d'acceptation. Les porteurs de la culture dominée adoptent parfois une posture d'abnégation, voire de résignation, de passivité qui nous semble, au regard des missions historiques et valeurs d'ARTE, défavorable et stérile. Puisque nous mettons au cœur de notre définition de l'interculturel *dynamique* le fait que les sujets y évoluant ne s'y sentent pas lésés, l'on s'autorise à considérer qu'il existe une part d'interculturalité *statique* chez ARTE, bien que les *incidents critiques* ne mettent pas en péril



la rencontre et que les acteurs engagés dans cette rencontre parviennent tout de même à produire un contenu selon les normes imposées.

Notre compte rendu du fonctionnement général de la chaîne, en particulier du siège strasbourgeois, met en évidence le fait que, sur le même mode que ce qui a été observé via l'étude historique de la genèse d'ARTE, la partie française *tolère* cette *greffe* allemande, là où la partie allemande est plutôt dans une position *d'adaptation, d'accommodation*, et ce même si l'environnement spécifique de Strasbourg favorise l'égalité des cultures grâce notamment à son mode de gestion fondé sur l'alternance et la parité. L'on constate à travers les usages linguistiques une domination de la culture française. Si ARTE fonctionne sur un principe d'évitement du conflit, de consensus, qu'une forme de culture tierce s'est bien constituée, la structure globale de la chaîne conduit tout de même à conserver ce principe de superposition des cultures, de collage, qui bride certains aspects de la coopération audiovisuelle interculturelle. Le consensus est donc l'un des modes de résolution de conflit chez ARTE. Le consensus peut être salutaire, mais peut tout autant conduire à une forme d'interculturel *statique*, dans lequel les relations seraient, en surface uniquement, lisses, sincères et solides, en ne faisant que dissimuler, filtrer certains *incidents critiques*.

Il ne s'agit pas de prôner l'angélisme de l'entente obligatoire, où la peur de mal s'entendre domine le désir de confrontations de paradigmes culturels. Le consensus mou ne résout rien et fait déplacer le problème sur d'autres terrains.<sup>709</sup>

Les responsables de la chaîne franco-allemande auraient donc tort d'éviter la confrontation, cette confrontation a bien lieu en Conférence de Programmes, mais finalement assez peu dans les autres secteurs, et trop peu entre les sujets évoluant à Paris ou Baden-Baden. Puisque les *Artésiens* les plus habiles dans l'interculturel semblent persuadés que la différence est un vecteur d'enrichissement, d'apprentissage, il est fondamental d'éviter toute forme d'uniformisation des cultures.

Si la structure globale de la chaîne baigne dans l'interculturalité, tous les pôles ne sont pas représentatifs d'un interculturel fonctionnel et *dynamique*. Il est même délicat de parler

---

<sup>709</sup> Nowicki, Joanna. « Gérer l'interculturel alibi ? Mode ou illusion ? », *Communication et organisation* [Online], 22 | 2002, Online since 27 March 2012, connection on 04 March 2020. <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2719> ; <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.2719> consulté le 29/02/2020.

d'un interculturel *statique* à Paris ou Baden-Baden, puisque les rencontres effectives entre professionnels français et allemands de l'audiovisuel y sont quasi inexistantes. L'absence de *dialogue interculturel* au sein de chacun des deux pôles nationaux (strate environnementale, dialogique) est une conséquence de l'absence de lien entre ces deux instances à l'échelle structurelle (strate systémique). Il n'existe aucune autre instance de coordination que Strasbourg, qui voit son système alourdi par ce manque d'interactions préalables entre les pôles nationaux. La Conférence des Programmes est à la seconde strate propre aux relations internes ce qu'est la Centrale à la strate systémique, c'est-à-dire tant une instance de coordination, qu'un lieu propice aux malentendus, aux conflits. Ces deux instances sont indispensables, puisqu'elles favorisent aussi la négociation et l'éclosion de nouvelles idées, de nouvelles solutions et permet de mettre en place un mode de gestion unique et original. La Conférence des Programmes demeure une instance nécessaire à toute chaîne de télévision, et les enjeux de celle d'ARTE sont cependant décuplés par sa dimension internationale.

Chez ARTE, la contrainte et le défi sont double : en plus de devoir mettre sur pied une programmation commune, culturelle, européenne et de qualité, notons qu'un échec de l'entreprise télévisuelle mettrait sur la place publique un échec de l'interculturel européen, du rapprochement des peuples européens, et *de facto* de la construction européenne.

Toute relation interculturelle est sujette au conflit, et le véritable mode de résolution de conflit est le dialogue, qui implique l'échange, l'ouverture sur l'*Autre*, une curiosité pour la culture et l'identité de l'*Autre*, une attitude désintéressée, une équité des intervenants, et ce même en cas de *confrontation*. Ces dernières sont logiques et constructives, la pluralité des cultures ayant pour conséquence une pluralité des points de vue, des références, des interprétations.

## Chapitre II : La production d'un discours interculturel, troisième et dernière strate de l'interculturel télévisuel.

L'étude des principaux enjeux et rouages de l'interculturel télévisuel nous a menée à procéder à la constitution d'une stratification ; une méthodologie rigoureuse permettant non seulement de saisir l'ensemble des paramètres nécessaires au bon fonctionnement d'un tel projet, mais aussi de comprendre comment s'articulent ces strates les unes par rapport aux autres. Il est ensuite plus aisé de prélever, en analysant les éléments fonctionnels du groupement interculturel qu'est ARTE, des modèles applicables à toute entreprise d'envergure plurinationale, ou bien de proposer des perspectives de réflexion en portant le regard sur les éléments dysfonctionnels.

La problématique de l'*instauration d'un dialogue interculturel* au sein des différents pôles constituant la chaîne culturelle franco-allemande a été traitée dans le chapitre précédent. ARTE est parvenue à participer au rapprochement franco-allemand dans ses locaux alsaciens, et si la chaîne expérimente encore à l'heure d'aujourd'hui, elle joue tout de même pleinement un rôle médiateur, cherche à établir un réseau culturel et audiovisuel européen, à favoriser le dialogue européen. L'on déplace ainsi l'analyse, le regard, de la communication « interpersonnelle directe »<sup>710</sup>, vers la communication « médiatisée »<sup>711</sup>, que nous choisissons de caractériser sous les notions de *dialogue* et de *discours* afin de traiter la troisième et dernière hypothèse de recherche selon laquelle ***les médias seraient en mesure de participer à la promotion ainsi qu'à la formation interculturelle.***

Le dialogue a lieu entre les équipes d'ARTE, et ce quotidiennement. L'on peut aussi utiliser le terme de *dialogue* au sujet de la constitution de la programmation, car un dialogue existe bel et bien au sujet des questions permanentes d'adaptation, parce que les rédacteurs et directeurs d'unités s'interrogent sur les singularités de l'*Autre*, parce qu'ils pratiquent l'Europe au quotidien. Notre regard se pose désormais sur la mise à l'antenne des contenus,

---

<sup>710</sup> « La recherche en communication interculturelle analyse, par conséquent, des phénomènes de communication entre différentes cultures. Cette communication peut être réalisée sous forme de communication interpersonnelle directe (*face-to-face communication*) ainsi que sous forme de communication médiatisée, au-delà des frontières culturelles, à savoir au sein de représentations fictionnelles de constellation interculturelles (œuvres cinématographiques ou littéraires thématiques le contact entre des cultures différentes et couverture médiatique d'un pays sur un autre » Vatter, Christoph. *La recherche interculturelle, État (état) des lieux en Allemagne*, 2003 page 30.

<sup>711</sup> Ibid.

de biens culturels, ces derniers étant, tout comme les codes de l'altérité à l'échelle de la communication interculturelle, absorbés différemment selon les représentations culturelles de chaque individu. L'on s'interroge ainsi sur le fait de parvenir à mettre à l'antenne un programme *hybride* – ou du moins convenant à des porteurs de différentes cultures – ainsi que sur les difficultés rencontrées pour mettre en place cette programmation si singulière. L'on assiste effectivement à une rencontre des genres, des contenus, des esthétiques, des habitudes de consommation télévisuelle ; une rencontre qui, si elle est féconde, pourra rendre convainquant le *discours interculturel médiatisé* promulgué par ARTE.

Le discours demeure un terme polysémique, associé dans la présente recherche au fait de *produire un message*, à l'intention d'un *public*, large, et cette nuance propre au *rayonnement* le détache ainsi du *dialogue*, étudié dans la strate précédente. Le discours est construit, pensé, et dispose de fonctions prédéfinies – il peut ainsi être simplement divertissant, politique, économique ou encore pédagogique. Le caractère *discursif* de la parole réside en son *action*, ses *intentions*. L'on peut s'appuyer sur le terme de *discours* car il existe un *mouvement* d'un *locuteur* (ARTE) vers des *récepteurs* (ses publics), et qu'un message est *transmis*, en l'occurrence un bien culturel et non uniquement divertissant ou informatif comme le propose une grande majorité des télévisions, publiques comme privées. Il est en ce sens nécessaire d'analyser et tâcher d'interpréter le discours proclamé par ARTE. Tout comme l'est le dialogue interpersonnel, le discours est changeant, dépendant d'une organisation, du contexte social dans lequel il est déclamé, d'une énonciation, de la langue des récepteurs et leurs cultures, et malgré de nombreuses tentatives d'objectivation, le discours est « porteur des marques qui peuvent constituer autant de traces des conditions de sa production ». <sup>712</sup> Le défi d'ARTE réside en ce dessein de rayonner sur un public le plus large possible. Alors que les relations interculturelles font l'objet d'études d'un *contact* entre cultures, la perspective offerte ici par l'interculturel télévisuel, et cette forme de *discours interculturel*, est tout autre ; dans cette strate du discours, les deux cultures *cohabitent* et *coopèrent* pour élaborer leur programmation. Elles diffusent leur message dans un rayon plus large encore que le leur. Dans cette strate du discours, le classique paradigme *culture source / culture cible* est largement dépassé, au profit de la *transmission d'un modèle d'interculturalité* efficient. La notion de contact, si importante dans l'ensemble des théories de l'interculturel, doit elle aussi être repensée. Peut-on parler de contact en télévision ? Si contact il y a, celui-ci

---

<sup>712</sup> Utard, Jean-Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational : étude d'un corpus franco-allemand*. Université Robert Schuman (Strasbourg), 1997.p.262.

n'est que virtuel. ARTE parvient-elle à produire un discours suffisamment représentatif des cultures d'Europe pour outrepasser ce manque de contact physique ?

Pour que ce discours soit fonctionnel, ce dernier doit contenir un certain nombre de références culturelles de l'audience future. Il semblerait donc logiquement que plus l'audience est large, plus la problématique d'adaptation est délicate. ARTE est en outre confrontée à un paradoxe de taille : Afin de satisfaire un public européen, elle se doit d'être représentative des cultures de chacun. Se pose donc la question de la modification, de l'adaptation de ses contenus – qui comprend par ailleurs la difficulté pour les concepteurs de programmes d'être en mesure de se détacher de leurs propres références et représentations culturelles, de leur propre contexte culturel – afin de proposer un contenu lisible par tous. Il serait cependant insensé de proposer des contenus si hybrides qu'ils effacent les particularismes de chacun, sans quoi la chaîne ne remplirait pas sa mission de reconnaissance et de rapprochement des cultures. Tout en évitant de proposer des images et des messages insaisissables car trop ancrés dans une sphère nationale, ARTE doit *donner à voir la diversité*. ARTE se doit de permettre la confrontation, les interactions d'éléments culturels, d'origines variées.

En quelle mesure le discours de la chaîne franco-allemande surmonte-t-il ces obstacles ? Le discours promulgué par ARTE est-il marqué par les résidus de ses deux cultures d'appartenance ? Les rédacteurs de la chaîne ont-ils développé une culture journalistique qui leur est propre ?

[...] toute perception se fait à travers une 'grille de lecture' élaborée inconsciemment à partir de ce qui nous est familier et de nos valeurs propres ; cette grille opère une sorte de sélection et traduit ce qui est différent dans notre langage habituel en réinterprétant donc l'altérité dans le registre du même ou la rejetant.<sup>713</sup>

En faisant le pari de mettre l'Alter à l'écran, l'Europe dans sa ligne éditoriale, les responsables de la chaîne tâchent de familiariser leurs publics à ce qui leur est étranger. L'Europe serait alors en mesure de devenir un sujet standard, et de s'insérer progressivement dans les références et imaginaires collectifs. Il n'existait, à l'heure de la création d'ARTE, aucune forme de « public européen », pas d'identité culturelle européenne établie comme telle. ARTE participe-t-elle à la formation d'un espace public européen ? Elle tâche d'y parvenir en sensibilisant aux diversités ; culturelle, linguistique, sociétale. Nous évaluerons donc la portée et la résonance de son discours, non pas en interrogeant la qualité des

---

<sup>713</sup> Ladmiral, Jean-René et Lipiansky, Edmond Marc. *La communication interculturelle*, 1989, p.137.

programmes, mais en analysant, de manière ciblée, certains de ces formats retenus pour leur nature interculturelle, leur forte prégnance transculturelle, afin d'en saisir les éléments caractéristiques d'une forme de promotion ou de formation à l'interculturel. La programmation de la chaîne culturelle franco-allemande répond à une conception unique télévisuelle, politique, culturelle et européenne.

Un dialogue interculturel s'est constitué à Strasbourg, et bien que quelques inégalités y aient été relevées, ARTE doit être capable d'en faire la promotion, et ce via un discours transculturel. Alors que des éléments de déséquilibre dans la relation interculturelle ont pu être observés à Strasbourg, comment les responsables de la programmation parviennent-ils à mettre à l'antenne des contenus convenant à minima à un public français et allemand, avec une ambition de diffusion bien plus large, européenne, voire mondiale ? La chaîne produit-elle un discours de promotion de l'interculturel ? Favorise-t-elle, participe-t-elle réellement au « rapprochement des peuples d'Europe ? » Quelles grandes orientations contient la ligne éditoriale, afin de pouvoir mettre sur pied des contenus transculturels, fournis et produits tant par des Français que des Allemands, ainsi que par les partenaires européens de la chaîne ? ARTE cherche à rayonner, à tisser sa toile sur l'Europe. La chaîne culturelle semble avoir su faire naître, par le biais de son développement vers l'extérieur, un réseau transnational d'échanges de biens culturels, un réseau interpénétrant, interconnecté, grâce à sa structure si particulière et sa programmation unique. La chaîne culturelle offre une nouvelle dimension au dialogue européen. Elle rend palpable la possibilité de constitution d'un imaginaire commun, grâce à une programmation commune, par la constitution d'un langage télévisuel commun.

Il n'a pas été simple de mettre en place une méthodologie d'analyse du discours, et la méthodologie comparative, fondée sur l'étude des caractéristiques esthétiques des grands genres de la télévision française et allemande (documentaire, fiction, magazines, information...) a finalement été adoptée, celle-ci précédant l'analyse globale de la programmation d'ARTE, de sa ligne éditoriale, afin de saisir son potentiel transculturel, de mesurer l'*interculturalisme* de ses contenus. Cette analyse avait pour but de repérer quels formats sont particulièrement représentatifs d'un mélange des esthétiques françaises et allemandes, si des formats hybrides ont vu le jour, si d'autres programmes demeurent au contraire encore trop ancrés dans les codes de l'un ou l'autre pays. S'ajoutent à ces explorations les résultats des interviews menées auprès de responsables en fonction dans les unités de programmes. Le premier axe consacré à l'histoire de la chaîne permet en outre de mieux comprendre dans quel paradigme s'ancre la chaîne, ainsi que les inégalités

organisationnelles dont elle a pu souffrir. ARTE est une structure audiovisuelle dont les acteurs *coopèrent* en étant de cultures différentes, en étant en lien avec des institutions culturelles variées, pour et dans des espaces publics différents. La coopération franco-allemande dans le cadre délimité de l'audiovisuel soulève certes des questions linguistiques évidentes, mais pas uniquement.

L'idée était belle. Elle le demeure. Une chaîne franco-allemande avec l'objectif de devenir européenne était et demeure une bonne idée. À condition d'avoir, au préalable, inventé un langage audiovisuel transfrontalier...Et d'avoir trouvé des solutions aux problèmes de différences de langue et de sensibilité, pour ne pas dire de culture ! <sup>714</sup>

ARTE, pour répondre à ses objectifs, a plusieurs missions, certes la première est celle de la diffusion, mais aussi la *cohésion*, la *médiation* et la *création*, afin de pouvoir constituer un « langage audiovisuel » culturel et européen. La chaîne dispose d'une fonction de médiation non négligeable, il est ainsi pertinent de s'interroger sur ses capacités à puiser dans les *imaginaires européens*, afin de tenter de faire éclore un *imaginaire collectif*.

L'interculturel, c'est mettre son imaginaire en commun, c'est avoir une grille de lecture par la télévision et par la création, qui soit une façon de confronter, et non pas d'unifier les points de vue français et allemands, sur des sujets qui touchent à l'histoire, au regard sur le monde, au documentaire.<sup>715</sup>

La télévision et le discours promulgué par ARTE permettent de passer de l'*auto-image*, que chacun se fait de soi-même, aux *hétéro-images*, soient les représentations collectives qu'un peuple se fait de l'autre. Dans le cadre d'interactions interculturelles entrent ainsi en jeu les codes de l'altérité, le rapport à l'*Autre*. Afin de traiter la dernière hypothèse de recherche, a été analysé *l'espace d'énonciation* établi par la chaîne culturelle, qui se profile comme un organisme médiatique d'articulation entre les peuples d'Europe. La principale problématique qui se pose en termes de constitution d'un contenu est le fait que celui-ci doit convenir au public le plus large possible. Quelles stratégies ont été pensées, quelles solutions ont été imaginées, quels programmes sont retenus lorsqu'il s'agit d'achats, comment sont conçus les programmes produits en interne par les équipes de la chaîne ? La biculturalité de ses équipes favorise-t-elle la conception de programmes transférables à l'international ?

---

<sup>714</sup> Cluzel, Jean. Rapport d'information fait au nom de la Commission des finances, du contrôle budgétaires et des comptes économiques de la Nation sur la situation de l'audiovisuel. Première Session Ordinaire de 1992-1993, p. 223, PDF disponible à l'adresse suivante : [https://www.senat.fr/rap/1992-1993/i1992\\_1993\\_0086.pdf](https://www.senat.fr/rap/1992-1993/i1992_1993_0086.pdf), consulté le 06 avril 2018.

<sup>715</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

Outre cette question de fond, intéressons-nous à celle de la forme, et donc de l'esthétique et de la langue, elle aussi centrale. Comment traduit-on en télévision ? La traduction demeure l'un des outils majeurs du transfert entre cultures. Quels moyens sont mis à disposition dans le cadre précis de l'audiovisuel ? Afin de mieux saisir l'ampleur du discours interculturel émis par ARTE, il est utile de se questionner sur la façon dont s'intègre la chaîne plus largement dans les paysages audiovisuels français et allemands. L'étude de l'audience en France et en Allemagne apporte des réponses concrètes à la portée du discours du canal européen. Les stratégies plus récentes de la chaîne, en particulier celles associées au numérique, à la « *délinéarisation* »<sup>716</sup> des programmes seront-elles aussi au centre des investigations, ces dernières permettant d'élaborer de nouvelles pistes de réflexion. Le numérique se profile en effet comme solution efficace, comme nouveau vecteur de transfert de biens culturels et donc de rapprochement des peuples. Les plateformes web n'effacent pas pour autant la problématique du contenu, et si celui-ci est trop ancré dans des codes purement nationaux, il peinera tant sur le web que sur antenne linéaire. Après avoir traité la question de la programmation globale, ses grandes mutations, sa réception, seront examinés quelques formats de manière ciblée, des programmes particulièrement représentatifs du caractère hybride de la programmation, et qui vérifient notre hypothèse de recherche relative à la promotion et à la formation interculturelle, ainsi que des programmes, qui, au contraire, semblent encore trop ancrés dans un paradigme *monoculturel*. Son développement vers le numérique sera ensuite traité dans le cadre de réflexions plus globales, afin de développer quelques perspectives supplémentaires. Il semblerait que certaines problématiques ne puissent être résolues, tant la télévision demeure un média national, tant les habitudes de consommation demeurent elles aussi ancrées culturellement. Ces quelques perspectives critiques tendent à démontrer qu'il n'existe pas d'espace public européen, mais que quelques solutions sont tout de même envisageables. Il semblerait qu'en plus de produire des contenus interculturels, ARTE mette à l'antenne et sur le web des contenus favorisant la *formation interculturelle*. Cette *pédagogie à l'interculturel* est observable dans un format tel que *Karambolage*, auquel nous consacrons une étude approfondie.

L'on interroge ainsi la capacité d'ARTE à rendre lisibles ses contenus culturels à large échelle. Comment les programmeurs conçoivent-ils une ligne éditoriale à destination d'un

---

<sup>716</sup> L'on appelle « antenne non linéaire » le flux de programmes proposés en ligne et donc consommable à toute heure et sur différents supports.



public européen ? Quelles sont les principales problématiques ? Comment ont-elles été résolues ? Ont-elles toutes été résolues ?

Afin de pouvoir proposer ce compte rendu analytique et empirique, nous nous appuyons d'une part sur les enquêtes de terrains et interviews menées dans les locaux de la chaîne, ainsi qu'une analyse des rapports d'activité de la chaîne, publiés annuellement sur le site web de la chaîne, puis le Contrat d'Objectif et de Moyens pour la période 2017-2022. Concernant l'analyse ciblée de la programmation, des séquences ont été analysées, notamment le journal d'information *ARTE Journal*, selon une méthodologie décrite dans la partie correspondant, ainsi que l'émission *Karambolage*. D'autres formats ont été analysés de manière plus succincte, soit pour leur caractère particulièrement interculturel et actant d'une certaine pédagogie à l'interculturel, à l'instar de la série documentaire *France Allemagne, une Histoire Commune*, ou encore la série *Bauhaus, un temps nouveau*, ou au contraire parce qu'ils semblent représentatifs d'un certain recul de la chaîne dans sa mission de rapprochement des peuples, comme l'est le *28 Minutes*. Certains formats ne semblent effectivement pas avoir été pensés pour le caractère transculturel, ne correspondent pas aux définitions d'une programmation transculturelle.

### **1) ARTE, une programmation transculturelle ? Le délicat mélange des genres.**

ARTE, comparée aux programmes télévisés nationaux, n'est pas seulement confrontée aux frontières de l'imaginaire, mais également aux limites mentales et aux lignes de fracture du dialogue interculturel.<sup>717</sup>

La grande mission des ouvriers d'ARTE est l'établissement d'un dialogue entre les cultures en Europe, d'être une chaîne médiatrice, citoyenne, apte à dépasser les barrières nationales, à participer au développement d'un *imaginaire commun*, et de renforcer l'expression audiovisuelle à cette échelle européenne, en constituant un *langage audiovisuel* qui lui serait propre.

La télévision est et reste un outil médiatique particulièrement ancré dans son bassin national ; elle reflète les identités, ses codes sont intimement liés à ceux de la communication interpersonnelle. Le constat est simple : découvrir une télévision étrangère s'avère être une expérience interculturelle unique, parfois marquante, tant les références, les esthétiques

---

<sup>717</sup> Wenger, Klaus. « ARTE, La télévision dans le dialogue interculturel » dans *Allemagne d'Aujourd'hui* n°162, octobre-décembre 2002, p.146.

s'éloignent de certaines références familières. Un téléspectateur habitué à ne regarder que des programmes nationaux ne sera par ailleurs capable de décrypter et distinguer les codes constituant son média qu'en regardant une toute autre programmation, étrangère. Les codes esthétiques, communicationnels, les plages horaires, la construction globale de la grille des programmes, l'espace accordé aux publicités...de nombreuses variables sont à dénombrer, et ces dernières influencent profondément le média au cœur de cette étude.

Dans le cadre théorique des transferts culturels, les objets et éléments transférés sont déterminés par le *conditionnement culturel* de la *culture source*. En parvenant à coordonner et unifier ses troupes franco-allemandes en interne, à Strasbourg, en constituant une *culture tierce*, il semblerait qu'ARTE soit en mesure d'amenuiser la problématique et de produire des contenus à destination de l'Europe, des contenus européens dans leur essence même, plutôt que d'associer sans les faire interagir des contenus typiquement allemand et typiquement français, sur le mode du *collage*. Les journalistes en contact sont, nous avons pu le démontrer à travers l'étude de la seconde strate de l'interculturel télévisuel, dans une position de confrontation des méthodes et des cultures, mais ils sont conscients d'évoluer dans cet environnement particulier, ils partagent des objectifs communs avec lesquels ils sont en accord, et réfléchissent en permanence à la conception d'un programme consensuel.

Das Programmschema für den Europäischen Kulturkanal ARTE muß Rücksicht nehmen auf verschiedene nationale Sehgewohnheiten. Es muß auch dem innovativen, kulturellen und übernationalen Anspruch des Projekts gerecht werden und gleichzeitig dessen finanziellen, produktionstechnischen und sprachlichen Zwängen Rechnung tragen. Das Programmschema von ARTE ist das Ergebnis von Verhandlungen und Kompromissen zwischen Deutschen und Franzosen.<sup>718</sup>

La tâche, déjà rude puisqu'elle inclut des aspects techniques et financiers non négligeables, est d'autant plus ardue qu'elle comprend la question factuelle du bilinguisme. En plus de devoir concilier des esthétiques, ainsi que des méthodes de travail journalistiques, les programmeurs se voient confrontés à la question de la traduction, de la conception d'une grille convenant à deux pays ne partageant pas les mêmes modes de vie, et ayant développé des habitudes de consommation télévisuelles distinctes. France et Allemagne présentent des

---

<sup>718</sup> « La grille des programmes d'ARTE doit prendre en compte les différentes habitudes télévisuelles nationales. Elle doit en outre satisfaire le caractère innovant, culturel et transnational du projet, tout en tenant compte de ses contraintes financières, techniques et linguistiques. Le programme d'ARTE est le résultat de négociations et de compromis entre les Allemands et les Français. », dans Gräßle, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE*, 1995 p.182.

approches bien différentes au sujet des médias, des différences dues à l'histoire de l'audiovisuel dans les deux pays concernés, qui ont été mises en exergue dans le chapitre historique. Outre l'harmonisation de deux systèmes, la question des habitudes de consommation et de la langue des téléspectateurs impactent profondément les conditions de conception.

Les grandes nuances culturelles que nous avons pu décrire et relever notamment à l'aide des théories de Hall et Hofstede, impactant directement les styles de communication, jouent un rôle similaire dans le cadre précis de la *communication médiatisée*. La question de la communication interculturelle, traitée à travers le compte rendu des interactions internes entre les employés de Strasbourg indique à quel point l'appartenance d'une société à une culture dite « riche » (*high-context*) ou « pauvre » (*low-context*) influence le langage.

Der Fernsehjournalismus in 'Low-Context-Cultures' ist in seiner Ästhetik selten ‚sozial integriert‘ und eher ‚passiv monofunktional‘. Er ist tendenziell ‚institutionalisiert‘, fördert Distanz, bedient sich einer eher ritualisierten Bildsprache und einer schriftlichen Verbalsprache, hat ein eher ‚hierarchisierend-strukturierendes‘ Aktualitätsverständnis, ist informationsorientiert, ‚zeitlich normiert‘ und eben ‚Autoritätsinstanz‘.<sup>719</sup>

Ainsi, les Français useraient selon ces théories d'un langage plus ornemental que les Allemands, alors que ces derniers, issus d'une culture à contexte pauvre ont développé une communication franche, fondée sur l'importance des faits, sans détour esthétique. Cette nuance culturelle impacte nettement le langage médiatisé et la construction du discours télévisuel. Alors que la France a pu développer une tradition visant à enjoliver son discours médiatique, l'Allemagne propose une « télévision de l'essentiel » ; un contraste particulièrement visible dans les formats dédiés à l'information.

Appréciés en France chez les présentateurs et dans les documentaires, l'art, le talent, le charme, sont considérés avec méfiance par les Allemands, prompts à y voir une tentative de séduction, donc de propagande mauvais souvenir encore...Le journaliste allemand se

---

<sup>719</sup> « Esthétiquement, le journalisme télévisuel des cultures 'Low-Context' est rarement « intégré socialement », et plutôt « passif-monofonctionnel ». Il tend à s'« institutionnaliser », favorise la distance, se sert d'un langage visuel plutôt ritualisé et d'un langage verbal écrit, dispose d'une compréhension de l'actualité plutôt « hiérarchisante et structurante », est orienté vers l'information, « normalisé chronologiquement » et constitue une « instance d'autorité. », dans Landbeck, Hanne. *Medienkultur im nationalen Vergleich. Inszenierungsstrategien von Fernsehrichten am Beispiel der Bundesrepublik Deutschland und Frankreichs*. („Medien in Forschung + Unterricht“, Schriftenreihe, Serie A, Bd.33). (Hrsg. v. D. Baacke, W. Gast & E. Straßner, in Verbindung mit W. Barner, H. Bausinger, H.K. Ehmer, H. Kreuzer & G. Maletzke). (Diss.). Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1991, 167-172), Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. München: Verlag Reinhard Fischer, 1997, page 164.

doit d'être effacé, austère, il ne mêle jamais le commentaire aux faits et sa déontologie lui interdit de déjeuner avec des hommes politiques. Les Français, qui aiment bien mélanger les genres, jugent les informations allemandes ennuyeuses ; les Allemands jugent les nôtres à la fois superficielles et trop déférentes vis-à-vis du pouvoir.<sup>720</sup>

Les programmes, lorsqu'ils sont conçus et/ou à destination d'une culture riche ou pauvre, ne sont pas composés de manière équivalente. Si la différence est particulièrement palpable dans l'information, c'est aussi le cas dans le documentaire, ou la fiction, bien que ces deux formats, grâce à leur héritage narratif, en souffrent moins. La culture d'appartenance des rédacteurs, des réalisateurs, influence les méthodes journalistiques et de narration autant qu'elle influence les systèmes communicationnels interpersonnels. En fondant cette chaîne de télévision à vocation transculturelle, les pionniers d'ARTE ont pris le risque de constituer un programme hybride, dont les écarts avec les habitudes télévisuelles des publics de chacun des deux pays concernés risquaient de provoquer un sentiment de distance aux antipodes de ce pourquoi la chaîne a été créée.

Comment plaire aux « peuples d'Europe » ? À quelles grandes problématiques sont confrontés les journalistes, rédacteurs, responsables de la programmation d'ARTE ? Puisque certains programmes arrivent de l'ensemble des partenaires européens, cela permet a priori de proposer – a minima – un *patchwork* des cultures d'Europe via la fiction, les documentaires, les magazines... Mais ARTE doit éviter de ne proposer qu'un *collage* des différents formats et esthétiques – un *collage* dont la chaîne souffre déjà en partie d'un point de vue structurel, l'étude de la strate systémique le montre.

Cette première partie a pour but d'analyser les modalités de mise en place d'un discours transnational interculturel, les enjeux et problématiques auxquels les employés en fonction aux programmes d'ARTE sont confrontés quotidiennement, ainsi que la résolution de ces problématiques, afin de pouvoir proposer, à terme, une définition d'une programmation interculturelle, ainsi que des pistes de réflexion pour en développer l'efficacité. Le *discours* d'ARTE met la culture – dans son acception la plus large – à portée de main, mais la chaîne participe-t-elle à l'établissement d'une conscience européenne ? ARTE fait-elle vraiment se rapprocher le franco-allemand ?

---

<sup>720</sup> Humblot, Catherine. « Arte, la télé-Maastricht au quotidien », *Le Monde*, 19 février 1996  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news-19960219-LM-438028>.

### a) ARTE : Entre cultures et regards croisés.

La culture est perçue comme outil d'ouverture sur l'*Autre*, qui nourrit la présupposée curiosité des publics. La culture est l'un des engrenages les plus importants en termes de médiation. Tout comme une chaîne de divertissement pur n'aurait que peu de chance de s'exporter à l'international, car les codes de l'humour demeurent parfois très antithétiques, il serait tout aussi indigeste de mettre à l'écran des contenus relatant uniquement d'une Europe économique, politique, institutionnelle. Pour « éveiller la curiosité », « donner envie de connaître l'*Autre* », la culture, dans son acception large, reste le meilleur moyen.

Sur la SEPT, la culture c'est la vie. Dans toute sa variété : Arts plastiques, sciences humaines, géographie, histoire, anthropologie, musique et danse, sciences et technologies, littérature et philosophie, cinéma de qualité : autant de sujets rois sur La SEPT [...] <sup>721</sup>

Les programmeurs d'ARTE ont toujours eu comme leitmotiv cette ouverture au public correspondant aux missions culturelles et citoyennes de rapprochement des peuples transmises par la chaîne. Dès 1991 donc, la SEPT exposait cette vision de la culture, non pas centrée sur les beaux-arts et l'esthétisme, mais aussi et surtout une culture anthropologique, prenant en compte l'ensemble des biens et savoirs que l'homme peut transmettre.

La télévision, à qui l'on peut reprocher d'homogénéiser les cultures et les images, d'être un outil de consommation passive, d'isoler le citoyen, d'être le symbole du triomphe de l'industrie culturelle, voit au contraire avec ARTE s'exprimer toute la quintessence de la diversité culturelle. La télévision se profile comme démultiplicateur de culture, et peut désormais en être vecteur de propagation. <sup>722</sup>

La différence de conception du terme *culture*, ou *culturel* est palpable dans la programmation de la chaîne, et fut – certes de manière indirecte, mais plutôt pragmatique – au cœur des négociations internes.

Nous n'allions pas nous lancer, même si nous en avons discuté, dans une discussion de fond sur ce qu'est la culture. Nous savions que les mots ne correspondent pas au même concept, qu'ils ne sont pas porteurs de la même signification. La seule façon de résoudre

---

<sup>721</sup> Plaquette promotionnelle de 1991

<sup>722</sup> Selon Marc Fumaroli, « la culture est un enjeu politique précieux, mais d'appoint. La télévision est un enjeu essentiel et capital ». Dans *L'État Culturel*, 1991, alors que l'auteur regrettait que La Sept n'ait qu'une courte fenêtre de diffusion sur FR3.

le problème, c'était d'être pragmatiques : nous faisons de la télévision, dans différents genres, le documentaire, la fiction, le cinéma. Quel type de films allions-nous retenir, et comment définir la ligne éditoriale de chacune des cases ? Nous ne nous demandions pas à chaque fois est-ce de la culture ou non ? Cela venait dans la conversation, bien sûr, mais nous avons résolu le problème de façon pragmatique et non pas théorique. [...] *Champagne* par exemple était du divertissement assez léger...ça ne nous paraissait pas du tout adapté au public français...nous avons ainsi eu différentes appréciations, objet par objet. Mais nous nous sommes compris progressivement.<sup>723</sup>

L'on retrouve ainsi dans la programmation d'ARTE cette double perception de la culture, plutôt française dans le champ des beaux-arts avec des contenus tels que *Confetti*, ou *Palettes* – qui ont par ailleurs disparu des écrans – et allemande avec *Metropolis*, ou le journal d'information, plus tournés vers la découverte et le suivi des sociétés, voire même les sciences avec *X : enius*, produite en Allemagne.

ARTE participe au transfert de biens culturels à l'échelle européenne, rend compte de l'information et des événements mondiaux, et sa nature binationale force à un double regard, un *regard croisé*. Elle produit des contenus à la croisée des méthodes et des cultures. Une ligne éditoriale répondant au concept de *regards croisés* signifie finalement la construction d'un programme en faisant en sorte de convenir aux publics engagés quelle que soit leur culture, française ou allemande, quelles que soient leurs attentes en termes d'esthétique ou de fond.

Afin de constituer son discours interculturel, ARTE a le privilège de pouvoir s'appuyer sur des sujets universels, puisque la culture, dans son acceptation la plus large, est transposable, peut intéresser les masses, quelles que soient les nationalités en jeu. Le langage télévisuel et la force des images disposent eux aussi d'un caractère universel.

[...] ARTE joue aussi sur l'aspect « découverte », et peut se permettre d'oser et proposer des programmes même très spécifiques, très « niche », avec ce regard franco-allemand.<sup>724</sup>

La chaîne propose des contenus culturels dans le sens anthropologique du terme, et s'élargit ainsi à une réflexion profonde sur les rapports sociaux, ce qui justifie par ailleurs la présence d'un journal d'information dans cette grille singulière.

---

<sup>723</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris

<sup>724</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

La chaîne Culturelle Européenne se situe dans une perspective culturelle. Les partenaires fondateurs entendent ici la culture au sens large, comprenant bien entendu les disciplines considérées habituellement comme culturelles – littérature, musique, arts – mais aussi l’histoire, les sciences exactes et humaines, la vie quotidienne, la politique et l’économie, les institutions et les mouvements de société. [...] La chaîne enfin sera culturelle parce qu’elle présentera, produira et co-produira des programmes exemplaires de télévision qui dépasseront les barrières nationales et linguistiques en recourant aux possibilités propres au langage de la télévision. Elle encouragera ainsi la constitution d’une véritable culture audiovisuelle européenne.<sup>725</sup>

La ligne éditoriale a ainsi été rigoureusement établie, et plutôt que de tenter de se mettre d’accord sur ce qui est culturel ou ne l’est pas, l’ensemble des responsables de la programmation propose à la Conférence des Programmes des contenus qualitatifs européens en accord avec cette ligne.

Alors qu’elle aurait pu se profiler comme chaîne thématique culturelle uniquement, ARTE est devenue une chaîne généraliste puisqu’elle intègre un journal d’information. C’est aussi parce qu’elle est une chaîne généraliste qu’ARTE met à l’écran *les cultures*, qu’elle inclut ainsi des magazines scientifiques, ou encore des reportages consacrés aux sociétés ; cette large conception de la culture évite les enfermements identitaires, contourne la critique émise par Dominique Wolton qui craignait qu’ARTE ne se profile comme un « ghetto » culturel élitiste. Les conditions de sa genèse font d’ARTE une chaîne d’expérimentation, ses programmeurs ont pu se permettre de proposer une grille et de lui faire subir plusieurs modifications pour répondre à sa mission de démocratisation culturelle, profitant en outre de son statut politique. La programmation culturelle d’ARTE s’attache tant à la définition plus classique – du point de vue français – des arts, qu’à une acceptation sociétale plus proche des considérations allemandes. Ce double regard sur la culture est également d’usage au sein même de l’unité culture, en témoignent les dires de Claire Isambert,

Je dirais que ce sont toutes les formes artistiques quelles qu’elles soient. Toutes ont droit de cité sur ARTE, les formes sociétales et évidemment le cinéma comme de la culture et une partie des documentaires historiques qui ne sont pas dans l’unité culture demeurent culturels. Est-ce que la science, la découverte, et l’investigation sont de la culture ? Peut-être pas, mais il faut se demander comment définir la culture ; est-ce que c’est vivre ensemble et partager ensemble des valeurs communes ? Est-ce que c’est la culture

---

<sup>725</sup> Principes de la ligne éditoriale, cité à partir de Utard, Jean-Michel. *ARTE, information télévisée et construction d’un point de vue transnational*, p.69.

patrimoniale classique, les œuvres que nous ont laissées les générations précédentes ? Est-ce que c'est au contraire la culture urbaine contemporaine qui s'exprime ? Je dirais que c'est un peu tout cela. L'unité culture est certes dans une acceptation de la culture plus traditionnelle, mais tout en étant très large dans les thèmes couverts.<sup>726</sup>

Si tout n'est pas culture, ni culturel, ARTE fait en sorte de proposer un traitement des sujets qui pousse à la réflexion, éveille la curiosité, interroge sur l'*Autre*, sur la place de l'Homme dans les sociétés.

Kultur spielt eher als Inbegriff von Qualität denn als einengender Begriff allein im Sinne der schönen Künste bei ARTE eine dominante Rolle [...]<sup>727</sup>

### ***Cinéma et documentaire, genres favoris d'ARTE ?***

#### *Le cinéma*

De tradition, ARTE demeure la chaîne du cinéma, avec ses six cases hebdomadaires, tout en représentant de manière très active le format documentaire, deux genres particulièrement efficaces concernant la mise à l'écran de l'imaginaire de l'*Autre*. Le cinéma soutient une image, un scénario, une mise en scène, et le public, lorsqu'il s'apprête à visionner un œuvre, est tout à fait conscient qu'il s'apprête à entrer dans la sphère du fictionnel, et accepte alors de se plonger dans d'autres références socioculturelles. Le cinéma est interculturel en soi, puisqu'il propose un regard sur l'*Autre*, qu'il construit un imaginaire, et incite les publics à effectuer une démarche mentale consistant à changer de paradigme culturel. Si le caractère narratif de ce genre facilite effectivement la transférabilité de biens culturels, de situations socioculturelles, quelques problématiques subsistent.

Mettre en place une télévision transnationale, ayant pour vocation de rapprocher les peuples signifie être en mesure de donner à voir les caractéristiques, les esthétiques, les mœurs de l'*Autre*. Un équilibre doit cependant être trouvé pour ne pas heurter la culture cible. La difficulté en télévision réside dans la pluralité des genres et des formats – information, magazine, fiction, documentaire, jeux... Chacun de ces formats répond à des codes spécifiques issus de l'histoire du genre, des systèmes communicationnels et culturels des cités dans lesquels ils s'ancrent. Outre l'établissement global d'une ligne éditoriale et d'une grille

---

<sup>726</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg

<sup>727</sup> « La culture chez ARTE joue un rôle dominant en tant qu'incarnation de la qualité, plutôt que dans son sens restrictif des beaux-arts [...] », dans Uhde, Kathrin. *Karambolage oder die deutsch-französischen Eigenarten mit fremden Augen sehen: eine interkulturelle Fernsehanalyse*. Avinus Academia. Berlin: Avinus-Verl, 2006, page 70.



des programmes, les concepteurs de la chaîne ont la lourde responsabilité de donner à voir la diversité sans déstabiliser l'autre public, au risque de le perdre. En se caractérisant comme média défenseur du cinéma européen, ARTE prend le risque de proposer des œuvres de tous horizons. Un pari osé au début des années 1990, à l'heure où le cinéma allemand est considéré comme « inexportable », un cinéma en lequel les distributeurs français ne croient pas.

La construction scénographique n'est pas la même, ni les choix pour mettre en place une certaine tension, ainsi le cinéma français joue avec les relations qu'entretiennent ses personnages, leurs dialogues, pendant que le cinéma allemand construit des tensions de situations plus larges. L'aspect narratif du cinéma facilite la transition, le transfert d'un pays à l'autre, mais les problématiques d'adaptation restent belles et bien présentes.

Einem Deutschen mag etwa die Schnitttechnik ‚à la française‘ zu schnell oder zu wenig linear erscheinen, während ein Franzose einen deutschen Schnitt als zu langsam und unnatürlich erachtet.<sup>728</sup>

Comment parvenir à toucher un public en proposant des fictions dans lesquelles les acteurs sont inconnus de l'un des deux récepteurs ? Les codes des cinémas allemand et français sont différents, mais pas divergents, une rapide digression sur certains épisodes de l'histoire du genre en Allemagne comme en France montre des points d'ancrage très à-propos.

Les cinémas allemands et français ont globalement développé des styles de narration distincts, fondés sur des rythmes, une philosophie, un traitement des sujets différents. Le cinéma allemand et son industrie – qui privilégient les *Heimatfilme* – entretiennent des rapports très étroits avec les grands bouleversements historiques qu'a connus l'Allemagne. Alors que le cinéma allemand de Weimar connaissait un essor tout particulier avec Murnau, Fritz Lang, le genre fut profondément impacté par la période nazie et de propagande, qui conduisit en outre nombre de cinéastes de talent à quitter le pays. S'est ensuite développé de 1962 à 1982 un « nouveau cinéma allemand » en RFA, plus engagé, dont l'un des chefs de file demeure Fassbinder, qui tirait en partie ses inspirations de La Nouvelle Vague française. Godard et Truffaut notamment ont fait rayonner le cinéma français en Allemagne, lui octroyant un gage de qualité. Un point d'attache s'est ainsi instauré dans les années 1960, une attache qui facilite aujourd'hui grandement les transferts. Les différentes normes de production de chacun des deux cinémas ne semblent pas empêcher les interpénétrations des

---

<sup>728</sup> « Un Allemand pourra trouver la technique de montage « à la française » trop rapide, ou trop peu linéaire, alors qu'un Français trouvera les coupes allemandes trop lentes, trop peu naturelles », dans Isabelle, Bourgeois. *Frequenzstörungen am Rhein*, Kulturaustausch, 2000 page 53.

productions. Le cinéma allemand a connu de multiples césures qui expliquent l'existence de diverses traditions stylistiques. La mort prématurée de Fassbinder en 1982 signe la fin du « nouveau cinéma allemand », de nombreux auteurs émigrent aux États-Unis. Notons cependant la coproduction franco-allemande de Wim Wenders, *Les Ailes du Désir* en 1987. Si le cinéma allemand ne présente pas d'unité esthétique, il est utile de noter que ce dernier se caractérise par un rythme lent, dépeignant la vie quotidienne, prônant la neutralité, tant dans le jeu d'acteur que dans le script, ou l'esthétique globale, avec un travail naturel du son et de l'image. Les films et téléfilms policiers – les fameux *Krimis* – fonctionnent très bien auprès du public allemand. Le ton sérieux des films allemands est un gage de succès sur son territoire.

L'on note par ailleurs dans les années 1990 un désintérêt des Allemands eux-mêmes pour leur propre cinéma. Les taux de production s'effondrent et cette crise pousse Tykwer, Levi et Becker à créer leur propre société de production inspirée « Art et Essai » afin de relancer l'intérêt des Allemands comme des internationaux pour ce cinéma en désaffection. Christian Petzold, Angela Schonelec et Thomas Arslau ont eux aussi participé à la relance du cinéma allemand. *Lola Rennt* (1998, Tom Tykwer) signait enfin la réussite de l'Allemagne à l'exportation internationale, en particulier aux États-Unis et en Angleterre. Moderne, mélangeant des prises classiques et animées, sur fond de musique techno, l'œuvre a cassé les clichés sur le cinéma allemand. La France ne découvre ce film que tardivement au regard d'autres pays. Les années 1990 n'ont globalement pas suscité en France un grand intérêt pour le cinéma allemand, et ce malgré le succès de *Lola Rennt*. Une nouvelle dynamique d'exportation des films allemands en France se mit en place dans les années 2000. *Good Bye Lenin !* (2003, Wolfgang Becker), pourtant très ancré dans les mœurs allemandes (un sujet traité avec gravité, références historiques et culturelles allemandes), attire près d'un million trois cent mille spectateurs en France, et les distributeurs ont enfin parié sur le cinéma allemand, à condition qu'il soit historique. *La Chute* (2004, Oliver Hirschbiegel) au sujet des circonstances de la mort d'Adolf Hitler, *La Vie Des Autres* (2006, Florian Henckel von Donnersmarck), drame traitant de la surveillance par les services de la Stasi, *Nowhere in Africa* (2001, Caroline Link), sur fond de nazisme, ont ainsi connu de véritables succès, et furent récompensés au festival de Cannes, à la Berlinale ou encore aux Oscars. Les sujets historiques intéressent tant le public français qu'allemand ; et les réalisateurs allemands ont progressivement acquis une légitimité. Les fictions traitant des relations familiales ainsi que de l'adolescence ou l'émigration trouvent une vraie résonance en Allemagne. Le réalisateur

allemand d'origine turque Fatih Akin est l'un des grands représentants de ce cinéma *Multikulti*, qui rencontre un beau succès en Allemagne et s'exporte très bien. Il existe en outre une tradition de coproduction qui favorise l'exportation du cinéma, Wim Wenders et son *Rendez-vous à Palerme* (2008), film franco-italo-allemand en est un exemple fameux.

L'Allemagne rayonne peu cinématographiquement malgré un bon nombre de productions et quelques acteurs et actrices stars. Les auteurs allemands cités ci-dessus sont bien connus du public cinéphile français, mais le cinéma allemand s'intègre mal en France. Le public français est finalement si peu habitué au genre allemand, qu'il n'en connaît que trop peu les images et représentations, les références culturelles, cela produisant un désintérêt pour l'objet, ou une sensation désagréable d'incompréhension, de non appartenance à cet environnement. Un cas de figure assez commun concernant les films qui s'exportent peu, alors que l'univers américain, fort de son exportation, appartient plus facilement aux représentations et s'ancre mieux dans les imaginaires des Français, habitués à le consommer. Les acquis et stéréotypes concernant l'autre pays modifient profondément la perception et l'acceptation des objets filmiques. C'est aussi la raison pour laquelle le cinéma allemand historique est, du point de vue des Français, gage de qualité. L'Allemagne a connu tant de bouleversements historiques qu'elle est devenue, selon l'opinion publique française, légitime dans ce genre.

Les enquêtés indiquent aussi leur faible connaissance, *in fine*, des architectures et paysages allemands, déclarant avoir « peu d'images d'Allemagne en tête » contrairement à New-York par exemple, dont ils ont beaucoup de représentations cinématographiques en mémoire. Cette constatation révèle un 'savoir iconique' (Metz, 2003 :146<sup>729</sup>) faible par rapport à l'Allemagne – en dehors cependant du savoir iconique lié aux périodes sombres de l'histoire allemande, nazisme et partition.<sup>730</sup>

S'il est difficile d'établir les causes exactes de ce défaut d'exportation, en partie d'ordre culturel, il semble évident que le facteur économique joue lui aussi un rôle. Un regard sur les aides financières octroyées au cinéma allemand explique en partie cette problématique de l'exportation du cinéma allemand. Le cinéma allemand bénéficie en effet des fonds régionaux par les Länder ainsi que d'un soutien grâce aux coproductions, en majorité avec la Turquie, la Pologne et la Russie. La télévision joue elle aussi un rôle important, puisqu'elle finance en partie ces films, pour que ces derniers soient rapidement diffusés à l'antenne après leur sortie

---

<sup>729</sup> Metz, Christian. *Essais sur la signification du cinéma* (tome 2), Paris, Klincksieck, 1986.

<sup>730</sup> Chartain, Lucile. « La circulation du cinéma allemand contemporain en France : l'expérience filmique comme rencontre avec / de l'Autre ». *Textes et contextes*, n° 11 (1 décembre 2016). <http://preo.u-bourgogne.fr/textesetcontextes/index.php?id=654>. Consulté le 08/04/2020

sur grand écran. Cette obligation d'investissement par les chaînes de télévision est ratifiée par un *Rundfunkvertrag*, et si cela a pour conséquence, certes, de dynamiser l'industrie cinématographique allemande, elle influence aussi profondément la forme et le fond des fictions. Ces dernières sont pensées pour la télévision, et traitent de sujets nationaux, voire même régionaux, et donc compliqués à exporter. Le genre le plus représenté à la télévision est la comédie, qui ne passe que très difficilement les frontières.

Le cinéma français se porte mieux car il y a une séparation très nette entre télévision et cinéma. En Allemagne, les films sont financés en général par la télévision. Ils sont conçus par la télévision, avant même d'être tournés. Ils doivent pouvoir passer directement de la toile à l'écran de télévision. On ne se préoccupe pas de ce qui intéresse le spectateur de cinéma, de ce qui pourrait motiver le spectateur à aller au cinéma. À l'inverse, en France, le cinéma a besoin d'un élément spéculatif. Il faut que ce soit un film comme on n'en a jamais vu, raconté de façon différente, qui aborde un nouveau sujet. Sans cet angle, inutile d'aller dans les salles, il suffit d'allumer sa télé ! Et à côté de la masse des films de divertissement, il y a un cinéma de jeunes auteurs qui ose plus que le jeune cinéma allemand.<sup>731</sup>

Grâce à l'Institut Goethe et ses semaines du cinéma allemand, ou encore à la Berlinale, le cinéma allemand voit sa visibilité croître. L'origine allemande des fictions n'est plus un obstacle à son exportation comme ce fut le cas quelques dizaines d'années en arrière. Paradoxalement, les grands succès publics allemands ne se répandent pas ou peu en France, alors qu'à l'inverse, les productions françaises à succès circulent largement en Allemagne. L'humour français, porté notamment par des figures d'envergure telles que Louis de Funès, connaît un succès de longue date en Allemagne, ce qui explique en partie cette réception plus aisée. Plus récemment, le film *Intouchables* (2012, Olivier Nakache, Eric Toledano, all. *Ziemlich Beste Freunde*) a connu un réel succès en Allemagne. *Bienvenue chez les Ch'tis* (2008, Danny Boon, all. *Willkommen bei den Sch'tis*), énorme succès en France, n'a pas connu le même engouement en Allemagne, mais a tout de même été diffusé dans les salles allemandes, alors que l'intrigue du film est axée sur une thématique très régionale, et que la traduction ne fut pas aisée. Pour la version allemande, les traducteurs ont opté pour un dialecte inexistant en Allemagne, en pariant donc uniquement sur la force du comique de situation. Parmi les films français les plus vus en Allemagne, se trouve la comédie menée par

---

<sup>731</sup> Connexion-Française. « L'Allemagne exporte tout, sauf son cinéma », 11 juillet 2013. <https://www.connexion-francaise.com/a/l-allemande-exporte-tout-sauf-son-cinema>. Consulté le 08/04/2020

Christian Clavier *Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu* (2014, Philippe de Chauveron, *Monsieur Claude und seine Töchter*) qui figure dans les succès du box-office francophone en Allemagne. Dans les années 1990, le cinéma français s'exportait déjà très bien, avec notamment *Le Cinquième Élément* (1997, Luc Besson, *Das Fünfte Element*), et le *Cyrano de Bergerac* de Gérard Depardieu (1991, Jean-Paul Rappeneau, *Cyrano von Bergerac*)

Il existe, nous l'avons traité dans notre partie historique, une réelle tradition de coopération audiovisuelle et cinématographique entre la France et l'Allemagne. Le Bureau du Cinéma et des Médias de l'Institut franco-allemand a pour tâche de favoriser la diffusion d'œuvres françaises en Allemagne, et d'encourager la coopération franco-allemande de production cinématographique. Il existe une semaine du film français en Allemagne, ainsi que le festival du film francophone à Tübingen. Les films français séduisent le public allemand ; l'Allemagne est un territoire non négligeable d'exportation audiovisuelle française. De nombreuses initiatives peuvent encore être citées, à l'instar des *rendez-vous franco-allemands du cinéma*, depuis 2003, de l'Atelier Ludwigsburg-Paris (entre la Fémis de Paris et la Filmakademie de Baden-Württemberg), qui soutient et participe à la formation continue pour les jeunes producteurs et distributeurs européens, ainsi que le Mini-Traité de 2001, un fonds de soutien pour les coproductions de longs métrages franco-allemand, qui promeut en outre les festivals de cinéma allemands en France et français en Allemagne, à l'initiative de l'Académie franco-allemande du cinéma, du *Filmförderungsanstalt* et du CNC. Le Mini-Traité remplace les accords cinématographiques franco-allemands du 5 décembre 1974 ainsi que l'accord entre le Gouvernement de la République Française et le Gouvernement de la RFA relatif à la promotion de projets de coproduction cinématographique du 5 février 1981. Le Mini-Traité a connu une relance en 2015 avec le Grand Accord, qui réunit l'ARD, la ZDF, Arte France et l'Atelier de Ludwigsbourg, un fonds d'aide aux jeunes producteurs sur leur première ou seconde coproduction franco-allemande.

La circulation du cinéma allemand ne connaît pas le même essor que le cinéma français, alors que le genre allemand a su produire de grandes œuvres désormais classiques, et connaît aussi ses réalisateurs et acteurs internationaux (Daniel Brühl, Nina Hoss...) Le genre de la fiction demeure un outil formidable de rencontre des imaginaires, et les différents points d'ancrage entre la France et l'Allemagne montrent bien que la fiction est l'une des pierres angulaires de la constitution d'un espace de convergence et de mélange des représentations. Alors que le cinéma allemand ne connaît en France qu'une résonance timide, ARTE joue ce rôle de plateforme et favorise l'échange de représentations picturales. Si les films sont souvent

porteurs d'un sens politique et social, et donc de fait, enracinés dans un territoire, national ou régional défini, le cinéma reste un genre transférable plus aisément que d'autres grâce à son caractère fictionnel et narratif. ARTE joue justement la carte de la coproduction, cette dernière participant à la circulation des films en Europe, et fait par ailleurs de même avec les séries, nouveau mode de consommation qui se répand grâce aux plateformes web. La bibliothèque d'ARTE, qui fait office d'immense banque de données, propose non seulement des séries et films à grands succès américains, mais aussi quelques objets de nationalité variées, habituant en quelque sorte les publics à d'autres formats, d'autres images, participant ainsi à l'élargissement des « savoirs iconiques ». L'ensemble des œuvres cinématographiques proposé par ARTE répond à une ligne bien définie afin de répondre à ses missions qualitatives, culturelles et européennes.

C'est finalement assez simple, et je sais très bien quelles sont les lignes éditoriales sur quelles cases. Sur *Documania* par exemple, il faut un destin romanesque, avec quelqu'un ou un contenu connu des deux publics...être européen, pas trop américain...en fait tout le monde connaît les lignes au sein de la chaîne. On sait aussi que l'on doit prendre en compte l'actualité, lorsque c'est le centenaire de quelqu'un, une grande exposition...on s'en charge forcément, et ça facilite d'ailleurs la programmation.<sup>732</sup>

### *L'importance du documentaire*

Forme majeure du discours télévisuel, parfois historique, parfois très actuel, le *documentaire* est le second genre phare d'ARTE ; genre qui semble passer facilement les frontières, mais qui nécessite cependant un vrai travail d'harmonisation, et qui, tel le cinéma, a connu un développement et une progression différente entre France et en Allemagne.

Si le documentaire est un genre très accessible, les écritures françaises et allemandes présentent des variantes. En effet, le « documentaire allemand est plus pédagogique, le documentaire français plus impressionniste. »<sup>733</sup> Les réalisateurs français de documentaires, dans une certaine tradition cinématographique, gardent au centre de leur réflexion et de la construction de leur format le travail de la lumière, du son, et ont tendance à juger les documentaristes allemands comme étant trop didactiques. Tout comme le cinéma, outre ces questions esthétiques, Allemands et Français ne s'intéressent pas aux mêmes sujets.

---

<sup>732</sup> Emelie De Jong, interview du 04 décembre 2017, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>733</sup> Humblot, Catherine. « Arte, la télé-Maastricht au quotidien ». *Le Monde*, 19 février 1996.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news-19960219-LM-438028>.

[...] les traitements sont très nationaux, les Français ont une façon de traiter les sujets qui ne se retrouve pas en Allemagne, et l'inverse. Les Français par exemple pour les documentaires historiques auront plus tendance à faire appel aux archives – c'est d'ailleurs une exception, dans le monde anglo-saxon, pas seulement l'Allemagne mais aussi l'Angleterre, les États-Unis etc. – il y a beaucoup de ce que l'on appelle *reenactments* que l'on utilise dans notre jargon, c'est-à-dire des « scènes jouées ». Vous n'avez plus un documentaire – hors France – dans le monde anglo-saxon, sans partie fictionnée. En France, l'essentiel des documentaires historiques sont des archives, et ça coûte cher. Donc les traitements sont différents. Et justement quelques fois l'on arrive, en changeant la voix d'un commentaire, en modifiant stylistiquement le texte, à faire passer un message dans l'autre pays.<sup>734</sup>

Les problématiques semblent donc similaires à celles décrites au sujet du cinéma ; l'intérêt pour certains sujets n'est pas le même, une variable contre laquelle il est difficile de lutter. Le genre documentaire répond à plusieurs définitions. Les origines latines du terme (*docere* : enseigner) le rattache à un caractère pédagogique fort, là où le cinéma est synonyme de romance, de fiction. Et pourtant, le cinéma peut lui aussi endosser un rôle pédagogique, tout comme le documentaire peut être fictionné. Les documentaristes français s'accordent sur les fonctions didactiques du documentaire, et sélectionnent des images d'archive pour illustrer leurs propos. En Allemagne, le documentaire s'appuie sur des scènes tournées, jouées pour reproduire l'action ou les événements narrés. Les archives sont synonymes de véracité pour les réalisateurs français, alors que la reconstitution est, pour la partie allemande, porteuse d'un sens pédagogique fort, et met au centre du scénario la qualité de *témoin*, primordiale dans le documentaire. Le documentaire endosse un lien social fort ; il s'ancre dans la cité, dans l'espace public, ce qui peut rendre son transfert complexe. Si le documentaire comporte un langage esthétique proche du langage cinématographique, son ancrage dans le réel le détache de la fiction. Le regard subjectif de l'auteur le détache de l'information. La frontière entre le documentaire et le reportage est très mince ; ses images et ses sujets doivent rester accessibles, le documentaire est construit à l'aide d'une *voix-off*, qui doit participer à la clarté de l'information, et ses auteurs profitent d'une relative liberté, grâce à une large diversité des formats, des codes, qui doivent cependant convenir à ceux imposés par la chaîne qui les diffusera, après les avoir commandés ou coproduits. Comme le reportage, le documentaire suit un travail de pré-écriture. Il se conforme à un scénario bien qu'il se veuille à l'origine très ancré dans le direct, dans le réel, sans artifice ni prédictions.

---

<sup>734</sup> Anonyme, employé d'ARTE, Strasbourg.

Il règne en Allemagne une vraie tradition documentaire ; le festival international de films documentaires de Leipzig fut inauguré en 1955, et Wim Wenders, cité dans le cadre du cinéma, excelle aussi dans le genre documentaire avec notamment *Nick's Movie*, un hommage à Nicholas Ray diffusé en 1979, ou encore son documentaire dédié à la musique cubaine, *Buena Vista Social Club* en 1998. Le genre documentaire fut pourtant profondément touché par le cas Leni Riefenstahl et son *Olympia* en 1938, film de propagande nazie. Si l'objet est toujours controversé, il demeure techniquement spectaculaire grâce aux moyens financiers dont l'auteur a pu bénéficier, et a participé à la mutation technique du documentaire (ralentis, travelling...). Un sujet d'ailleurs traité par ARTE à travers la collection documentaire de 2013, *Mystères d'Archives*, réalisée par Serge Viallet et coproduit par ARTE et l'INA, dans l'épisode 1936 : *Les Jeux de Berlin*, ou encore le documentaire format long métrage (1h26) de Jérôme Prieur, coproduit par ARTE France, *Les Jeux d'Hitler, Berlin 1936*.

Le documentaire, pourtant considéré en France jusque dans les années 1960 comme un outil de reflet des évolutions sociales, disparaît peu à peu des écrans de télévisions. La vague de privatisation dans les années 1980 exclut le documentaire de la télévision, avant qu'il ne revienne grâce à la SEPT. Alors que l'Allemagne s'est essayée relativement tôt aux docufictions, les Français sont plutôt habitués aux documentaires nature et histoire, et ne leur est proposé de la docufiction que s'il est impossible d'intégrer des images d'archives (préhistoire, Égypte ancienne...). Le premier docufiction français date de 2003, *L'Odyssée de l'Espèce*, diffusé sur France 3, est une vraie réussite en termes d'audience. Le documentaire retrouve ses lettres de noblesse en France dans les années 2000 grâce à la programmation d'ARTE et de La Cinquième. Les documentaires historiques et scientifiques ont ainsi trouvé leur place en prime-time sur les chaînes françaises. Le documentaire comme la docufictions se renouvellent, tant en France qu'en Allemagne, avec l'apparition de nouveaux thèmes sociaux, les sciences, la médecine...ARTE compte des documentaires de tous genres, scientifiques, arts et spectacle, historiques, économiques, sport, religion, actualité et information...ARTE souhaite renforcer le goût pour le documentaire et la docufiction, démontre qu'il s'agit d'un genre qualitatif, un genre à part entière qui a toute sa légitimité sur une chaîne culturelle, et participe, grâce aux coproductions en France, à la formation de jeunes documentaristes.



ARTE, par sa spécificité culturelle, publique et binationale, a fortement contribué à faire émerger un marché du documentaire en France. La production interne peu importante oblige la chaîne à travailler avec le réseau indépendant.<sup>735</sup>

Dès ses premières années d'antenne, ARTE programmait des documentaires par le biais d'émissions phares, *Palettes*, *Histoires Parallèles*. Tout en restant généraliste, elle se profile comme la chaîne du documentaire, et fonctionne sur des bases similaires à celle d'une société de coproduction. ARTE a développé une stratégie d'aide à la production documentaire, sa ligne éditoriale est fondée de sorte à ce que la narration puisse capter, emmener le spectateur avec elle. Un travail ambitieux de composition et de création permettant en outre à certains documentaires d'être rediffusés en salles. La chaîne semble pourtant avoir été la cible d'un certain mécontentement de la part des documentaristes.

On observe une mobilisation médiatique des professionnels indépendants du documentaire. Leurs discours est critique et alarmiste quant à l'avenir du genre et de leur métier à la télévision. Les évolutions d'ARTE, qui tente de moderniser son image intellectuelle, en proposant de nouvelles formes documentaires voulues accessibles à un plus grand nombre et au jeune public, nourrissent de nombreuses inquiétudes. Les professionnels indépendants dénoncent un emploi abusif de l'étiquette « documentaire » pour des programmes qui ne répondent plus aux critères artistiques définis par la profession.<sup>736</sup>

Il semblerait ainsi qu'ARTE « formate » les documentaires qu'elle commande ou coproduit. Il est véridique que les grilles d'ARTE sont très « fermées ». Elles sont pensées très en amont, et chaque programme doit pouvoir entrer dans la case qui lui est réservée, ainsi un format « 52 minutes », en général réservé aux documentaires ou aux reportages, ne pourra être rogné ni rallongé outre mesure par son concepteur. ARTE impose un format, une écriture, des règles de production strictes, afin que les documentaires puissent être lisibles et compréhensibles par le plus grand nombre, et respecter l'angle européen que chaque format se doit de contenir pour être diffusé sur ARTE. Les fiches de pré-commission témoignent effectivement d'une grande rigueur, qui peut être perçue comme une restriction des libertés de création, mais qui permettent d'une part à ARTE de respecter le cahier des charges qu'elle s'impose pour respecter ses grandes missions européennes et culturelles, d'autre part de faire vivre le documentaire en télévision. L'antenne linéaire n'est pas malléable et les programmeurs sont

---

<sup>735</sup> Barreau-Brouste, Sophie . *ARTE et le documentaire : de nouveaux enjeux pour la création*. Lormont : Bry-sur-Marne: Bord de l'eau ; INA, 2011, p.39.

<sup>736</sup> Idem. page 10.

eux-aussi forcés d'établir une grille dont la marge de manœuvre en termes de remaniement est très étroite.

Le cinéma comme le documentaire constituent une grande partie du discours d'ARTE. Les deux genres disposent d'un rôle historique, parfois, militant, mais aussi pédagogique, informatif, et divertissant. Le caractère narratif mêlé aux possibilités d'ancrage dans la réalité du documentaire comme du cinéma participe de leur potentiel d'exportation, et permet à ARTE de faire se rencontrer deux imaginaires, d'échanger tant des biens culturels que des « savoirs iconiques », soient des images des pays partenaires, ceux participant à l'apport en contenus. Alors que le cinéma et le documentaire ont connu et connaissent en France et en Allemagne une histoire et un développement différent, ARTE a su mettre à l'antenne des contenus qui semblent convenir aux deux publics – nous nous intéressons aux chiffres d'audience dans le chapitre suivant. L'angle européen imposé dans la ligne éditoriale de chacun des documentaires diffusés sur ARTE, ainsi que le caractère qualitatif des œuvres cinématographiques retenues à l'antenne, le fait que les concepteurs aient dû trouver des esthétiques, des solutions pour convenir à deux publics assure une partie de la mise en place d'un discours télévisuel qui, a minima, initie à l'interculturel.

La communication télévisuelle, médiatisée, est dépendante d'un certain ancrage territorial, mais ARTE fait le pari de s'adresser à un espace public sans frontière, et ce bien que ses responsables se montrent pragmatiques, et conscients qu'il n'existe encore aujourd'hui pas de « public européen » de télévision.

[...] le problème c'est cette question qui revient toujours : existe-t-il une opinion publique européenne ? Existe-t-il un public de télévision européen ? Je pense que la télévision reste extrêmement nationale, parce qu'elle est un référentiel commun, parce que l'on a grandi avec des émissions, que l'on se réfère à ces émissions.<sup>737</sup>

ARTE a-t-elle su créer un espace de communication transnational grâce à sa vision de la culture ? Grâce à sa programmation croisée ? Tous les formats ne supportent pas si bien l'adaptation que le cinéma ou le documentaire, n'ont pas le même potentiel de transférabilité, et semblent être indigestes ou trop ancrés dans un paradigme national pour être transposés à l'échelle européenne. C'est a priori le cas de l'information, pourtant diffusée chaque jour sur ARTE.

---

<sup>737</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

## b) Le traitement de l'information, un antagonisme franco-allemand ?

Avant de procéder à une analyse ciblée du journal d'information, dont le compte rendu figure en fin du présent chapitre, nous proposons de nous intéresser à l'information en tant que genre télévisuel, d'en étudier les conventions et caractéristiques en France et en Allemagne, pour ensuite évoquer les problématiques rencontrées par les responsables et rédacteurs de la chaîne, et leurs résolutions, un long processus qui a donné naissance à l'actuel ARTE Journal qui, semble-t-il s'intègre dans cette conception de *regard croisé, de langage télévisuel paneuropéen*.<sup>738</sup> Le JT de la chaîne franco-allemande, après avoir connu de nombreuses mutations, formule désormais un langage qui lui est propre, un langage construit afin de décrypter les grandes actualités européennes, construit a priori de manière à pouvoir s'ancrer naturellement et en toute légitimité dans une chaîne à vocation culturelle. Le genre particulier de l'information demeure profondément culturel, puisqu'il a pour objet, en traitant des situations politiques, économiques, de proposer un certain regard sur le monde. L'information est miroir des sociétés, mais à tendance à s'enraciner profondément dans les territoires nationaux dans lesquels elle est proposée ; un enracinement qui questionne sur la capacité de ses éditeurs à en proposer une version transfrontalière, qui conviendrait tant à la partie française qu'allemande.

[...] même libérés de l'intervention directe des différents pouvoirs, les médias semblent impuissants à maîtriser les processus de médiatisation par lesquels se construit la matière informationnelle qu'ils doivent traiter et diffuser. Du côté des récepteurs enfin, leur inscription dans un territoire et une culture nationale semble les condamner à réinscrire l'information reçue à l'intérieur de leurs repères identitaires.<sup>739</sup>

Les notions de sobriété et d'orientation internationale soulèvent l'un des points les plus importants dans le cadre de l'interculturel télévisuel, et en particulier l'information. Ces notions conditionnent la construction du discours de l'information, et sont, à l'origine, déterminées par tout un contexte culturel. L'information se construit dépendamment de certains schémas culturels. Nous avons pu, par le biais de nos considérations théoriques, constater que France et Allemagne appartiennent à des dimensions culturelles différentes, qu'en résultent des nuances communicatives importantes que nous avons décrites dans notre

---

<sup>738</sup> Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*, 1997.

<sup>739</sup> Utard, Jean-Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational*, 1997, page 105.

partie théorique. Ces nuances propres à la *communication interpersonnelle* sont tout aussi visibles en *communication médiatisée*, elles impactent les cultures professionnelles, les méthodes, les pratiques, tant du côté de la production que de la réception. Aux cultures *high context* (France) prônant notamment l'oralité s'opposent les cultures *low context* (Allemagne), qui donnent plus d'importance aux écritures.

Im Allgemeinen haben der Inhalt und die Form in den Massenmedien der „High-Context Cultures“ mit analogem verbalsprachlichen Kommunikationsstil einen gleich hohen Stellenwert. [...] Durch diese eher (schau-)spielerische Gestaltung und medienspezifische Ästhetisierung sollen die Programminhalte eine gewisse Dynamik und Dramatik erhalten. Das fernsehjournalistische ‚Kunsthandwerk‘ in „High-Context Cultures“ verstärkt den medienspezifischen Simultaneismus verbal-, bild-, und klangsprachlicher Kodizes, wobei die Darstellungsformen hybridfragmentiert im modernen Sinne hoher Text- und Schnittfrequenz sind.<sup>740</sup>

L'information, sous forme de journal, est un genre disposant d'un acte communicationnel fort et palpable, le présentateur y fixe un prompteur et la caméra, et bâtit ainsi un lien direct, « les yeux dans les yeux », avec ses publics. Les cultures à contexte faible ont développé un style de communication plus direct, au sein duquel le fond compte plus que la forme. Le journalisme en subit les effets immédiats, et si les méthodologies françaises comme allemandes revendiquent toutes deux une ferme séparation des faits et du commentaire, la séparation entre le locuteur et l'information est d'autant plus nette en Allemagne, qui ne joue pas la carte du subjectif comme le fait parfois la France, l'une des fonctions principales du présentateur étant de rester le plus factuel possible. À l'inverse des cultures à contexte élevé, le contexte pauvre dans lequel se développe la culture communicationnelle allemande incite ses journalistes à user de références les plus explicites possibles, balayant toute forme de sous-entendus. L'histoire de l'audiovisuel joue aussi un rôle sur la « teneur en objectivité » du discours promulgué par les journalistes d'information, et la stricte séparation entre les médias et l'État en Allemagne ne fait que renforcer cette position de neutralité. Le journalisme allemand se profile comme étant non seulement neutre, mais aussi plus fouillé, sans artifice,

---

<sup>740</sup>« En règle générale dans les cultures *High Context*, le contenu et la forme sont tout aussi importants, avec des styles de communication verbale analogues. [...] Grâce à cette conception scénique, théâtrale/ludique ainsi que l'esthétisation spécifique aux médias, les contenus des programmes doivent conserver une certaine dynamique, une certaine dramaturgie. Le « métier d'artisan » de journaliste de télévision dans les *High-Context Cultures* renforce le simultanéisme des codes du langage verbal, visuel et sonore propres aux médias, dans lequel les formes de présentation sont hybrides et fragmentées dans le sens moderne de « texte élevé », et de « fréquence dans le découpage (dans le montage) », dans Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*, 1997 p.172

artifices que les Allemands pourraient considérer comme manœuvre perfide de séduction, leur rappelant de mauvais souvenirs de propagande. En Allemagne, « le journal télévisé [...] occupe une place restreinte et son rôle consiste à diffuser les énoncés produits par les journalistes, souvent anonymes, rarement présents à l'image. Le plateau ne fonctionne pas comme un *site énonciatif*, mais comme un *décor*, où le présentateur ne se construit pas comme *locuteur*, mais simplement comme 'sujet lisant' les textes de dépêches ou introduisant les reportages ». <sup>741</sup>

L'opposition *décor* versus *site énonciatif* faite ci-dessus résume parfaitement la position de neutralité des journalistes allemands. Le célèbre journal *Tagesschau* en est le parangon ; l'ARD propose des flashes infos toute la journée, en matinée sur le créneau de 5h30 à 9h, toutes les demi-heures, d'une durée de 3 à 5 minutes, plusieurs courtes éditions à midi (15 minutes), puis toutes les heures à partir de 14h (10 minutes) et ce jusqu'à 17h (15 minutes), et enfin une édition du soir, à 20h (15 minutes). Une édition tout aussi célèbre de l'information de soirée, les *Tagesthemen* diffusés à 22h15 pour une durée d'une demi-heure, fait le point sur les actualités fortes de la journée, avant une dernière édition du soir à minuit quinze, d'une vingtaine de minutes. Depuis 2007, dans une stratégie de développement numérique, l'ARD a développé sur le web le format *Tagesschau in 100 Sekunden*, actualisé toutes les heures sur le créneau 9h / 21h. Cette redondance de la case information a fait entrer le *Tagesschau* dans le quotidien des Allemands et prouve à quel point celle-ci reste objective. Seuls les faits sont énoncés, relativement succinctement (les *Tagesthemen* demeurent une exception, leur fonction étant de faire lumière sur certains faits). Le *Tagesschau* de 20h présente, comme le décrit Jean-Michel Utard, un « sujet lisant ». Le présentateur fait simplement office de « lanceur de sujets », ne réagit ni en aval, ni en amont au sujet dont il est question. Il n'hésite pas à lire son texte – il n'est pas journaliste, et n'en est d'ailleurs pas l'auteur (J-M. Utard) – et doit pouvoir être remplaçable. Il n'incarne pas le journal, ne fait que le présenter dans la plus grande neutralité. Il existe tout de même différents types de présentation, et la ZDF se distingue de l'ARD avec son *Heute Journal*, dans lequel, à l'image des *Tagesthemen*, les modérateurs approfondissent et mènent des interviews en plateau et duplex. La ZDF compte deux formats réputés d'information, une édition tardive *Heute Journal*, 21h45, d'une demi-heure, avec une présentation en binôme ; un journaliste principal *Redakteur(in)* qui mène les interviews et développe les thèmes, un second, *Co-Moderator(in)* dont le rôle est de balayer

---

<sup>741</sup> Utard, Jean Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational*, 1997, page 168.

rapidement l'information, en règle générale l'information nationale, ou alors de rapide sujets internationaux ne nécessitant pas de digression ou explication, la bourse et même les chiffres du loto. La parité semble de mise sur la ZDF puisqu'à un *Redakteur* masculin se greffe une *Co-Moderatorin* féminine, et inversement. Un format très éloigné des habitudes françaises. L'édition de 19h, *Heute Nachrichten*, dispose de nombreuses similitudes avec le *Tagesschau* de 20h à l'exception près que le présentateur est ici journaliste de profession, nommé dans le jargon professionnel *Redakteur im Studio*, tout comme le journaliste présentateur principal de l'édition de 21h45. Le rédacteur-présentateur rédige ses lancements de sujets, et en détermine l'ordre. La ZDF se détache donc de cette tradition allemande de l'information, qui ne réclame de ses modérateurs que des compétences orales, de « formulation de l'information » afin de conserver toute neutralité, mais plus qualitative, plus fouillée. Les journalistes présentateurs de la ZDF participent à la rédaction, sont a priori mieux renseignés sur les sujets qu'ils exposent. Une stratégie qu'a développée la ZDF pour rendre sa présentation plus crédible, et qui recrute ses présentateurs selon leurs compétences journalistiques et non uniquement d'après la qualité de leur énonciation. La presse allemande est dite d'intérêt public, un public qui attend de ses journalistes une grande discrétion.

Selon Jean-Michel Utard, Français et Allemands s'opposent « par une conception différente de la production de l'information. Celle des premiers se caractérise par une exigence d' 'intelligibilité', des faits, se réfère à la notion d' 'angle', comme vision partielle et subjective d'un événement, et renvoie à la construction d'un objet symbolique pour un destinataire ; l'exigence allemande d' 'exhaustivité' au contraire indique l'obligation déontologique de décrire, le plus complètement possible, un fait considéré comme un objet en soi, indépendamment de son appréhension par le journaliste et de la visée d'un destinataire. »<sup>742</sup>

Les formats ainsi proposés par la ZDF ressemblent, en certains points, aux journaux français, notamment par le fait que l'on retrouve lors d'une semaine consécutive les mêmes présentateurs, alors qu'ils changent tous les jours sur l'ARD, afin d'éviter tout effet « vedette ». Les journaux d'information français conservent cependant une particularité encore relativement méconnue en Allemagne, celle de l'interaction, plus ou moins directe, avec ses récepteurs.

---

<sup>742</sup> Utard, Jean Michel. Page 148.

En France, le présentateur se permet parfois quelques commentaires, une ponctuation ou une tonalité laissant transparaître son point de vue, en fin de reportage ou au moment de son lancement. Le présentateur des JT français fait entière partie de la rédaction, est lui aussi journaliste, et se rapproche ainsi de la figure de l'information de la ZDF, mais ne développe pas les sujets dans un angle analytique, comme pourrait le faire un présentateur de l'édition du soir *Heute Journal*, cette fonction étant réservée à des journalistes et spécialistes en plateau, interviewés par le présentateur, ou encore sur les chaînes d'informations partenaires des chaînes généralistes que nous avons étudiées (LCI pour TF1, France Info pour le groupe France Télévisions). Les journaux français semblent plus ancrés dans une dimension territoriale, nationale que les journaux allemands, ainsi que dans une dimension sociale : de nombreux sujets français contiennent des témoignages, mettent en scène les populations touchées directement par l'évènement dans un angle faisant appel aux sentiments, au pathos. Alors que les JT Allemands se fondent sur l'exactitude et la didactique, les JT Français semblent simplifier l'information. L'Allemagne « fonde sur l'exposé exhaustif des faits en rapports avec l'évènement qu'ils constituent »<sup>743</sup> alors que la France cherche plutôt, à « aborder un évènement sous un 'angle fermé', c'est-à-dire d'en réduire la complexité à une dimension considérée comme plus importante ou plus intéressante dans la mesure où elle facilite l'appréhension par le destinataire. »<sup>744</sup> Le centralisme français explique lui aussi une exacerbation d'un certain sentiment national, et la production d'un journal bien plus ethnocentré que ne l'est l'information allemande. Contrairement à la tradition allemande, les publics français, outre un présentateur au visage connu, pleinement intégré à une certaine dimension familiale, un présentateur auxquels ils s'identifient plus aisément, attendent de surcroît une information claire, ciblée dans une dimension à teneur nationale, une information qui semble bien plus les concerner.

Afin d'être en mesure de procéder à l'analyse précise du Journal d'ARTE, nous avons fait le choix dans un premier temps de nous intéresser au traitement de l'information nationale, afin de pouvoir en relever les principaux éléments de différenciation tant dans l'esthétique globale, que dans la construction du discours. Nous nous sommes alors interrogée sur les méthodes de construction d'un discours national de l'information dans le cadre précis d'un événement d'ampleur mondiale, en examinant les journaux populaires d'information en France et en Allemagne lors de la crise sanitaire de 2020. Le cas Covid-19 a touché toutes les

---

<sup>743</sup> Utard, Jean-Michel. Page132.

<sup>744</sup> Idem.

populations ; et l'ensemble des journaux télévisés a alors pris des allures d'édition spéciale. Cela a-t-il mis en évidence des variations entre les discours de l'information allemand et français ou, au contraire, cela les fait-ils tendre vers des modèles similaires du fait de la nature universelle de l'actualité en question ? Ont d'abord été retenus pour analyse les éditions du soir de quatre journaux télévisés sur la période du 06 avril au 12 avril 2020 ; les éditions de 20h françaises diffusées sur TF1 et France 2, choisies pour leur caractère populaire et leur ancienneté, ainsi que le célèbre *Tagesschau* de 20h produit par l'ARD allemande, et son équivalent *Heute*, à 19h sur la ZDF. Ont ensuite été ajoutées à l'analyse deux autres éditions allemandes, les *Tagesthem* de l'ARD et *Heute Journal* de la ZDF, diffusées plus tardivement, qui apportent des informations complémentaires et permettent d'avoir un regard plus large sur le traitement des actualités en Allemagne. Les deux chaînes françaises TF1 et France 2 ne proposent en effet aucune édition supplémentaire en deuxième partie de soirée, mais s'appuient sur leurs chaînes numériques thématiques dédiées à l'information, respectivement LCI et France Info. Ces deux chaînes ont leur propre journal, que nous n'avons pas intégré à notre analyse puisqu'ils figurent sur des canaux différents, et qu'ils ne diffèrent que peu des éditions proposées par TF1 et France 2 dans leur esthétique globale et le traitement des sujets. L'auteure a en outre intégré les deux versions, française et allemande, du Journal d'ARTE à cette analyse hebdomadaire, dans le but de repérer à la fois des éléments de dissociation, mais aussi de rapprochement avec les journaux d'informations nationaux. Quarante-deux éditions ont ainsi été analysées, dans une perspective comparative. Nous avons, pour chacune des émissions, reporté les titres de chacun des sujets abordés et chronométré leur durée, et ce pour mieux comprendre les choix éditoriaux de la rédaction, la hiérarchie des sujets et la durée accordée aux P.A.D<sup>745</sup> reflétant en effet l'importance qui leur est accordée. Une fois la totalité des P.A.D dénombrée et chronométrée, ceux-ci ont été répertoriés selon leur angle d'élaboration : national ou international. Des conclusions ont ainsi pu être émises quant aux orientations générales de chacun des JT. Les temps de plateau ont eux aussi été chronométrés. Ces temps comprennent tant le temps de parole du présentateur, que les interviews, duplex, et prises de paroles en plateau par des invités et spécialistes. Ce chronométrage avait pour but d'évaluer la distribution de temps plateau / temps P.A.D, qui semble apporter des éléments essentiels à propos du rôle du présentateur, et donc de la

---

<sup>745</sup> Prêt à Diffuser : En télévision, nom donné à tout support fabriqué pour la chaîne, réunissant image et son achevés, c'est-à-dire mixés et montés. Comme son nom l'indique, le produit est prêt à diffuser, il répond donc aux normes imposées par la chaîne (durée, sujet, montage). Une fois le P.A.D validé par la rédaction en chef, les régisseurs le diffusent selon les lancements du journaliste/présentateur. Il s'agit dans ce cas précis des journaux d'information des reportages produits par les journalistes de terrain (J.R.I. : Journalistes Reporters d'Images).



construction d'un discours de l'information. L'ensemble des données relevées a été répertorié sous forme de tableaux disponibles en annexe.<sup>746</sup>

Nous avons tâché ici de vérifier si les présentateurs allemands, du fait de leur devoir de neutralité, occupent un temps plus restreint sur le plateau, et si les présentateurs français, à qui les théories prêtent un rôle plus théâtral et subjectif, occupent au contraire un rôle central de médiation, et disposent d'un temps de parole plus large. Ces hypothèses sont finalement hâtives, en témoigne le rapport d'analyse, et méritent quelques précisions. Du point de vue de la forme tout d'abord, l'analyse rend compte de contrastes flagrants.

Les deux journaux télévisés français retenus pour analyse présentent des similitudes dans la durée totale moyenne de leurs éditions respectives, ainsi que dans la construction de l'information et sa hiérarchisation, dans l'agencement général du JT. TF1 et France 2 proposent de longs formats d'information, 52 minutes, une durée souvent adoptée en télévision pour les programmes de longue durée type documentaire ou magazine. Ce constat offre un premier indice au sujet de l'angle adopté par les deux chaînes de télévision françaises, qui semblent effectivement plus tournées vers une tradition *narrative* de *reportage* d'information. Une supposition qui se voit renforcée par la posture des présentateurs, qui, assis derrière un bureau, ont pour tâche première de lancer les nombreux sujets, d'en énoncer un rapide résumé, puis éventuellement un rôle médiateur lorsque qu'ils reçoivent plusieurs invités en plateau, alors qu'ils endossent une tâche de distribution du temps de parole. Le nombre de sujets traités par les journaux français est considérable, et ce d'autant plus s'il est comparé aux journaux allemands. L'on compte une vingtaine de P.A.D tant sur la première que sur la seconde chaîne française. En ce sens, les journaux allemands sont bien différents. Le *Tagesschau*, qui a conservé depuis ses origines son caractère concis, ne dépasse que rarement les quinze minutes de diffusion. L'édition la plus longue relevée lors de la semaine d'analyse atteignait 16 minutes 30. *Heute* s'inscrit dans une lignée similaire, bien qu'il dure un peu plus longtemps, une vingtaine de minutes en moyenne, tout en se rapprochant parfois du format proposé sur l'ARD, l'édition la plus courte de notre corpus s'élevant à 15 minutes 58. Les JT français et allemands disposent donc d'un temps d'antenne très différent, du simple au double pour la partie française. Il est donc logique que le nombre de sujets soit plus restreint en Allemagne. Alors que nous prêtons aux présentateurs français un rôle similaire de narration, parfois pédagogique, tant sur TF1 et sur France 2, la présentation, et donc le

---

<sup>746</sup> Page 862 et suivantes.

discours proposé par les *Tagesschau* et *Heute* se distinguent aisément. À la présentation très neutre des *Tagesschau* – une figure seule, debout, cadré en plan taille, qui introduit rapidement le premier sujet et ne propose aucune forme d’explication supplémentaire au risque de devenir subjectif – s’oppose une figure plus ancrée dans un devoir journalistique et informatif des *Heute*. Le cadre général est similaire – le modérateur est seul, debout, cadré de la même manière en plan taille, dans un studio au décor très sobre, auquel est inséré un écran numérique permettant d’intégrer des illustrations et infographies en arrière-plan – mais il se permet d’adopter une attitude didactique. Les fameux *Redakteure im Studio* ont un devoir d’exhaustivité, de clarté, disposent de compétences pédagogiques qui ne sont pas demandées aux *Moderatoren* des *Tagesschau*. Une posture non seulement vérifiable dans le contenu de leur discours, mais aussi physiquement, à travers leur façon d’occuper l’espace en plateau. Ainsi, nous avons pu noter que les présentateurs de la ZDF occupent plus largement l’espace. Lorsque ces derniers s’attachent uniquement aux lancements de leurs sujets, ils occupent une position similaire à celles relevées sur les *Tagesschau*, similaire par ailleurs aux journaux d’information français – à l’exception près que les présentateurs français pratiquent en position assise. Mais les journalistes-présentateurs de l’édition des *Heute* adoptent en cours de journal une posture tout à fait différente. Leur fonction est effectivement double, et outre le lancement de sujets, ces derniers sont en mesure d’endosser un rôle d’*expert*, et rendent compte eux-mêmes de certaines données. Dans le contexte précis de la crise sanitaire, les présentateurs se chargeaient d’exposer par exemple les chiffres de la Covid-19, l’évolution de la crise en s’appuyant sur des courbes incrustées sur fond vert, ou encore les modes d’action et mécanismes de potentiels traitements. Les présentateurs quittent alors leur bureau, et la régie modifie légèrement son cadrage pour passer en plan pied. Le journaliste prend possession du plateau de toute sa hauteur, ce qui renforce naturellement sa position *didactique* et *pédagogique*. Ainsi, sur la ZDF, la production s’est détachée de l’image neutre défendue par l’ARD et son *sujet lisant* l’information, et fait primer l’expertise sur l’objectivité. L’édition proposée par la ZDF accorde un temps de parole important à ses présentateurs, qui commentent parfois eux-mêmes l’information pendant que défilent des images d’illustration tournées en journée, une méthode plus méconnue en France, mais parfois utilisée lors de sujets courts. Côté français, la logique didactique et la recherche d’expertise sont garanties par la présence en plateau d’experts, de correspondants, chroniqueurs ou consultants, et non pas par les présentateurs, alors plutôt restreints dans un rôle d’interviewer, des interventions aux allures de questions/réponses et qui demeurent, lorsque les consultants sont salariés de la chaîne, pré-écrites et mises en scène. Les uniques interventions extérieures relevées dans les

journaux allemands lors de la semaine d'analyse étaient tournées sous forme de duplex et non en plateau.

Si les deux journaux télévisés allemands se distinguent des éditions françaises en partie par leur longueur, ces derniers sont cependant complétés, et ce sur chacune des deux chaînes Outre-Rhin, par une édition du soir. Ainsi, l'ARD diffuse entre 22h30 et 22h45, un programme d'une demi-heure en moyenne, les *Tagesthemen*, exceptionnellement à 23h15 pour une vingtaine de minutes les samedis soir. Alors que les *Tagesschau* de 20h ont une fonction de *flash info*, les *Tagesthemen* se situent dans une approche d'**approfondissement** de sujets sélectionnés par la rédaction. Les reportages diffusés y sont plus longs, plus longuement développés en plateau par le présentateur, journaliste de fonction, sur le même modèle que les éditions de la ZDF. La majorité des éditions est ponctuée d'une interview en duplex avec une personnalité souvent politique – ce fut le cas lors de l'analyse menée, avec notamment Olaf Scholz, Ministre Fédéral des finances, Malu Dreyer, Ministre-Présidente de Rhénanie-Palatinat – mais aussi des personnalités fortes en lien avec l'actualité – Bill Gates au sujet du coronavirus, Heinrich Bedford-Strohm, Président de l'Église Évangélique en Allemagne lors de Pâques. La conception des *Tagesshemen* tire en outre son originalité de la présence en plateau du modérateur du *Tagesschau*, qui propose un nouveau *flash info*, plus court encore que l'édition de 20h avec une durée moyenne de 2 à 3 minutes, ainsi qu'une chronique, *Der Kommentar*, de moins de 2 minutes, qui, comme son nom l'indique, est un commentaire d'un fait d'actualité, proposé par des journalistes de l'ARD, tous les jours un employé différent de chacun des *Anstalten* de l'ARD, afin de préserver la multiplicité des opinions et la représentation de l'ensemble des *Länder*, et donc, de fait, du territoire. Le *Kommentar* tranche avec le discours de l'information conventionnel de l'ARD, en particulier celui formulé lors des *Tagesschau*, puisque le journaliste y exprime son point de vue. Cette chronique est cependant assumée et présentée comme telle, a pour but d'apporter un certain regard sur une information choisie, sans imposer une opinion en particulier, mais en soulevant diverses problématiques. Le commentaire édité le 06 avril 2020 a ainsi été relevé, tant il tranche avec le discours neutre théoriquement attribué au discours de l'information allemand :

Unus pro omnibus, omnes pro uno – einer für alle, alle für einen. Europäische Solidarität?  
Wenn man im Duden nachliest, was unter Solidarität steht da: „Unbedingtes Zusammenhalten mit jemandem aufgrund gleicher Anschauungen und Ziele.“ Zum unbedingten Zusammenhalt, dazu gehört auch eine gemeinsame Flüchtlingspolitik, eine Finanzpolitik nicht auf Kosten den Schwächerer und eine klare Abgrenzung zu Staaten,

die nicht mehr demokratisch handeln. Dem zweiten Teil der Definition heißt das: „Aufgrund gleicher Anschauungen und Ziele.“ Die haben wir mit der ungarischen Regierung nicht. Dem müssen sich endlich Orbans EU-Parteikollegen stellen. Wer ein Virus ausnutzt, um die Demokratie weiter zu demontieren. Ursula von der Leyen war nach Ungarns Notstandsgesetz besorgt. Wirklich? Ich kann das Wort ‚besorgt‘ nicht mehr hören. Nach besorgt kommt nämlich immer: nichts. Angela Merkel sagte heute, diese Pandemie wäre die größte Bewährungsprobe seit Bestehen der EU. Ich finde, es ist auch die größte Chance für uns zu zeigen, dass Europa kann. Wir sollten also weniger besorgt sein, sondern endlich ehrlich mit unseren Partnern unsere ursprünglichen EU-Zielgemeinsam umsetzen. Es wird eine Zeit nach Corona geben, in der eine europäische Solidarität mehr den je von Nöten ist. Europa wird einen neuen Marshallplan benötigen. Es muss Corona-Bonds geben oder wie immer wir finanzielle Hilfen nennen. Es muss eine Abrechnung mit EU-Staaten geben, die meinen, die Demokratie zu unterwandern, und vielleicht wird auch endlich die Einsicht herrschen, dass wir gemeinsam mehr schaffen als allein. Ich finde, wir haben bis jetzt gezeigt, dass Aufgrund von Corona viel geht von dem man dachte, es wäre unmöglich.<sup>747</sup>

La prise de position de la journaliste est ici très clairement énoncée, mais dans un rôle, énoncé et présenté comme tel par le présentateur, qui, lui, ne se permet pas ce type de digression. Le discours d’Ingo Zamperoni, présentateur attitré du *Tagesthemen* lors de la semaine d’analyse, porte cependant quelques marques de subjectivité, parfois même très explicitement. Alors que les journaux d’information allemands semblent éviter toute *starification* de leurs présentateurs, et que l’ARD y parvient en respectant une très large rotation auprès de ses présentateurs de *Tagesschau*, les présentateurs de *Tagesthemen* sont au nombre de trois

---

<sup>747</sup> « Unus pro omnibus, omnes pro un – un pour tous, tous pour un. La solidarité européenne ? Lorsque l’on regarde dans le Duden (dictionnaire germanophone), comment se définit la solidarité, voici ce que l’on trouve : « Soutien inconditionnel, basé sur des opinions et objectifs communs. » Une cohésion inconditionnelle, qui comprend donc une politique commune au sujet des réfugiés, une politique financière qui ne se fait pas au détriment des plus faibles, et une démarcation claire avec les États qui n’agissent plus démocratiquement. Dans la deuxième partie de la définition, il est écrit : « basé sur des opinions et objectifs communs. » Nous ne partageons pas cela avec le gouvernement hongrois. Les collègues de parti Européen d’Orbán doivent faire face à cette situation. Faire face à quiconque exploite le virus pour démanteler davantage la démocratie. Ursula von der Leyen était inquiète au sujet de la loi d’urgence hongroise. Vraiment ? J’en ai assez du terme « inquiet ». Après l’inquiétude, il n’y a jamais rien. Angela Merkel a déclaré aujourd’hui que cette pandémie serait la plus grande épreuve de l’histoire de l’Union Européenne. Je pense que c’est aussi la plus belle occasion pour nous de montrer que l’Europe est capable. Nous devrions être moins « inquiets », et plutôt mettre en œuvre nos objectifs européens initiaux avec nos partenaires. Il y aura un temps après le Corona, dans lequel la solidarité européenne sera plus nécessaire que jamais. L’Europe aura besoin d’un nouveau Plan Marshall. Il doit y avoir des *Corona-Bonds* (emprunts-Corona) ou quelque autre aide financière. Il faut rendre des comptes aux États Européens qui pensent pouvoir saper la démocratie, et peut être qu’enfin comprendrons nous que nous pouvons faire plus ensemble que seuls. Je crois que nous avons montré jusqu’à présent, que le Corona a permis de réaliser des choses que nous pensions impossibles à réaliser. » *Der Kommentar* de Natali Amiri, journaliste pour la *Bayerische-Rundfunk. Tagesthemen* édition du 06.04.2020

seulement, et ont donc créé, de fait, une certaine proximité avec leurs téléspectateurs. Pour lancer un sujet type « société » à propos de la mise en place d'une frontière entre Constance et Kreuzlingen, le journaliste optait pour un ton subjectif, sans pour autant laisser transparaître son point de vue au sujet de la décision prise, plutôt en usant d'un discours d'empathie, de compréhension vis-à-vis des citoyens directement concernés par cette actualité.

Ich habe mein Grundstudium an der Universität in Konstanz absolviert und von den vielen Vorzügen dieser wunderbaren Gegend am Bodensee war einer meiner liebsten die unmittelbare Nähe zur Schweiz. Etwa um Kommilitonen zu besuchen oder auch Schokolade zu kaufen. Es war so einfach wie selbst verständlich. Konstanz und das Schweizer Pendant Kreuzlingen wären im Prinzip eins- wenn nicht die Grenze mittendurch verlaufen würde. Seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie ist diese sonst kaum spürbare Linie geschlossen. Mit vollkommen ungewohnten Auswirkungen für beide Seiten [...]<sup>748</sup>

Un discours empathique que l'on prête plus généralement aux journaux d'information français, un discours qui tend même parfois au pathétique, en particulier lors de ce type d'événements graves, tragiques, qu'est le cas Covid-19, l'auteure a pu le vérifier en analysant plus précisément le contenu de chacune des éditions françaises, tant sur la première que sur la deuxième chaîne nationale.

Les *Tagesthemen* de l'ARD ont ainsi une toute autre fonction que celle du *Tagesschau*, une fonction d'information certes, mais sous un angle plus critique. Plutôt qu'informer, les *Tagesthemen* éclairent, expliquent, développent des informations préalablement sélectionnées. L'information neutre n'est cependant pas oubliée, le présentateur du *Tagesschau* du jour intervient lors des *Tagesthemen* et propose un point rapide sur l'information, une version succincte de son édition de 20h, d'une durée de 2 à 3 minutes 30. Les fonctions didactiques que l'auteure a pu relever dans ces *Tagesthemen* sont similaires à celles des *Heute Journal*, l'édition de 22h, le journal complémentaire d'information de la ZDF, à visée analytique, présenté par des journalistes de fonction. La construction de cette édition est semblable à celle du *Tagesthemen*, c'est-à-dire que des sujets ont été retenus afin d'être étudiés plus en

---

<sup>748</sup> « J'ai fait mes études à l'université de Constance, et parmi les nombreux avantages de cette merveilleuse région du lac, l'une de mes favorites était la proximité immédiate avec la Suisse. Pour rendre visite à mes camarades par exemple, ou pour acheter du chocolat. C'était si facile que cela allait de soi. Constance et son pendant suisse Kreuzlingen seraient en principe unis, si la frontière ne les séparait pas de toute sa longueur. Depuis l'apparition de la pandémie de Corona, cette frontière, à peine perceptible, a été fermée. Avec des conséquences totalement inconnues pour les deux côtés. » Ingo Zamperoni lancement du sujet *Begegnungen: Am Zaun zwischen Deutschland und der Schweiz*, Rencontres, A la frontière entre Allemagne et Suisse, *Tagesthemen* édition du 10.04.2020.

profondeur. Le présentateur dépasse ses fonctions de lancement de sujets et joue son rôle didactique et pédagogique en prenant longuement la parole, ainsi que lors de duplex avec des personnalités de la vie publique, généralement politiques, allemandes. À l'aide de courbes et autres infographies, le *Redakteur im Studio* éclaire l'information.

Die Dynamik der Epidemie zeigt sich darin, wie lange sie braucht, die Zahl der Erkrankten zu verdoppeln. Je länger sie braucht, umso besser. Diese Kurve soll nach oben gehen – und tut es. Man kann erkennen, wo, mit Verzögerung, Schulschließungen und später Kontaktbeschränkungen dem Virus mehr Zeit geraubt wurde. Letzte Woche strebte die Bundesregierung als Zwischenziel noch zehn Tage an. Erst dann wollte sie über Lockerungen nachdenken. So weit wären wir jetzt. Das Ziel wurde aber in der Zwischenzeit, aus medizinischen Gründen, auf 12 bis 14 Tage angehoben. Das wird noch dauern.<sup>749</sup>

Le modérateur principal partage en outre le plateau avec un second journaliste, en charge de présenter le reste de l'actualité dans un, parfois deux *flash*. La structure globale de *Heute Journal* est en de nombreux points comparables à celle des *Tagesthemen*. Le *flash info* – « *Nachrichtenüberblick* » – de *Heute Journal* reprend cependant les codes du *Heute* de 19h, le présentateur ne se profile pas comme simple *sujet lisant* comme l'est celui en présence sur les *Tagesthemen*. Les éditions de *Heute Journal* ont tendance à se clôturer à l'aide de sujets plus légers, culturels (*Raffael-Schau zum 500. Todestag* le 06.04.2020, *Alicia Keys : Musik in Corona* le 07.04.2020, *Harmonie : Weltweite Aufführung der Johannes-Passion* le 10.04.2020), historiques (*50 Jahre nach missglückter Mondmission der „Apollo 13“* le 11.04.2020) et sociaux, avec des reportages à la rencontre des citoyens (*Corona auf dem Land* le 08.04, *Ostern bei den Sorben* le 12.04.2020).

Pour introduire ces sujets de clôture, le modérateur change de posture, et s'assoit en avant du plateau, le cadrage choisi peut être le plan large comme le plan torse. Ce changement de position crée une certaine proximité avec les publics, le modérateur n'occupe plus uniquement la fonction d'expert pédagogue, mais désormais aussi de *conteur*, assez proche nous allons le développer, de la posture adoptée dans l'édition de 20h du journal télévisé de TF1.

---

<sup>749</sup> « La dynamique de l'épidémie montre le temps dont elle a besoin pour faire doubler le nombre de malades. Plus elle a besoin de temps, mieux c'est. Cette courbe doit monter, et elle le fait. On peut constater un ralentissement depuis les fermetures des écoles puis les restrictions sociales. La semaine dernière, le Gouvernement Fédéral a fixé un objectif intermédiaire de dix jours supplémentaires. Ce n'est qu'après cette période qu'il souhaitait penser à des assouplissements. Nous y voilà. Mais entre-temps, pour des raisons médicales, l'objectif a été reporté à 12 voire 14 jours. Cela va encore durer. » Claus Kleber, relevé dans le *Heute Journal*, édition du 07.04.2020.

À l'instar d'Ingo Zamperoni, Claus Kleber jouit d'une certaine notoriété et se permet quelques touches de subjectivité, un discours plus proche des traits du discours de l'information télévisuel français.

Wir bekommen Meldungen heute Abend, dass in London, der Premierminister Boris Johnson, der sicher am Wochenende selbst sozusagen ins Krankenhaus eingewiesen war, wohin auf Intensivstation verlegt wurde. Bisher wurde gesagt, dass sei eine Routine-Untersuchung, Intensivstation passt nicht mehr zur Routine.<sup>750</sup>

Die USA haben jetzt die meisten Corona-Fälle und Corona-Toten aller Länder. Die Megastadt, die so stolz darauf ist, dass sie Furcht nicht kennt, hat eine furchtbare Woche hinter sich.<sup>751</sup>

Das Datum dieses Samstags vor Ostern erinnert daran, was Menschen Menschen antun können, wenn sie Menschlichkeit und Erbarmen verachten.<sup>752</sup>

La dernière citation, permettant de clore le reportage *Wer rettet die Kinder?* au sujet de la situation des jeunes réfugiés, alors que les décisions gouvernementales pour leur porter secours, en particulier pendant la Covid-19, tardaient. Un commentaire en fin de reportage auxquels les publics français sont habitués, bien moins d'usage sur l'ARD.

Notons d'ailleurs que le site web de la ZDF contribue, dans une certaine mesure, à amplifier cet effet « vedette », puisque les deux présentateurs phares de *Heute Journal*, Claus Kleber et Marietta Slomka figurent tous deux photographiés sur la page d'accueil de rediffusion de l'émission. Ce n'est pas le cas concernant le *Heute* de 19h, où à cette place figure seulement une image numérique d'un planisphère, référence à la couverture médiatique mondiale de l'information. La liste des modérateurs figure en bas de page, avec un accès rapide à chacun de leur curriculum vitae. Le caractère analytique, didactique et plus subjectif de l'édition du soir est ainsi assumée par la seconde chaîne allemande. Notons que le site web de l'ARD ne semble donner aucune importance à la présentation, l'esthétique globale demeure très neutre, reprend simplement la couleur bleue attribuée à l'ARD, ainsi que son fameux globe terrestre, logo de l'information. Les présentateurs ne sont présentés ni à l'aide de photographies, ni via

---

<sup>750</sup> « Nous apprenons ce soir qu'à Londres, le Premier Ministre Boris Johnson, qui s'est pour ainsi dire lui-même hospitalisé le week-end dernier, a été transféré en soins intensifs. L'on disait jusqu'à présent qu'il s'agissait d'un examen de routine, les soins intensifs n'appartiennent pas à la routine. » Claus Kleber *Heute Journal* 07.04.2020.

<sup>751</sup> « Les États-Unis comptent désormais le plus de cas de coronavirus, ainsi que le plus haut taux de mortalité tous pays confondus. Cette mégapole, dont elle est si fière qu'elle ne connaît pas la peur, a vécu une semaine terrifiante. » Claus Kleber le 11.04.2020.

<sup>752</sup> « La date de ce samedi précédant Pâques rappellent ce que les gens peuvent faire aux gens lorsqu'ils méprisent l'humanité et la miséricorde. C'est ainsi que commencent les nouvelles. » Claus Kleber le 11.04.2020

leurs CV. La page web dédiée aux rediffusions à plutôt des allures de vidéothèque, et propose des archives faciles d'accès et dépourvues de tout signe superflu. En ce sens, la stratégie de communication développée pour les JT français est bien différente, et semble bien aller dans le sens d'une *starification* de ses présentateurs. Le présentateur star de l'édition de 20h est ainsi mis en avant à l'aide d'une photographie occupant une majeure partie de la page web, en premier plan devant un globe terrestre lumineux. Les faisceaux lumineux rayonnent autour du portrait du journaliste, sorte de métaphore visuelle de l'aura dont il bénéficie ? Le site web de France 2 joue plus sur la sobriété, les *replays* de l'information sont proposés sous forme de simples vignettes, la miniature de chacune des vidéos proposées est une photographie relativement sobre du présentateur en fonction. Dans un même paradigme territorial et culturel, les stratégies de communication demeurent variées, et les différences relevées entre TF1 et France 2 tiennent avant tout de l'historique de chacune des deux chaînes et de leur nature privée pour l'une, publique pour l'autre. TF1 joue ainsi bien plus la carte de la séduction que ne le fait le groupe public France Télévision.

Les modérateurs principaux de chacune des deux éditions, *Heute Journal* et *Tagessthemen*, occupent une place centrale, et dégagent, par leur posture et grâce aux différents cadrages, une attitude assurée qui renforce leur position d'experts. Un choix esthétique et rédactionnel méconnu en France, comme l'est d'ailleurs le travail en binôme proposé par *Heute Journal*.

Le chronométrage de ce qui a été défini comme étant le « temps de plateau », comprenant tant les lancements et transitions des présentateurs, que les temps dédiés aux duplex et interviews plateau, apporte des éléments concrets à propos du rôle des modérateurs, et de la teneur du discours produit. Cette analyse permettra, à terme, de saisir dans quelle tradition s'inscrit le journal d'ARTE, d'étudier la nature de son discours, a priori hybride car produit d'une rédaction franco-allemande.

Les éditions françaises des journaux d'information étudiées, proposées à 20h, heure de grande écoute précédant le *prime-time*, affichent toutes deux une durée de cinquante-deux minutes, correspondant aux longs formats habituellement dédiés aux documentaires et magazines.

Entre les deux pays, le nombre de sujets évoqués, et plus particulièrement de P.A.D., passe du simple au double, parfois même au triple. Nous avons effectivement comptabilisé, lors des éditions du 09 avril, vingt-quatre P.A.D. sur TF1 contre huit P.A.D. sur l'ARD.<sup>753</sup> Une différence explicable rationnellement, le temps total accordé à chacune des éditions passant

---

<sup>753</sup> Ainsi que sept sur la ZDF et dix-huit sur France 2 ce même jour.



lui aussi du simple au double, voire plus du triple. Ces mêmes éditions du 09 avril avaient une durée de 52 minutes en France contre un quart d'heure sur l'ARD, 23 minutes sur la ZDF. Une donnée ne semble cependant pas respecter cette logique. L'on pourrait effectivement s'attendre à ce que le temps de plateau français soit lui aussi bien plus étendu que le temps de plateau allemand. Le discours de l'information allemand étant en outre de tradition et théoriquement plus objectif que le discours français, l'auteur s'attendait à comptabiliser un temps plateau plus court Outre-Rhin qu'en France. Les données brutes indiquent effectivement un chronométrage plus important en France ; durée totale de l'édition oblige. Mais la proportion temps total / temps plateau modifie largement ces conclusions. En effet, les deux journaux français n'accordent en réalité qu'un tiers, parfois même seulement un quart du temps de total de diffusion au temps plateau.<sup>754</sup> À ce titre, le temps de parole plateau réservé au modérateur allemand des *Tagesschau* est parfois comparable à celui proposé par les chaînes françaises. En effet, l'édition allemande de près d'un quart d'heure accorde un peu moins de cinq minutes d'intervention plateau à son modérateur, soit un tiers du temps total. Lors de la semaine d'analyse du *Tagesschau*, nous avons constaté que le temps de plateau s'élève en moyenne à moins d'un tiers du temps de diffusion, et se rapproche plutôt du quart de l'édition totale.<sup>755</sup> L'édition diffusée par la ZDF se distingue ainsi des trois autres journaux de ce créneau de première partie de soirée par ce temps d'antenne accordé au présentateur. Nous avons pu relever que près de la moitié du temps total de l'édition de 19h de *Heute* est réservée au temps plateau.<sup>756</sup> Ce constat met clairement en évidence le rôle didactique occupé par le modérateur, rôle que ne partagent visiblement pas les présentateurs des journaux français, ainsi que le *Tagesschau*. Contrairement aux présentateurs du *Tagesschau*, qui

---

<sup>754</sup> Lors de la semaine d'examen des JT, l'auteur a chronométré un temps de plateau d'au maximum 14 minutes 54, au minimum 10 minutes 31 sur un total de 52 minutes pour TF1 et un temps maximum de 26 minutes 30, puis un temps minimum de 17 minutes 10 sur le 52 minutes de France 2.

<sup>755</sup> Concernant le chronométrage du temps de plateau par rapport au temps total du *Tagesschau* de 20h :

Le 06.04.2020 : 4 minutes 03 pour 15 minutes 25

Le 07.04 : 3 minutes 35 pour 16 minutes 47

Le 08.04 : 4 minutes 07 pour 15 minutes 30

Le 09.04 : 4 minutes 18 pour 15 minutes 50

Le 10.04 : 3 minutes 26 pour 14 minutes 54

Le 11.04 : 4 minutes 22 pour 16 minutes 25

Le 12.04 : 4 minutes 26 pour 15 minutes 58

<sup>756</sup> Concernant le chronométrage du temps de plateau par rapport au temps total du *Heute* de 19h :

Le 06.04.2020 : 10 minutes 35 pour 22 minutes 36

Le 07.04 : 13 minutes 12 pour 23 minutes 17

Le 08.04 : 9 minutes 36 pour 23 minutes 08

Le 09.04 : 10 minutes 37 pour 23 minutes 13

Le 10.04 : 6 minutes 30 pour 15 minutes 58

Le 11.04 : 10 minutes 08 pour 18 minutes 38

Le 12.04 : 8 minutes 04 pour 17 minutes 48

occupent ce rôle de *lecteur*, de *sujet lisant* l'information de la manière la plus neutre et objective possible, les présentateurs français des JT sont, tout comme les présentateurs de l'information de la ZDF, journalistes de formation, et sont ainsi chargés, et ce en toute légitimité, de conduire et modérer les interviews, duplex, et autres interventions en plateau.

Une plus grande importance est cependant accordée aux reportages. Les présentateurs de JT français semblent plutôt s'ancrer dans cette tradition de *conteur* que nous avons prêté à Claus Kleber, lorsque ce dernier introduit son sujet de clôture de *Heute Journal* en fin de soirée. Abstraction faite de la durée uniquement, les contenus témoignent eux aussi d'une forte influence des esthétiques propres aux magazines et reportages sociétaux dans le discours de l'information française. Alors que le modérateur des *Tagesthemen* adopte une position assise pour la dernière partie de son journal, partie nous l'avons montré, dédiée à des thématiques plus légères, cette position assise est la position de rigueur en France. Outre la question de la posture, nous avons pu constater lors de l'examen des différents journaux d'information que les éditions françaises sont justement en grande partie dédiées à ce qui est considéré en Allemagne comme étant une parenthèse plus légère ; l'information que nous nommons *information de proximité, sociétale*, et bien souvent nationale. Concernant ces contenus, un relevé de l'ensemble des sujets abordés, classés dans le tableau récapitulatif en annexe a été mené. Un regard sur le nombre ainsi que les titres de sujets en dit long sur l'angle adopté d'une part par la France, d'autre part par l'Allemagne, ainsi que sur la proportion de sujets nationaux et internationaux.

À l'aide de l'inventaire des titres de chacun des P.A.D. diffusés lors de chacune des éditions françaises et allemandes de l'information, nous avons pu relever de grandes tendances de distinction. Alors que le nombre total de sujets évoqués est bien plus élevé en France, les JT Allemands couvrent bien plus les actualités internationales que les journaux français. Référencés et analysés en pleine crise de Covid-19, les éditions prenaient toutes des allures d'éditions spéciales. L'étude des choix de la rédaction met en exergue les méthodes journalistiques de production de discours de l'information. Malgré une abondance de reportages, les journaux français mettent en premier lieu l'accent sur les actualités purement nationales. À titre d'exemple, l'édition du 06 avril de TF1 proposait 18 P.A.D. à angle national pour seulement 3 P.A.D. internationaux, 19 contre 1 seulement le 08 avril, 21 contre 3 le 09 avril. Le journal de France 2 est à ce sujet analogue, avec entre autres 17 sujets nationaux pour un seul sujet international le 07 avril, 12 pour 4 le 11 avril. Les deux journaux allemands équilibrent plus leur quantité d'information nationale vis-à-vis de l'information

internationale. L'édition du 06 avril du *Tagesschau* compte 3 P.A.D. à sujet national pour 3 P.A.D internationaux, celui de *Heute* 2 P.A.D nationaux pour 4 internationaux. L'une des éditions du *Tagesschau* se montrait particulièrement détachée de son paradigme national, celle du 11 avril, qui comptait 6 P.A.D internationaux pour un unique sujet national. Les journaux français adoptent un angle *fermé*, consacré à l'actualité nationale d'une part, et d'autre part très proche des téléspectateurs, comprenant un nombre important de reportages sociétaux, tournés directement chez les citoyens, des reportages faisant appel au *pathos*, tant dans le montage du sujet, qu'à travers son contenu, et son titre. Il est intéressant de noter à quel point les rédacteurs français de l'information puisent dans un lexique tragique, empathique, parfois pathétique pour confectionner leurs titres :

- « Ma nouvelle vie, ma famille me manque »<sup>757</sup>
- « Boris Johnson : Une hospitalisation qui inquiète »<sup>758</sup>
- « Patient guérie, se reconstruire après le virus »<sup>759</sup>
- « Personnes âgées : L'épreuve de l'isolement »<sup>760</sup>
- « Mulhouse : Réconforter les soignants »<sup>761</sup>
- « Cité de la Rouvière : Comment la vie a changé depuis 3 semaines »<sup>762</sup>
- « Réanimation, toujours plus d'entrées que de sorties »<sup>763</sup>
- « Soignants : Tous solidaires avec les soignants »<sup>764</sup>
- « Louisiane : l'État de tous les dangers »<sup>765</sup>

À l'inverse côté allemand, les titres relevés demeurent très neutres, n'affichent aucune forme esthétique, aucune trace d'empathie, et semblent avoir été façonnés de sorte à illustrer l'information avec fidélité, sans interprétation ni signe de subjectivité, et ce même sur des sujets graves, enclins à susciter diverses émotions du côté de la réception. Seul le contenu doit ainsi transparaître dans le titre des sujets.

„Osterreich lockert nach Ostern Maßnahmen“<sup>766</sup>  
„Zunahme häuslicher Gewalt“<sup>767</sup>

---

<sup>757</sup> JT TF1 du 06.04.2020

<sup>758</sup> JT TF1 du 07.04.2020

<sup>759</sup> JT France 2 du 06.04.2020

<sup>760</sup> JT France 2 du 06.04.2020

<sup>761</sup> JT France 2 du 07.04.2020

<sup>762</sup> JT TF1 du 08.04.2020

<sup>763</sup> JT TF1 du 08.04.2020

<sup>764</sup> JT TF1 du 09.04.2020

<sup>765</sup> JT France 2 du 09.04.2020

<sup>766</sup> « L'Autriche assouplit ses mesures après Pâques » *Tagesschau* du 06.04.2020 Ce titre et les suivants ont tous été traduits par l'auteure de ce manuscrit.

„Deutschland will 50 Flüchtlingskinder aus griechischen Lagern aufnehmen“<sup>768</sup>

„Pflegerkräfte aus Osteuropa fehlen“<sup>769</sup>

„Unterschätzung des Corona-Erregers“<sup>770</sup>

„Todeszahlen in den USA steigen weiter“<sup>771</sup>

Chaque culture accorde aux titres une importance et un rôle différent. Alors que les rédactions françaises jouent la carte du social, de l'émotion, le discours allemand se fonde sur le rejet de toute forme esthétique, considéré comme une potentielle déformation de la réalité, comme une tentative de séduction malsaine dans le domaine précis de l'information. C'est en partie pour ces raisons que les JT allemands paraissent austères aux Français, que les JT français sont perçus comme étant superficiels par les Allemands. L'esthétique des titres rejoint la question des nuances culturelles, liées à la distinction entre culture à contexte riche ou pauvre. Ces nuances n'affectent pas uniquement la communication comme dialogue, mais aussi le discours, les écritures et choix rédactionnels destinés à un large public. Dans le cadre de l'élaboration d'un discours de l'information transnational, qu'ARTE tâche de constituer, cette différence peut être problématique, et a été évoquée en interview à Strasbourg, au sein du service linguistique :

Nous traduisons rarement les titres. Ce sont les chargés de programme strasbourgeois qui s'en occupent. C'est une de leurs missions, et c'est la raison pour laquelle ils doivent eux aussi savoir naviguer entre les deux langues. La culture du titre est très différente entre la France et l'Allemagne. On le voit dans le cinéma : en Allemagne il y a beaucoup de titres de films américains qui ne sont pas traduits. Les titres sont parfois aussi très explicatifs avec des éléments de description. Si l'on traduisait cela mot pour mot en français, ce serait une catastrophe, les gens ne comprendraient pas. Les habitudes culturelles sont donc importantes. Les Français aiment les titres qui sont un peu artistiques, ça ne les dérange pas. Parfois, on ne sait même pas quel film on va regarder, alors que côté allemand on a déjà découvert la moitié du film via le titre...<sup>772</sup>

Si la question des titres ici évoquée se rapporte aux titres de films, notre analyse des journaux d'information montre que ces habitudes sont aussi ancrées dans le choix des titres de P.A.D. et dépassent la sphère du monde cinématographique.

---

<sup>767</sup> « Hausse des violences domestiques » *Heute* du 06.04.2020

<sup>768</sup> « L'Allemagne prête à accueillir 50 enfants réfugiés des camps grecs » *Tagesschau* du 07.04.2020

<sup>769</sup> « Le personnel infirmier fait défaut en Europe de l'Est » *Heute* du 07.04.2020

<sup>770</sup> « L'agent pathogène du corona sous-estimé » *Tagesschau* du 08.04.2020

<sup>771</sup> « Le nombre de décès aux États-Unis continue d'augmenter » *Heute* du 08.04.2020

<sup>772</sup> Nicolas Beckers, interview du 16 avril 2019, Strasbourg.

Nous avons pu relever un exceptionnel „Das Leid der Musiker und Künstler »<sup>773</sup> dans le *Heute* du 09.04.2020 qui se rapproche dans son titre de ce à quoi les Français sont plus habitués, choix qui semble se justifier pour deux raisons : il s’agissait, sur la ZDF, d’un sujet de clôture du journal, axé sur la vie culturelle, or le débat sur la situation des intermittents du spectacle a été bien plus au cœur de discours politiques allemands qu’il ne l’a été en France, l’on peut supposer que la ZDF cherche ainsi à marquer son reportage d’une légère note subjective. Le reportage ainsi titré prend d’ailleurs des allures de reportage social, avec, parmi les intervenants deux chanteurs d’opéra, ou encore des séquences « réaction » en maison de retraite ; une manœuvre de rapprochement de l’information dans le quotidien. Les éditions plus tardives que sont les *Tagesthemen* et le *Heute Journal* se permettent quelques intitulés plus subjectifs, ces formats étant plus proches du magazine d’information que du traditionnel journal d’information, et comprenant une analyse plus poussée et plus proches des publics que ne le font les JT précédemment diffusés.

„Kurzarbeit: Sorgen der Betroffenen“<sup>774</sup>

„KfW-Kredite: Unternehmen mit Insolvenzängsten“<sup>775</sup>

„Germanwings am Boden: Wann springt der Staat bei der Lufthansa ein?“<sup>776</sup>

„Trauer in Coronazeiten: Reportage einer Bestatterin“<sup>777</sup>

„Alleine an Ostern“<sup>778</sup>

L’on a pu constater que les *Tagesthemen* usent bien plus d’une stratégie d’empathie avec leurs publics que ne le fait la rédaction des *Heute Journal*. Une chronique en particulier témoigne de cette volonté de rapprochement du *Tagesthemen*, le « *Held(in) des Alltags* », reportage sous forme de portrait, à l’esthétique particulière puisque seul le fameux « héros » prend la parole dans le reportage. Ce dernier ne comporte pas de voix de commentaire enregistrée par un journaliste, et s’ancre donc plutôt dans une écriture « magazine ». La rédaction des *Tagesthemen* s’autorise en outre quelques sujets plus légers, lancés par le présentateur comme tel, sur le ton de l’humour, afin d’en assumer l’aspect plus futile.

<sup>773</sup> « La souffrance des musiciens et artistes ».

<sup>774</sup> « Travail à temps partiel, les préoccupations des concernés » *Tagesthemen* 06.04.2020.

<sup>775</sup> « Prêts de la KfW : Les entreprises craignent l’insolvabilité » *Tagesthemen* 06.04.2020

KfW : Kreditanstalt für Wiederaufbau : Etablissement de crédits pour la reconstruction. Institution de droit public en Allemagne.

<sup>776</sup> « *Germanwings* au sol : Quand l’État interviendra-t-il en faveur de la *Lufthansa* ? » *Tagesthemen* 07.04.2020

La rédaction joue ici avec le terme « am Boden », littéralement « au sol », puisque les avions restaient sur le tarmac, mais joue aussi sur l’expression « am Boden liegen » en français « toucher le fond », en référence à la crise économique traversée par la *Lufthansa*.

<sup>777</sup> « Deuil en période de corona : Reportage d’une ordonnatrice de pompes funèbres. » *Tagesthemen* 09.04.2020

<sup>778</sup> « Seuls à Pâques » *Heute Journal* 09.04.2020

Und hier noch ein Fakt, den kein Verschwörungstheoretiker leugnen kann: Sollten aufgrund der Kontaktverbote Friseursalons noch lange geschlossen bleiben, werde wir und an kuriose Frisuren gewöhnen müssen?<sup>779</sup>

Le présentateur se servait du précédent sujet sur les théories du complot pour proposer une transition amusante, un besoin de justification que l'on ne retrouve pas dans les discours français de l'information, ces derniers traitant bien plus fréquemment et aisément ce type de sujets, considérés par l'opinion allemande comme étant superficiels. Les titres demeurent tout de même en grande majorité – en particulier sur le *Heute Journal* – très neutres, sans fioritures.

À ce sujet, côté français, les exemples ne manquent pas, et l'on a par ailleurs pu constater que les journaux d'information français ont, lors de cette semaine particulière, occulté le reste des informations internationales pour ne se consacrer qu'à la crise sanitaire et au confinement des Français. En plus du nombre frappant de sujets sociétaux, ancrés dans le quotidien des citoyens, les deux éditions françaises, tant TF1 que France 2, proposaient une chronique en plateau réservée au traitement de questions posées par les téléspectateurs, et ce sur un modèle similaire, *#le20hTF1vousrépond* d'une part, *#onvousrépond* d'autre part, une fois encore méthode non dissimulée de rapprochement, de séduction, de participation des téléspectateurs que nous n'avons pas retrouvée dans les journaux allemands d'information. Ces derniers ont tout autant ciblé leurs reportages sur la Covid-19, et ont d'ailleurs créé des bulletins d'information inédits, mais dans un paradigme bien plus large et international concernant les éditions de 19h et 20h. Concernant les éditions plus tardives que sont les *Tagessthemen* et *Heute Journal*, les deux éditions s'assurent une couverture de l'actualité internationale et plus générale grâce à leur chronique dédiée, *Weitere Meldungen im Überblick* sur l'édition de l'ARD, *Nachrichtenüberblick* sur la ZDF, qui mentionnait par exemple un incendie à Tchernobyl dès le 06 avril, et n'a pas été traité par les journaux français avant la semaine suivante.

Cette investigation au cœur des actualités françaises et allemandes, dans le contexte précis d'un bouleversement sanitaire et économique d'envergure mondiale montre à quel point le discours de l'information français s'ancre dans un paradigme national, et use d'un lexique empathique, tragique, parfois alarmiste, là où le discours allemand demeure plus

---

<sup>779</sup> Lancement du sujet „Wilde Haare: Frisieren in Corona-Zeiten“ / « Cheveux indomptables, se coiffer en temps de coronavirus. » *Tagessthemen* 11.04.2020 « Et voici un autre fait qu'aucun conspirateur ne peut nier : A cause des mesures de distanciation sociale, les salons de coiffure vont-ils devoir encore rester longtemps fermés, devons-nous nous habituer à de curieuses coiffures ? ».

objectif, didactique et européen. Les théories de l'interculturel de Hall, Hofstede, Trompenaars et Hampden-Turner, abordées en ouverture de ce manuscrit, sont donc applicables tant au domaine précis du management – théories sur lesquelles nous avons pu nous appuyer pour procéder à nos enquêtes de terrain au sein de cette entreprise télévisuelle interculturelle qu'est ARTE – qu'au domaine de la communication dans son acception la plus large, et donc non pas uniquement interpersonnelle mais aussi médiatique. Les différences relevées dans les choix et traitement des sujets se conforment à certaines grandes tendances décrites par ces théoriciens. L'on retrouve effectivement dans les méthodes de production de l'information quelques correspondances notables, tel que l'usage, dans les médias allemands, d'un discours sans ornement, exhaustif, explicite, là où les sujets français apparaissent comme étant moins approfondis, nécessitant moins de contextualisation. Cette approche semble s'ancrer dans la distinction *high context / low context* développée par E.T. Hall. Les rédacteurs et journalistes allemands adoptent un discours à structure argumentative, évitent tout artifice par crainte d'être mal interprétés ou perçus comme trop persuasifs. En se rapprochant des théories de Hofstede, la tendance aux sujets sociaux et interpersonnels des rédacteurs français s'explique aisément ; la société française, considérée par le psychologue comme *société féminine*, accorde plus d'importance au bien-être, aux sentiments, là où l'Allemagne, *société masculine* valorise les compétences techniques, le travail, l'économie. L'ensemble des journaux télévisés allemands analysé affiche d'importants angles politiques et économiques. À cette première nuance se greffent la dimension interculturelle du *rapport à l'espace*, décrite par Hall, qui, nous l'avons explicité en première partie de ce manuscrit, influence profondément la séparation entre vie privée et vie publique/professionnelle, ainsi que la dimension évoquée par Trompenaars et Hampden-Turner, qui distinguent les sociétés neutres des sociétés affectives, à laquelle Allemagne et France se rattachent respectivement. Selon Hall, les citoyens allemands développent une tendance à préserver leur espace personnel, leur vie privée, à l'inverse des Français qui se livrent plus facilement. Selon Trompenaars et Hampden-Turner, les Français tiennent plutôt de l'*affectif*, hésitent moins à partager leurs sentiments, leurs angoisses. Les Allemands ne sont bien sûr pas dénués de sentiments, mais accordent une place moins importante à l'expression de leurs émotions, en particulier dans le domaine précis du discours de l'information, là où l'attitude subjective, guidée par les émotions, altère la neutralité de l'information. Les JT français les plus populaires cherchent à créer une proximité avec leurs publics, proximité qu'ils établissent en donnant à voir le quotidien des citoyens, leurs questions, leurs difficultés, leurs idées ou actions solidaires. Aucune *véritable* information – politique ou économique – n'est alors

communiquée dans ce type de reportages, mais le JT s'ancre à l'aide de ce discours de proximité, dans les foyers français, ce qui accentue par ailleurs la position de confiance et de vedette qu'occupe le présentateur en fonction dans ces éditions, tant sur la première que la deuxième chaîne française. Ces reportages font figure d'exception dans les journaux allemands d'information, et n'ont été relevés que lors des éditions de deuxième partie de soirée, les *Tagesthemen* en particulier, qui ont, à l'occasion de la crise sanitaire de 2020, conçu une chronique « portrait », *Held(in) des Tages*, afin de rendre hommage à différentes catégories professionnelles (policier, médecin, pasteur, parents isolé...). Les *Tagesthemen* font effectivement plus figure de *magazine d'information*, et s'apparentent, en ce sens et à travers quelques sujets spécifiques, aux journaux télévisés français. Ces reportages sociétaux et populaires n'ont pas été relevés lors de notre analyse des JT allemands de 19h et 20h, car probablement trop intrusifs, alors qu'ils ponctuent les journaux français sur ce même créneau de diffusion. Toujours à propos des contenus, nous avons en outre pu constater, dans le contexte du confinement et mesures exceptionnelles adoptées par l'Allemagne et la France, une divergence majeure dans le point de vue des journalistes allemand et français : Aux JT français mettant souvent l'accent sur les faux pas des Français, leur façon de contourner les règles et les amendes qui s'ensuivent, s'opposent les JT allemands qui développent plutôt un discours de responsabilité, et ne s'attardent pas sur les éventuels mécontentements de la population, justifiant les décisions gouvernementales à l'aide d'indices chiffrés, d'analyses, pour montrer que les règles doivent être respectées. Cette attitude visible dans le discours médiatique et à l'aide de cette situation particulière corrobore les théories développées au sujet d'une France à culture gréviste, révolutionnaire, opposée à une Allemagne plus consensuelle.

Les allocutions des représentants des États Allemand et Français reflétaient elles aussi des stratégies de communication différentes, pour des populations à cultures différentes. Alors qu'Angela Merkel en appelait à la *responsabilité* de ses citoyens, Emmanuel Macron se positionnait en *chef de guerre*, lors de discours bien plus longs que ceux d'Angela Merkel, et en particulier son allocution au vocabulaire martial du 16 mars 2020, dans lequel il assénait que « nous sommes en guerre » et imposait rapidement des règles strictes de confinement à la population française. Le Président de la République Fédérale d'Allemagne, Frank-Walter Steinmeier, dont les allocutions télévisées ont par ailleurs un caractère très exceptionnel, semblait directement répondre à Emmanuel Macron en précisant que l'Allemagne n'est « pas en guerre ».



Nein, diese Pandemie ist kein Krieg. Nationen stehen nicht gegen Nationen, Soldaten nicht gegen Soldaten. Sondern sie ist eine Prüfung unserer Menschlichkeit. Sie ruft das Schlechteste und das Beste in den Menschen hervor. Zeigen wir einander doch das Beste in uns! Und zeigen wir es bitte auch in Europa! Deutschland kann nicht stark und gesund aus der Krise kommen, wenn unsere Nachbarn nicht auch stark und gesund werden. Diese blaue Fahne hier steht nicht ohne Grund dort. Dreißig Jahre nach der Deutschen Einheit, 75 Jahre nach dem Ende des Krieges sind wir Deutsche zur Solidarität in Europa nicht nur aufgerufen – wir sind dazu verpflichtet!<sup>780</sup>

Un discours faisant appel à la responsabilité des citoyens, et mettant l'accent sur l'importance d'une solidarité entre les peuples d'Europe. L'étude de ces allocutions atteste l'appartenance de la France à un *contexte élevé*, au fort degré de distance au pouvoir. Les inégalités hiérarchiques sont acceptées, les citoyens attendent de leur président une forte prise de position et de décision. L'Allemagne, société à *contexte faible* aplanit ces inégalités, Angela Merkel et Frank-Walter Steinmeier se positionnent comme égaux des citoyens, utilisent plus le « nous » que le « je », tâchent de montrer l'exemple – Angela Merkel s'était elle-même mise en quarantaine après avoir été en contact avec un collaborateur testé positif, et le faisait savoir sur les réseaux sociaux. Afin de légitimer leur appel à la responsabilité collective, les dirigeants eux-mêmes s'intègrent dans ce collectif, une position bien moins mise en avant lors des prises de parole gouvernementale en France.

Ich bitte Sie auch alle weiterhin um Vertrauen, denn die Regierenden in Bund und Ländern wissen um ihre riesige Verantwortung. Doch wie es jetzt weitergeht, wann und wie die Einschränkungen gelockert werden können, darüber entscheiden nicht allein Politiker und Experten. Sondern wir alle haben das in der Hand, durch unsere Geduld und unsere Disziplin – gerade jetzt, wenn es uns am schwersten fällt.<sup>781</sup>

---

<sup>780</sup> « Non, cette pandémie n'est pas une guerre. Les nations ne s'opposent pas, les soldats ne s'opposent pas. Mais il s'agit d'une épreuve pour notre humanité. Elle en fait ressortir le pire et le meilleur chez les gens. Montrons aux autres ce qu'il y a de meilleur en nous ! Et montrons-le je vous en prie dans toute l'Europe ! L'Allemagne ne peut pas sortir forte et saine de cette crise si ses voisins n'en sortent pas eux aussi forts et sains. Ce drapeau bleu n'est pas là sans raison. Nous, Allemands, trente ans après la réunification, soixante-quinze ans après la fin de la guerre, sommes non pas appelés à faire preuve de solidarité en Europe, nous sommes tenus de nous y engager ! » Allocution du 11 avril 2020, retranscription et vidéo complètes disponibles à l'adresse suivante : <https://www.bundespraesident.de/SharedDocs/Reden/DE/Frank-Walter-Steinmeier/Reden/2020/04/200411-TV-Ansprache-Corona-Ostern.html>  
Consulté le 12 avril 2020.

<sup>781</sup> « Je vous demande également de continuer à nous accorder votre confiance, le Gouvernement Fédéral et des États Fédérés sont conscients de leur immense responsabilité. La manière dont les choses doivent désormais se dérouler, le moment et la manière dont les restrictions peuvent être assouplies ne sont pas uniquement décidées

Dans cet extrait, plutôt que de se mettre en scène comme chef de guerre ou autorité supérieure, le Président de la République Fédérale Allemande se met bel et bien à niveau égal avec la population.

Les journaux d'informations français disposent d'un caractère populaire, rendu visible à l'écran par une multitude de sujets concernant directement les citoyens, à l'aide de reportages auprès de familles touchées par les événements. Les titres comme les contenus de chaque P.A.D. vérifient ces arguments, tout comme la structure générale des éditions françaises de l'information, qui accordent un temps de plateau aux questions des téléspectateurs. Les deux journaux d'information allemands se distinguent en certains points, notamment à travers le rôle de leurs modérateurs respectifs, mais se rejoignent dans le traitement de l'information, plus neutre et objective que l'information française, mais plus didactique et exhaustive, en particulier du côté de la ZDF, qui fait appel à des journalistes de formation et de fonction pour présenter son édition de 19h. Ce constat au sujet des rôles, des attitudes des différents modérateurs allemands de l'ARD et de la ZDF corrobore les écrits de Jean-Michel Utard, qui évoquait dans ses travaux au sujet de la production d'un discours transnational de l'information une concurrence *courtoise* entre les chaînes allemandes. En proposant deux éditions au discours différents – plutôt proche du *flash info* sur l'ARD, et plus exhaustif, analytique et didactique sur la ZDF – à des horaires de diffusion décalées – 20 heures sur l'ARD, 19 heures sur la ZDF, et d'une durée suffisamment courte permettant aux téléspectateurs de regarder les deux versions s'ils le souhaitent – l'Allemagne s'assure ici la garantie d'une pluralité de l'information et des opinions. En France, la diffusion des JT d'information entre dans le cadre d'une concurrence *directe*, les deux éditions sont très similaires dans leur construction générale, sont diffusées sur la même plage horaire, et ont le même format. Le journal de France 2 accorde cependant plus d'importance à l'information internationale que ne le fait le journal de TF1, résolument tourné vers son public en tant que citoyens français et non européens. Les journaux allemands couvrent bien plus les actualités internationales, et les actualités politiques et économiques y occupent une place centrale, finalement assez peu relatées en France, puisque place est laissée à l'information de proximité, populaire. Le présentateur *incarne* l'information en France, son statut d'énonciateur, parfois même de *conteur* le différencie du statut extrêmement sobre adopté par les modérateurs des *Tagesschau*. L'on retrouve tout de même sur la ZDF quelques traits de

---

par les politiciens et les experts. Nous avons tous cela entre nos mains, grâce à notre patience et notre discipline – en particulier maintenant, alors cela nous semble le plus difficile. » Idem.

production propres aux journaux français, à mi-chemin entre la très grande sobriété du *Tagesschau* et comprenant quelques touches de subjectivité. Cependant la « nouvelle subjectivité » proposée par les journaux allemands diffère encore de la subjectivité française. Le journaliste se présente surtout en tant que spécialiste, il dépasse le rôle de simple énonciateur, en étant capable d'expliquer, de proposer une analyse, et adopte même une position de pédagogue, position assumée par une mise en situation en plateau, lorsqu'il se déplace et quitte sa position derrière son pupitre pour se tenir « face caméra », et capter l'attention différemment.

Ce rapport d'analyse montre ainsi que le discours de l'information en Allemagne connaît quelques mutations, qu'il se modernise, et profite de ces éditions tardives pour produire un discours plus critique, parfois plus subjectif, mais avec parcimonie, en témoigne la chronique du *Kommentar* sur l'ARD, non pas lue par le modérateur qui se doit de rester neutre, mais bien par un journaliste, introduit comme tel, un journaliste qui par ailleurs ne commente l'actualité qu'une fois par semaine, le *Kommentar* étant soumis à une rotation stricte afin de représenter l'ensemble des *Anstalten*<sup>782</sup> de l'ARD. Les différences relevées dans les parties théoriques, et constatées lors des enquêtes de terrain, au sujet de la communication interculturelle s'appliquent aussi dans le cadre de la construction d'un discours télévisuel de l'information. Le haut contexte communicationnel dans lequel sont ancrés les Français fait tendre le discours vers le pathos, vers un angle subjectif et tourné vers l'individu, l'intime, alors que le bas contexte communicationnel des Allemands les conduits à produire un discours objectif, rigoureux, didactique, analytique. Concernant l'information, les discours télévisuels français et allemands semblent relativement incompatibles. À l'esthétique s'oppose la didactique, au national l'international, au populaire et au social l'économie et la politique, au sensationnel la sobriété, à la séduction la rigueur...

Lors de notre phase d'observation des journaux télévisés nationaux, nous avons en outre pu relever un écart notable dans l'emploi et les formes propres au discours rapporté. Au discours de l'information français usant quelque peu du conditionnel, mais plus généralement de formes indicatives et directes, s'oppose le discours allemand, dont les marques du discours indirect foisonnent, parfois par le biais de formes directes, mais toujours précédés d'indices de neutralité, à l'aide notamment de verbes introducteurs suivants : *er erklärt, dass* il explique que / *er berichtet, dass* il rapporte que / *er behauptet, dass*...il affirme que...

---

<sup>782</sup> Les établissements de radiodiffusion en Allemagne.

Doch der Chef der WHO – selbst ein Afrikaner – **sagt**: „Afrika soll sich auf das Schlimmste vorbereiten“<sup>783</sup>

Nach Angaben...<sup>784</sup>

Die Welthandelsorganisation in Genf zeichnet ein düsteres Bild...<sup>785</sup>

Le discours rapporté l'est aussi en grande partie grâce à l'utilisation des *Konjunktiv*<sup>786</sup> *I* et *II* désuets dans le langage courant et oral, encore employés en presse écrite, et dans les journaux d'information.

En nous interrogeant sur la construction d'une forme de discours rapporté, caractéristique de l'information, nous avons pu noter que les journalistes français ont plutôt recours à certaines marques prépositionnelles : *d'après*, *selon*... ainsi qu'au conditionnel. Mais ces marques grammaticales et syntaxiques propres au discours indirect, et qui assurent la neutralité de l'information formulée, se font relativement rares dans les journaux français que nous avons soumis à analyse. Les journalistes et modérateurs allemands montrent au contraire une utilisation régulière du *Konjunktiv*, le *Konjunktiv I* étant porteur d'une valeur de virtualité dans son utilisation première, le *Konjunktiv II* d'une certaine distance avec la réalité. Dans le cas précis du discours rapporté, l'un comme l'autre admet des valeurs assimilables à la notion de *médiation*. Le sujet en charge de rapporter l'information doit se positionner comme un *médiateur*, un *intermédiaire*, *porteur* de l'information, et non *source* d'information. Il n'est pas à l'origine de l'information, ne fait que la transmettre. À l'aide du *Konjunktiv*, les présentateurs de l'information signalent distinctement qu'ils ne sont qu'énonciateurs.

Le *Konjunktiv I*, dont l'usage se raréfie, reste présent dans le discours de l'information, notamment sa forme la plus courante formée à partir de l'auxiliaire être, *sein*, et a été repéré à maintes reprises dans les éditions du *Tagesschau* de 20 heures sur l'ARD.<sup>787</sup>

D'autres verbes ont ainsi été repérés conjugués au *Konjunktiv I*, témoignant ainsi de l'importance accordée à la neutralité de l'information, ainsi qu'à l'indication des sources extérieures à l'origine de ces données, tant sur les *Tagesschau* de l'ARD que les *Heute* de la ZDF.

---

<sup>783</sup> Tagess Themen 12.04.2020 : « Mais le chef de l'OMS, lui-même africain, **dit** : L'Afrique doit se préparer au pire. »

<sup>784</sup> *Tagesschau* 08.04.2020 : « D'après les déclarations... »

<sup>785</sup> *Tagesschau* 08.04.2020 : « L'organisation mondiale du commerce dépeint un sombre tableau... »

<sup>786</sup> *Subjonctif*.

<sup>787</sup> „Tausende Anträge **seien** missbräuchlich gestellt worden“. *Tagesschau* 09.04.2020 : « Des milliers de demandes auraient été faites de manière abusive. »

Die Politik **dürfe** sich nicht verweigern, auch wenn es zu früh **sei**, Beschränkungen zu lockern.<sup>788</sup>

Es **sei** zu früh für Lockerungen, aber es **müsse** darüber geredet werden [...] <sup>789</sup>

Das **sei** für viele ein einsames Fest, auch darauf hat der Papst hingewiesen.<sup>790</sup>

Bisher **könne** nur ein Arbeitszimmer steuerlich abgesetzt werden.<sup>791</sup>

Bundeskanzler teilte mit, dass am Dienstag kommender Woche zunächst kleinere Geschäfte sowie Bau- und Gartenmärkte wieder öffnen **dürfen** <sup>792</sup> POINT?

Der britische Premier Johnson liegt wegen seiner Corona-Infektion seit gestern Abend auf der Intensivstation. Sein Zustand **hatte** sich über das Wochenende **offenbar** schnell **verschlechtert**. [...] Er **erhalte** Sauerstoff, **werde** aber nicht künstlich beatmet.<sup>793</sup>

Trotz langsamer steigender Ausbreitungszahlen des Coronavirus **dürfe** man sich nicht in Sicherheit wiegen.<sup>794</sup>

Outre ces formes de *Konjunktiv I*, ont été rencontrées ses variantes, au passé ou au futur, ainsi que le *Konjunktiv II*. Le *Konjunktiv I futur* est appliqué pour relater d'événements futurs dans le discours rapporté, le *Konjunktiv I passé* pour les événements passés dans le discours rapporté, et ont, une fois n'est pas coutume, été observés dans diverses éditions de l'information. Le *Konjunktiv I*, très utilisé sur les *Tagesschau*, que l'on peut aisément expliquer par cette tradition d'objectivité ; le modérateur rapporte les paroles d'un tiers, tâche de procéder de la manière la plus fidèle possible, en particulier lorsqu'il s'agit d'allocutions gouvernementales. Claus Kleber, présentateur des *Heute Journal* introduisait son édition du 06 avril 2020 par un monologue au ton alarmiste, en se rattachant aux dires récents de la chancelière Angela Merkel :

Die Erde, unser ganzer Planet, ist mittlerweile offiziell ein Risikogebiet, 180 bis 190 Länder **seien** betroffen erklärte die Kanzlerin heute. Es **sei** nicht mehr sinnvoll, nach

---

<sup>788</sup> Tagesschau 07.04.2020 : « La politique ne devrait pas refuser d'agir, même s'il est trop tôt pour assouplir les restrictions. » Notons ici l'obligation en langue française de revenir au présent pour traduire le *Konjunktif* allemand.

<sup>789</sup> Heute 07.04.2020 : « Il serait encore trop tôt pour des assouplissements, mais une discussion devra être menée... »

<sup>790</sup> Heute 12.04.2020 : « Ce serait pour beaucoup une célébration solitaire, le Pape l'a également souligné. »

<sup>791</sup> Heute 10.04.2020 : « Jusqu'à présent, seul un bureau pouvait être déductible fiscalement. »

<sup>792</sup> Tagesschau 06.04.2020 : « Le chancelier fédéral a annoncé qu'à partir de mardi de la semaine prochaine, les petits magasins ainsi que les magasins de bricolage et jardinage pourraient rouvrir. »

<sup>793</sup> Tagesschau 07.04.2020 : « Le premier ministre Boris Johnson est en soin intensif à cause du Corona depuis hier soir. Son état se serait apparemment dégradé rapidement [...] Il serait sous oxygène, mais ne serait pas sous respiration artificielle. »

<sup>794</sup> Tagesschau 09.04.2020 : « Malgré le ralentissement de la vitesse de propagation du Corona, il ne **faudrait** pas se laisser bercer par un faux sentiment de sécurité. »

sicheren und unsicheren Gebieten aufzuteilen. Jeder, der ins Land kommt, egal woher, **müsse** deshalb ab sofort in Quarantäne. Nur Berufspendler sind davon befreit.<sup>795</sup>

Le *Konjunktiv II* remplace cependant le *Konjunktiv I* lorsque ce dernier est identique à sa forme présente de l'indicatif. La construction au futur *würde* + *infinitif* est d'usage concernant les opinions, les raisonnements prudents, il n'est donc pas étonnant d'en observer l'utilisation sur les formats d'information proposés en deuxième partie de soirée, *Heute Journal* et *Tagesthemen*, dont la mission est plus didactique que celle des éditions de 19 et 20 heures.

Die Haushalte der von Corona besonders betroffenen Ländern **würden** somit geringer **belastet**.<sup>796</sup>

[...] und wir allein **würden entscheiden**, ob wir auch danach eine Gesellschaft sein wollen mit mehr Vertrauen, mehr Rücksicht und mehr Zuversicht.<sup>797</sup>

Es **würde** auch viel zu lange **dauern**, bis eine gewisse Grundimmunität in der Bevölkerung erreicht wäre.<sup>798</sup>

Quelques formes de *Konjunktiv II présent* et *passé* peuvent encore être citées, afin de démontrer à quel point le discours de l'information allemande reste fondé sur une forte distanciation entre le locuteur et l'information énoncée.

Auch Großbritannien oder Schweden **hatten** die Idee, wenn viele sich anstecken, **könnten** viele immun werden. Nun ist Covid-19 keine Kinderkrankheit und absehen davon, dass es ist viel zu lang **dauern würde** bis eine gewisse Grundimmunität in der Bevölkerung **erreicht wäre**.<sup>799</sup>

[...] das Prinzip **wäre** das gleiche: es gebe eine gemeinsame Kreditaufnahme mit dann gleichen Zinsen für alle.<sup>800</sup>

Die Corona-Pandemie **werde** weltweit zur „schlimmsten Rezession zu Lebzeiten“ **führen**. [...] So **werde** das Bruttoinlandsprodukt aufs Jahr **gerechnet** um 4,2 Prozent schrumpfen.<sup>801</sup>

---

<sup>795</sup> « La Terre, notre planète, est désormais officiellement une zone à risque, 180 à 190 pays seraient concernés, a déclaré la Chancelière aujourd'hui. Il n'est plus sensé de diviser les territoires risqués ou non risqués. Toute personne qui entre dans le pays, peu importe son origine, doit être mise en quarantaine immédiatement. Seuls les travailleurs frontaliers sont exemptés. »

<sup>796</sup> *Tagesthemen* 07.04.2020 : « La charge pesant sur les foyers des pays les plus touchés par le Corona serait ainsi réduite. »

<sup>797</sup> *Heute* 11.04.2020 : « [...] et nous serions les seuls à décider si nous voulons ensuite devenir une société avec plus de confiance, de considération et d'assurance. »

<sup>798</sup> *Tageschau* 07.04.2020 : « Cela prendrait trop de temps, jusqu'à ce qu'une immunité collective soit atteinte. »

<sup>799</sup> *Tagesthemen* 07.04.2020 : « La Grande-Bretagne et la Suède ont également eu l'idée de se dire que si de nombreuses personnes étaient infectées, beaucoup pourraient être immunisées. Seulement, la Covid-19 n'est pas une maladie infantile, sans compter qu'il faut beaucoup trop de temps avant qu'une certaine immunité collective ne soit atteinte. »

<sup>800</sup> *Tagesthemen* 07.04.2020 : « Le principe serait le même : il y aurait un emprunt commun avec les mêmes taux d'intérêt pour tous. »

<sup>801</sup> *Tagesschau* 08.04.2020 : « La pandémie liée au Corona entraînerait la « pire récession de notre vivant » [...] Le PIB diminuerait de 4,2% sur l'année. »

Diese Krise **könnte** zum Glücksfall der Geschichte **werden**, sagt der Vorsitzende der katholischen Bischofskonferenz, G. Bätzing, und meint, dass die Welt danach eine solidarischere und achtsamere **sein könnte**.<sup>802</sup>

Die Forschungsgemeinschaft Leopoldina **könnte nach** Medienberichten bald eine Lockerung der Corona-Auflagen **empfehlen**.<sup>803</sup>

Ce dernier exemple en particulier montre avec quel soin le modérateur du *Tagesschau* s'applique à séparer l'information de toute expression personnelle ou subjective, en doublant utilisation du *Konjunktiv* et indication de sa source à l'aide la préposition *nach*. Nous avons retrouvé une méthode de distanciation similaire lors de la chronique *Nachrichtenüberblick* présentée lors des *Heute Journal* par une figure proposant une attitude de grande neutralité similaire à celle relevée dans les *Tagesschau* ainsi que les *Heute*.

Die radioaktive Strahlung **sei höher als normal**.<sup>804</sup>

Il n'est pas étonnant de constater que les *Tagesthemen* et *Heute Journal* usent de formes plus complexes du *Konjunktiv*, le ton adopté par les présentateurs, journalistes de fonction, étant plus analytique et pédagogique. Leurs raisonnements demeurent cependant mesurés et dépendants des informations recueillies, d'où l'utilisation de ce temps particulier, comparable au conditionnel français, bien moins présent dans les JT Français.

Le discours allemand de l'information est empreint d'une forte neutralité, se caractérise par l'application stricte d'un exercice de distanciation entre l'énonciateur et l'information. Les présentateurs allemands signifient qu'ils ont pour rôle de relater l'information, sans la déformer, sans prendre parti. Si certains formats se permettent un ton plus analytique, les sources demeurent des informations rapportées, et l'utilisation du *Konjunktiv* reste de mise. Le discours français de l'information est porteur de marques plus subjectives, la distance entre le locuteur et les faits énoncés semble réduite. Ces considérations entrent tout à fait dans le cadre des théories sur la communication interculturelle, les Français ressentent moins le besoin de contextualiser leurs paroles, jouent plus aisément sur les sous-entendus sans craindre de voir leurs dires déformés, incompris. Les Allemands évitent tout sous-entendu car craignent les malentendus, ressentent un besoin plus fort de contextualisation, les multiples

---

<sup>802</sup> *Heute* 12.04.2020 : « Cette crise pourrait devenir un heureux hasard de l'Histoire, déclare le Président de la Conférence Episcopale G. Bätzing, et pense que le monde d'après pourrait être plus solidaire et plus attentif. »

<sup>803</sup> *Tagesschau* 10.04.2020 : « Selon les médias, la communauté de recherche Leopoldina pourrait bientôt recommander un assouplissement des mesures liées au Corona. »

<sup>804</sup> *Nachrichtenüberblick*, édition du 11.04.2020 du *Heute Journal* : « La radiation serait plus haute que la normale. »

formes syntaxiques relevées dans la construction d'un discours rapporté de l'information justifient ces conclusions.

Ces réflexions sur la langue soulèvent une autre problématique majeure dans le cadre précis de la constitution d'un discours télévisuel paneuropéen, transnational et interculturel : celle de la traduction.

**c) Transfert linguistique, transfert culturel : outils et enjeux de la traduction en télévision.**

[...] Der Deutsche spricht mit Verstand, der Franzose mit Witz. Das Gespräch des ersten ist wie eine Reise um Nutzen, das Gespräch des andern wie ein Spaziergang zum Vergnügen. Der Deutsche geht um das Ding herum, der Franzosen fängt den Lichtstrahl auf, den es ihm zu wirft, und geht vorüber.<sup>805</sup>

L'étude accordée à la constitution du discours de l'information atteste la grande différence linguistique que connaissent les sujets français et allemands, tant dans le ton et le style de l'expression – nécessitant une franche contextualisation en Allemagne, culture *low-context*, comprenant plus d'ornements et de sous-entendus en France, culture *high-context* – que dans les constructions grammaticales et syntaxiques de l'une et l'autre langue. Si ARTE a trouvé dans la culture le meilleur moyen de transférer des connaissances sur l'*Autre* et ainsi participer à une meilleure compréhension, à un rapprochement des peuples, l'enjeu linguistique reste central. ARTE souhaite s'adresser au public le plus large possible, et diffuse par ailleurs simultanément dans deux langues. La question de la traduction est, en ce sens, centrale. La traduction va bien au-delà d'une simple transposition des mots d'une langue à l'autre. Chaque culture dispose de son propre système de communication, de ses propres codes et références culturelles, et proposer une traduction « mots à mots » serait certes fidèle, mais erroné. Faire le choix d'une traduction mots-à-mots, sans adaptation, fait prendre le risque de grossir les traits, les différences culturelles de l'*Autre*, et mène à une incompréhension de la part de la culture cible. Les traducteurs doivent cependant prendre soin de ne pas trop adapter, au risque de lisser les particularismes, alors que tout l'intérêt de l'interculturel réside dans le fait de (re)connaître l'*Autre*, et ce aussi dans ses différences avec

---

<sup>805</sup> « L'Allemand parle avec raison, le Français avec esprit. La conversation du premier est comme un voyage d'utilité, la conversation de l'autre comme une promenade de plaisir. L'Allemand fait le tour de la chose, le Français attrape un rayon de lumière, qu'il lui lance, et passe. », dans Heinrich von Kleist : *Sämtliche Werke und Briefe*. Hg. Von Helmut Sembdner, Bd.2 München 1977, p.687.



Soi. Dans le cadre précis d'une instance télévisuelle européenne et interculturelle, il est important que les figures d'adaptation linguistiques aient plus qu'une connaissance accrue de la langue.

De nature, les médias peuvent être considérés comme instance de traduction dans le sens où ils présentent des données sociales, politiques, économiques, historiques et même divertissantes, ajustées de sorte à convenir aux publics. Ces dernières doivent être précises, tout en étant digestes ; tout média doit trouver un langage, un discours adéquat pour capter l'attention d'une part, et jouer son rôle de médiation d'autre part. Concernant ARTE, la difficulté est démultipliée puisqu'en plus de cette *traduction* comme adaptation intellectuelle, à laquelle tout média est confronté, ARTE se doit de traiter la question de la traduction dans son acceptation linguistique. Quelle(s) technique(s) ARTE a-t-elle à disposition ? Comment les traducteurs adaptent-ils les programmes ? L'ensemble des programmes proposé par ARTE doit pouvoir répondre aux attentes de ses publics. Alors que les images, le montage est nécessairement le même et ne peut pas être modifié pour mieux convenir à l'*Autre*, seul le texte, le discours peut être adaptée par le biais de la traduction. La nouvelle version linguistique de chaque programme doit rendre ce produit totalement accessible au destinataire, se fondre dans ses références. ARTE prône le bilinguisme à tous niveaux. L'ensemble des documents internes est disponible dans les deux langues, plus de sept cent interprètes ont été recrutés seulement pour la case *Info*. La chaîne dispose de son propre service linguistique, le *Sprachdienst*, qui regroupe des traducteur et interprètes. Tous sont membres à part entière de l'équipe rédactionnelle à Strasbourg. Le site web d'ARTE, disponible en cinq langues, est lui aussi pris en charge par une équipe de traducteurs d'ARTE.

La traduction, ce n'est pas seulement traduire des mots, mais aussi traduire des *intentions*, un terme clé dans le domaine précis de l'audiovisuel. Les traducteurs et interprètes ont pour rôle de maintenir le sens pour le public cible, alors que la source se situe dans un paradigme socio-culturel différent. La difficulté réside dans l'équilibre entre fidélité par rapport à l'original, la liberté de traduction afin d'adapter au contexte de l'*Autre*, le tout mêlé à diverses contraintes techniques dues au support télévisuel. Les traducteurs veillent à conserver « l'essence » même du programme d'origine, de rester fidèles au rythme proposé par les producteurs, puisque chaque contenu est pensé de telle manière que le rythme – en particulier en fiction – a une signification. De nombreux éléments sont connotés, les langues ne partagent pas les mêmes codes de l'humour, de l'ironie, du sarcasme...les références ne sont pas les mêmes. La traduction en télévision, comme au cinéma, va bien au-delà du travail linguistique, et

syntaxique, puisque les employés en charge de la traduction ont en plus pour contrainte de conserver les mêmes temps de paroles dans le cas précis du doublage ou du *voice-over* – techniques sur lesquelles nous reviendrons. En ce sens, la traduction en télévision se détache de la traduction littéraire. Alors que les employés dans l’audiovisuel se doivent de synchroniser la traduction avec l’original, au risque de créer un décalage son/image, les traducteurs à l’écrit peuvent se permettre de contextualiser, de paraphraser, pour que leur traduction fasse sens et soit la plus claire possible. Pour cette raison, il est plus juste d’utiliser le terme d’adaptation/*Anpassung* plutôt que traduction/*Übersetzung* dans le cadre précis de l’audiovisuel.

Oliver Hahn, dans ses écrits au sujet du langage audiovisuel d’ARTE, distingue trois grands moments méthodologiques concernant la traduction, l’adaptation télévisuelle :

In der ersten, rein textuellen Konkretisierung entsteht eine schriftsprachliche Übersetzung, die sowohl an der virtuellen oder vergangenen Enunziationssituation des Ausgangstextes als auch an der spekulativ angenommenen, künftigen Enunziationssituation des Zieltextes orientiert ist. In der zweiten, dramaturgischen Konkretisierung wird die erste schriftsprachliche Übersetzung an den Kontext der Zielkultur der Rezipienten angepaßt, adaptiert und von ihm angeeignet. Dadurch wird der in einem Zieltext aufgehende Ausgangstext für die Rezipienten anderer kultureller Herkunft verbal ‚lesbar‘. Die zweite Konkretisierung übernimmt also eine gewissermaßen kommentierende Funktion, indem sie den Rezipienten der Zielkultur – häufig mittels Paraphrasierung – die notwendigen Verständnishilfen bietet. In der dritten, szenisch-bildlichen Konkretisierung wird der in einem Zieltext aufgehende Ausgangstext illustriert. Er wird somit für die Rezipienten anderer kultureller Herkunft zusätzlich visuell ‚lesbar‘ im Sinne von sichtbar. Nach diesen drei Konkretisierungen des Sprach-Transfers der interkulturell fernsehjournalistischen, adaptiven Übersetzung auf der Seite der Rezipienten statt: Diese haben sich den adaptiv übersetzten Text ebenfalls innerlich anzueignen und entschieden so über den Wert einer derart aus einer für sie fremden Ausgangskultur transferierten Information.<sup>806</sup>

---

<sup>806</sup> « Premièrement, la concrétisation purement textuelle est produite une traduction écrite qui est orienté à la fois sur une situation d’énonciation virtuelle ou passée du texte source, mais aussi sur la situation d’énonciation supposée ou future du texte cible. Ensuite, la concrétisation dramaturgique : La première traduction écrite est ajustée, adaptée, appropriée au contexte de la culture cible des destinataires. Ainsi, le texte source, qui est incorporé dans le texte cible devient verbalement « lisible » pour les destinataires d’autres origines culturelles. La deuxième concrétisation revêt une certaine fonction de commentaire en offrant aux destinataires de la culture cible, souvent par le biais de la paraphrase, les aides nécessaires à la compréhension. Troisièmement : La concrétisation scénique et visuelle. Le texte source est illustré dans le texte cible. Ainsi, il devient en plus visuellement « lisible », dans le sens de visible, pour les destinataires d’autres origines culturelles. Après ces

L'adaptation télévisuelle est moins une question purement linguistique qu'une question technique et culturelle. Comme le montre la partie théorique de ce travail, la langue est certes un outil de communication, mais elle reflète l'ensemble des représentations sociales des populations adoptant tel ou tel langage, la langue reflète tout un système culturel, un système d'organisation mentale. La traduction implique certes concrètement de passer d'une langue à une autre, mais finalement, les traducteurs et interprètes passent plutôt d'un système culturel à un autre. Langue et culture sont intimement liées, la langue est l'expression des combinaisons mentales, de l'assemblage de raisonnements. Traduire, du latin *traducere*, « faire passer », comprend ainsi une notion de déplacement, déplacement d'un ensemble de représentations mentales. Passer d'une langue à l'autre, c'est passer d'une culture à une autre.

La traduction ne se fait pas de « langue à langue », comme on pourrait le croire, mais de « langue-culture » à « langue-culture »<sup>807</sup>

Les équipes d'ARTE sont ainsi constituées de véritables spécialistes de la langue de l'*Autre* certes, mais aussi et avant tout de la culture de l'*Autre*. Une prérogative importante pour aller au-delà de la traduction – dans son sens littéraire – et bien proposer des adaptations. La traduction n'est, à l'origine, pas une tâche propre à la télévision.

Le Service linguistique ne relève pas du cœur de métier de la Chaîne mais s'inscrit dans son ADN pluriculturel et plurilingue. Les Allemands qui travaillent au Service linguistique vivent en France depuis des années, ont une grande connaissance de la culture française et de la langue française. Et les Français ont tous vécu en Allemagne. Ce n'est donc pas seulement une question de langue, c'est aussi et surtout une question de culture. « Quand dois-je donner une explication supplémentaire dans mon texte parce qu'autrement, le Français ne comprendra pas, comment dois-je le faire, avec quelles références culturelles ? » Il est nécessaire de naviguer entre les deux cultures, les deux langues.<sup>808</sup>

Afin d'être en mesure de diffuser la même programmation, en simultanée, et dans les deux langues, ARTE dispose de plusieurs outils, plusieurs méthodes de traduction. Lors de notre analyse des contenus diffusés, nous avons pu relever quatre principaux moyens de traduction,

---

trois concrétisations, le transfert linguistique de la traduction adaptative en télévision interculturelle se fait aussi du côté des récepteurs. Ces derniers doivent s'appropriier le texte traduit de manière adaptative et décider de la valeur des informations transférées à partir d'une culture étrangère. » Oliver, Hahn. *ARTE, der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*, 1997, p. 190.

<sup>807</sup> Weisser, Marc, et Dietrich, Karin, cités depuis Jean-René, Ladmiral, et Edmond-Marc, Lipiansky. *La Communication Interculturelle*. 4<sup>e</sup> édition. Traductologiques 5. Paris, Les Belles Lettres, 2015. p.30

<sup>808</sup> Nicolas Beckers, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

soient les *sous-titres*, le *voice-over*, le *doublage*, et encore l'*interprétariat en simultané*. Le choix de l'un ou de l'autre outil dépend d'une part des contraintes du format ; une question artistique, puis de contraintes financières. À ce titre, le *sous-titrage* est particulièrement apprécié. Si le service linguistique ne prend pas en charge les sous-titres, la méthode est de plus en plus adoptée, et ce pour des raisons financières évidentes, puisqu'une seule personne peut se charger de sous-titrer un programme, là où le *voice-over* et le *doublage* nécessitent l'intervention d'ingénieurs du son, de rédacteurs, mais aussi parce que le sous-titrage s'ancre dans les nouvelles attitudes, les nouveaux modes de consommation des publics.

[...] aujourd'hui, avec la consommation de contenus en nomade sur tablettes et smartphones, les gens apprécient les sous-titres. Le sous-titrage n'est donc plus une solution d'urgence, elle est plutôt bien accueillie.<sup>809</sup>

S'il est moins coûteux, le *sous-titrage* entraîne malgré tout différentes contraintes techniques. La méthode du sous-titrage est particulièrement technique, car elle répond à des codes établis, tels que la simultanéité de l'apparition du sous-titre avec les paroles traduites, une réflexion sur la longueur du texte afin que la lecture de ces sous-titres ne soit pas trop contraignante pour les publics, une réflexion sur la durée pendant laquelle le sous-titre reste à l'écran afin de proposer un temps de lecture adapté à la moyenne des publics. Pour être le plus digeste possible, le texte ne doit pas figurer sur plusieurs lignes, au risque de trop empiéter sur l'image. Le sous-titrage « force » son public, devenu spectateur-lecteur, à balayer l'entièreté de son écran, et nécessite une concentration plus importante que l'écoute d'un film doublé. Le sous-titre ne doit pas ralentir l'œil et le décryptage du spectateur. L'élaboration des sous-titres est particulièrement longue, et requiert en outre un travail d'adaptation primordial : tout ne peut être traduit, seuls les éléments essentiels à la compréhension de l'information, de l'action, du film ou du documentaire sont conservés, les ornements et le superficiel sont écartés pour rendre la lecture fluide, et non trop dense.

On prend alors en compte des éléments tels que l'aspect, la lisibilité, la discrétion pour choisir la police de caractères (aussi neutre que possible), la couleur des sous-titres : ils sont généralement blancs pour être plus discrets mais aussi pour des raisons techniques (sauf sur *arte* où ils sont jaunes). Le souci de discrétion est tel qu'on évite les lettres

---

<sup>809</sup> Idem.

capitales, curieusement plus longues à lire et les signes typographiques particuliers (ce qui donne lieu à de aberrations puisque, le ß par exemple est interdit sur *arte* !).<sup>810</sup>

Les sous-titres sont pensés de sorte à ne pas être perceptibles, à s'insérer dans l'environnement global du contenu sans le parasiter. L'on retrouve dans les sous-titres des propriétés propres à la traduction, comme le fait de s'éloigner parfois du contenu source pour mieux s'adapter au contenu et à la culture cible. Il peut s'agir d'expressions idiomatiques, de références culturelles historiques ou modernes méconnues de l'autre public. Dans le cas précis des sous-titrages France / Allemagne, la complexité réside notamment dans le fait que linguistiquement, le français et l'allemand se distinguent par une syntaxe particulièrement dissemblable ; ainsi il est récurrent qu'une phrase allemande soit plus longue qu'une phrase française, le travail de coordination n'en est que plus complexe. Les sous-titres rendent compte du sens brut de l'information, de l'action, plutôt que les sentiments et expressions, les tensions dramatiques dans le cas de la fiction. Si le spectateur la perçoit grâce à la version originale et sa bande sonore, le sous-titre, lui, n'est pas porteur de ces sens ; la traduction semble parfois laisser de côté certaines données. La traduction textuelle, proposée par les sous-titres, répond ainsi à des mécanismes précis, propre à chaque culture, chaque langue, et est représentative d'une certaine esthétique, que Français et Allemands ne partagent pas toujours. L'on peut aisément vérifier cet argument en observant les traductions de titres de fiction, ce choix étant dépendant de traditions bien différentes en France et en Allemagne, comme le précisait Nicolas Beckers lors de l'interview qu'il nous a accordée. Si le sous-titre passe certains détails sous silence, qu'il semble parfois déformer et simplifier le discours source, il permet cependant d'entendre la version originale, de préserver totalement l'œuvre telle qu'elle a été produite, permet au spectateur maîtrisant la langue originale de l'entendre, au spectateur étudiant cette langue de progresser, au spectateur néophyte de la découvrir. Le sous-titre dispose ainsi de qualités éducatives non négligeables pour une chaîne de télévision prônant l'interculturalité et la reconnaissance des peuples d'Europe. En proposant à ses publics d'entendre les langues des Autres, ARTE remplit en partie sa mission de médiation. Si le sous-titre respecte la bande originale, c'est aussi l'outil de traduction nécessitant le plus de modifications par rapport à la langue source.

ARTE dispose d'autres outils de traduction et d'adaptation, tel que le *voice-over*, longtemps favori des chaînes de télévision, alors qu'il est plus coûteux que le sous-titrage. Le *voice-over*

---

<sup>810</sup> Petitjean, Carine. « Le sous-titrage, un mode de déplacements », dans *Télévision et Internet : le parlé et l'écrit*, édité par Irmtraud Behr. Monde germanophone. Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2018. <http://books.openedition.org/psn/6443>.

est particulièrement utilisé dans le domaine de l'information, mais aussi en fiction et dans les documentaires. Concrètement, le *voice-over* consiste à enregistrer une voix de traduction par-dessus la bande son d'origine. La langue source et la langue cible sont audibles simultanément, seule une légère manipulation de volume met en arrière-plan la langue source, en premier plan la langue cible. Le *voice-over* implique donc à la fois les services de traducteurs, mais aussi des ingénieurs du son, un rédacteur, dans le cas de la fiction, plusieurs lecteurs-acteurs, puisque chaque voix doit appartenir à un sujet seulement, sur le même principe que le doublage sur lequel nous nous attarderons ensuite. Contrairement au doublage, le *voice-over* admet un léger décalage entre le début de la voix d'origine, et le lancement de la traduction, afin de donner l'illusion d'un interprétariat direct. De la même manière, le *voice-over* est construit de manière à entendre les derniers mots de la langue source. Les phrases d'ouverture et de clôture des dialogues sont traduites avec la plus grande fidélité, les modifications sont plus aisément acceptées au centre du dialogue, alors que les deux voix se superposent. Le fait de rester fidèle aux mots audibles de la langue source renforce la crédibilité de la traduction auprès des publics ayant une connaissance des deux langues. Mais le *voice-over* n'a que peu d'intérêt pour les publics maîtrisant les deux langues, voire même désagréable ; le fait de d'entendre et de comprendre les deux langues en simultanée participe à une sensation de fouillis auditif si l'écart de volume entre langue source et langue cible n'est pas assez franc.

Pour quelqu'un qui a des affinités avec les langues, le *voice-over* intéresse moins, parce qu'il aime entendre l'original. Mais quand un *voice-over* est bien fait, je trouve le résultat très agréable.<sup>811</sup>

La technique du *voice-over* répond elle aussi à quelques règles esthétiques, en particulier pour éviter tout choc auditif, une voix correspondant au physique de l'acteur et sa voix d'origine doit être choisie, un respect donc de la tranche d'âge et du genre notamment. Cette règle s'applique strictement à la fiction, bien moins à l'information, puisqu'il est fréquent que le journaliste reporter d'image soit sur le terrain, hors des locaux de sa chaîne, et en charge de monter seul son reportage. S'il doit traduire les paroles de ses intervenants, il s'en chargera seul, et se verra parfois dans l'obligation de doubler une femme ou un enfant même s'il est un homme. France et Allemagne n'y accordent cependant pas la même importance.

---

<sup>811</sup> Nicolas Beckers, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

Théoriquement on essaie de respecter le genre des voix. Cela concerne bien évidemment le cinéma, les films documentaires. Pour l'info c'est moins pertinent, mais on peut dire que les Allemands sont moins sensibles à cela que les Français. Lorsque l'on regarde les *Tagesthemen*, si quelqu'un est en Syrie par exemple, qu'il fait son reportage sur place, qu'il a filmé et monté, il fera tout : le commentaire, la voix-off, les interviewés – hommes, femmes, enfants...et ça ne gêne absolument pas. En France c'est moins le cas, je vois une différence. La question est en fait simple : est-ce que la voix est agréable ou non ? Est-ce que le ton est adapté ? Pour prendre un exemple un peu extrême : Si nous avons un homme, qu'il est *voice-overisé* par un autre homme, mais que la voix n'est pas agréable, mieux vaut avoir une belle voix de femme, et inversement.<sup>812</sup>

Le *voice-over* est pertinent en télévision puisqu'il permet aux publics de ne se concentrer que sur la bande-son, de ne pas avoir à procéder à une lecture rapide comme l'imposent les sous-titres. Le choix de l'une ou de l'autre méthode est une question d'esthétique, ainsi que de justesse en fonction du format d'origine.

[...] avec certains films et contenus, le sous-titrage peut nuire au confort visuel. Le *voice-over* sera le bienvenu quand un documentaire ou un film est fort en termes d'images. Je me souviens avoir regardé un film documentaire, *El Sicario, Room 164*, à propos d'un tueur à gage au Mexique. Tout se déroule dans une chambre d'hôtel, l'homme est assis, on ne voit pas son visage, il est masqué. Le sous-titrage n'enlève donc rien à l'aspect visuel plutôt pauvre [...]<sup>813</sup>

Le *voice-over* convient particulièrement en télévision plurilingue, encore plus chez ARTE, qui propose une exploration des langues et des cultures d'Europe. Le fait d'entendre la voix originale, sur un mode similaire à celui des *sous-titres*, participe à mieux connaître l'*Autre*, ne dénature par le contenu d'origine. Le *voice-over* permet aux chaînes d'assumer leur nature multiculturelle, de donner à voir le travail d'adaptation, mais présente aussi un certain inconfort auditif, en particulier pour les publics en mesure de comprendre les deux langues. Le *voice-over* dispose tout de même d'une certaine authenticité, plonge dans une atmosphère et une esthétique d'interprétation directe très pertinente pour une chaîne souhaitant se détacher d'un ancrage uniquement national.

Parmi les outils de traduction, le *doublage* demeure le plus complexe techniquement, ainsi que le plus couteux, puisqu'il implique le respect de tous les paramètres énoncés

---

<sup>812</sup> Idem.

<sup>813</sup> Idem.

précédemment avec le *voice-over*, auquel s'ajoute la difficulté de synchroniser la traduction avec les mouvements labiaux des acteurs à l'écran. Le service linguistique d'ARTE n'a pas pour fonction de procéder au doublage de film. Outre la fiction, le doublage n'est pas l'outil le plus usité en télévision. Lorsqu'ARTE diffuse des films doublés, ces derniers l'ont été par des sociétés de production externes. Alors qu'il est l'outil le plus cher d'adaptation linguistique, le doublage est le plus connu du grand public puisque de tradition appliqué au cinéma. Les cinémas proposent de plus en plus des séances en version originale (VO), ou en version originale sous-titrée (VOST), mais conservent toujours, et sur de plus nombreux créneaux, des versions doublées, qui offrent la capacité de réception la plus large. Tous les publics, quelles que soient leurs connaissances linguistiques et culturelles, sont ainsi prédisposés à comprendre la fiction dont il est question, à s'immerger dans les émotions ou les tensions dramatiques qu'elle prodigue. Le doublage n'est cependant pas non plus une traduction mot-à-mot, mais tente d'adapter si le film contient des références méconnues du public cible – une personnalité, une référence historique ou humoristique etc. Une fiction comique telle que *Bienvenue chez les Ch'tis*, déjà évoquée précédemment, nécessite non seulement un travail de traduction, mais aussi un travail précis d'adaptation, tant les références sont ancrées à l'origine dans un référentiel français. L'histoire d'un homme bouleversé par son déménagement du sud de la France vers le Nord de la France a un caractère particulièrement national, et la nature comique de cette fiction tient sur les différences culturelles et linguistiques régionales françaises. Certains codes comiques sont facilement transposables d'un pays à l'autre, le comique de mimique et de gestuelle des deux acteurs principaux Danny Boon et Kad Merad passe aisément la frontière franco-allemande. Mais le cœur de la comédie repose aussi sur le patois du Nord, incompréhensible pour un français arrivant du sud de la France. Le film a bel et bien été distribué en Allemagne, et le choix s'est porté sur l'invention d'un patois allemand, afin de conserver la mécanique comique du film, et bien que le patois *chti* n'ait aucun équivalent allemand. Si le doublage offre des possibilités plus larges d'exportation, qu'il facilite l'accès des œuvres aux publics, il conduit le spectateur à une attitude de passivité, critique dont la télévision se voit affublée et contre laquelle ARTE lutte, une passivité intellectuelle et un rejet de la langue et de la culture d'origine, qui n'a, selon l'auteure, pas sa place sur une chaîne telle qu'ARTE. Le doublage dénature l'œuvre d'origine, rend certes la réception facile, mais passe sous silence la diversité linguistique, gomme la diversité et les références culturelles.



Grâce à l'instauration d'un service linguistique, ARTE bénéficie en outre des compétences d'interprètes, sollicités en particulier pour doubler des intervenants lors de directs. Utilisé sur les formats d'actualité, d'information, les magazines et émissions de plateau, l'interprétariat est autant au service du spectateur que du modérateur si ce dernier ne maîtrise pas la langue de son invité. Le caractère simultané de l'interprétariat permet de fluidifier les dialogues en plateau, mais quelques exigences esthétiques doivent tout de même être respectées, telles que la correspondance, dans la mesure du possible, du genre de l'intervenant traduit et de son interprète, une interprétation la plus objective, fidèle et brute possible. Sont recrutés des sujets ayant une haute connaissance de la culture de l'*Autre*, capables de transposer rapidement les éventuelles références culturelles, dotés d'une haute résistance au stress, et qui répondent à une certaine esthétique télévisuelle.

Concernant l'info, il faut également être très réactif. Nous optons pour un travail avec des interprètes car ils sont en mesure de procéder aux modifications dans les différentes langues très rapidement. Ils n'ont pas besoin de passer par une base écrite. Ces interprètes spécialisés dans les médias ont été formés et ont des compétences dans plusieurs domaines : voix, résistance au stress, adaptation aux locuteurs, etc. Les aspects artistiques jouent aussi un rôle important.

Autre volet, les émissions en direct : nous avons par exemple une émission à Matera en août, et là nous avons besoin d'une équipe complète d'interprètes qui peuvent gérer trois langues : italien, français et allemand, avec plusieurs présentateurs et invités. Là, nous travaillons avec des équipes sur place qui assurent la voix à l'antenne et la compréhension entre présentateurs.<sup>814</sup>

Au sujet du Journal d'ARTE, les traductions et adaptations sont directement prises en charge par le service de rédaction de l'information et non par le *Sprachdienst*. L'on retrouve en étudiant le champ de la traduction et de l'adaptation les grandes problématiques inhérentes à des systèmes communicationnels distincts, ainsi, un sujet d'origine allemande pourra être perçu comme étant très direct ou très froid par le public français si son interprète conserve le même ton que son sujet source. La difficulté des interprètes consiste à rester le plus fidèle possible tout en procédant à quelques ajustements pour convenir à son public cible. Une autre problématique majeure et d'ordre concret est la différence syntaxique des langues. La traduction doit pouvoir être insérée dans le timing donné par l'interlocuteur, et cela concerne tant l'interprétariat direct que le *voice-over*. Certains termes exigent une paraphrase

---

<sup>814</sup> Idem.

explicative qui doit pouvoir être insérée dans un temps déterminé par l'enregistrement original.

Un exemple type, l'on parle une fois par an du sommet de la francophonie ; le concept de francophonie n'existe déjà tout simplement pas en allemand. Ce concept selon lequel il faut entretenir la langue française, dans les relations économiques...tout ce qui se cache derrière le titre « francophonie » ...le concept n'existe pas. Donc quand on parle de francophonie, ce sera un Français qui s'en chargera, et pour les Allemands, pour adapter, nous ferons le parallèle avec le Commonwealth britannique, que les Allemands connaissent. Nous passons par là pour expliquer. [...] Il ne s'agit pas de traduction linguistique mais journalistique, les traducteurs de l'information font un réel travail de transfert interculturel.<sup>815</sup>

Dans de nombreux cas, et en particulier pour l'information, ou lors d'évènements à l'origine ancrés dans un paradigme national, mais tellement importants qu'ARTE souhaite les traiter, à l'instar de l'incendie de Notre Dame, le décès d'une vedette telle que Johnny Halliday, les interprètes sont en charge de contextualiser, d'apporter suffisamment d'informations supplémentaires pour que le reportage soit intelligible pour le public de l'*autre culture*.

Il faut être vigilant, lorsque l'on traite vraiment une thématique nationale, ce qui arrive toujours même si ce n'est pas le gros de notre travail, il faut que l'auteur ait en tête tout ce que les autres ne savent pas. Pour donner plus de place en pensant à l'explication dans l'autre langue, ou prendre le soin de définir quelque chose [...] Parfois on décide de laisser tomber une information ou d'appuyer une autre, d'ajouter une autre information. Les traducteurs le font de leur propre gré car ils savent ce que vont ou non comprendre les publics de l'autre nationalité. On est au-delà de la traduction, c'est de l'adaptation interculturelle. Le contexte culturel doit être traduit, c'est toute l'importance dans un travail de journaliste comme le nôtre c'est la contextualisation, c'est vraiment l'essentiel du travail du présentateur, et ce même si on parle de l'Argentine, du Soudan, il faut contextualiser en pensant à tous les spectateurs potentiels.<sup>816</sup>

Le caractère franco-allemand et européen d'ARTE est assuré par l'apport large de programmes, nous avons pu le montrer dans les chapitres précédents. Concernant les programmes produits en interne par la chaîne, ces derniers sont conçus de sorte à être accessibles tant pour les Français que les Allemands, non seulement linguistiquement, mais aussi culturellement. Les arguments d'Annette Gerlach tout juste cités permettent de discerner

---

<sup>815</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>816</sup> Idem.

une réelle difficulté à laquelle la chaîne est confrontée : l'impossibilité de proposer des débats, format pourtant très adéquat en télévision culturelle, européenne. Si Annette Gerlach est parvenue à mettre en place une émission de plateau, *Square Salon*, rassemblant des personnalités intellectuelles, politiques, scientifiques européennes, l'émission est diffusée occasionnellement, deux à trois fois par an, et a nécessité un travail esthétique rigoureux sur lequel nous reviendrons dans le chapitre rendant compte de notre analyse ciblée, parmi laquelle figure *Square Salon*. Dans le format débat classique, bien souvent politique, notons en premier lieu que les opinions et donc les échanges se fondent et demeurent profondément ancrés dans leur paradigme national. En faisant intervenir des sujets provenant de pays différents, se pose, outre cette question de références politiques ou culturelles nationales, la question de la traduction. Alors que le propre du débat est la spontanéité, la vivacité, le caractère naturel des échanges, chaque invité devra patiemment attendre que son homologue soit traduit par les interprètes de cabine. Afin que le public comprenne lui aussi l'ensemble du débat, le format doit en outre être sous-titré ou *voice-overisé*. L'ensemble des manipulations faites pour s'affranchir de la barrière de la langue semble trop lourd pour ce format du débat, puisqu'il concerne tant les invités, le modérateur, que les publics.

Il y a un domaine où par contre on a longtemps baissé les bras, sans doute parce que c'est le plus difficile à ce stade, c'est celui du débat. La forme du débat. Il y a eu plusieurs tentatives, et ces tentatives se sont toujours heurtées aux nuances de la langue. Il faudrait avoir affaire à de parfaits bilingues aussi bien dans les présentateurs que chez les invités, sinon il faut attendre que la personne se fasse traduire la question, ensuite qu'elle réponde. Et toutes les capacités de couper dans un débat sont rendues plus difficiles, cela rend les interactions compliquées, et en plus ça ajoute à la difficulté de la traduction, avec des modalités différentes de construction de la phrase qui font qu'il est plus difficile d'interrompre un Allemand qu'un Français, dès qu'il a prononcé le verbe de la phrase.<sup>817</sup>

Lors de débats, les gens qui vont s'affronter sont souvent des experts de différents pays qui en plus ne sont pas dans l'interculturel. Ils vont être choqués, et le téléspectateur aussi, qui en plus ne trouve rien d'attractif dans le *voice-over* : cette voix que vous placez au-dessus rend le programme lourd à entendre. Avec la voix originale que l'on n'entend pas, ou juste au fond, c'est bien moins attractif en tant que produit, donc on n'a pas beaucoup de *talkshows*.<sup>818</sup>

---

<sup>817</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>818</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

ARTE s'est bien essayée aux débats, mais n'a pas conservé le format dans sa grille des programmes fixe, et s'en tient à quelques éditions spéciales, lors d'élections européennes notamment, puisque le sujet rend la diversité en plateau plus pertinente. Il semblerait que le multilingue bride parfois la chaîne, dont les émissions de plateau sont finalement très rares.

Les outils à disposition des responsables de la programmation d'ARTE sont nombreux. L'utilisation du *voice-over* semble aujourd'hui décroître après avoir longtemps été préférée aux autres outils, au profit du *sous-titrage*, qui s'ancre mieux dans les modes de consommation actuels. Les réflexions émises au sujet du format débat interrogent sur la capacité de la chaîne à proposer des formats en présentation multilingue, en particulier en *double modération*, faisant donc appel à deux présentateurs, l'un français, l'autre allemand, afin d'assumer entièrement, de rendre visible à l'écran la nature originelle de la chaîne, franco-allemande. L'émission *Confetti*, à l'antenne à partir de 1994, qui avait pour vocation de dépeindre les sociétés européennes à travers des reportages « portraits » dans un esprit léger, disposait de cette double modération avec l'anglais Alex Taylor et Annette Gerlach, les deux maîtrisant le français à la perfection. Lors de cette émission préenregistrée – traduction oblige – chacun des deux présentateurs s'exprimait dans sa langue, respectivement le français pour Alex Taylor, l'allemand pour Annette Gerlach. De très courtes interventions, sous-titrées par la production. Les deux présentateurs ont fait le pari de la légèreté et de l'humour pour rendre cette présentation bilingue légère et non lourde et trop pompeuse. Le fait que la présentation en plateau ne soit que secondaire, que l'accent soit avant tout mis sur les reportages, facilite en outre l'acceptation d'une modération si singulière.

*Confetti* était alors le seul magazine à diffuser simultanément en deux langues, sans *voice-over*, sans doublage. Puisque les deux présentateurs maîtrisaient les deux langues française et allemande, ils les manipulaient de manière ludique, dynamique, s'auto-traduisaient, se répondaient, fusionnaient les langues. L'émission n'a pourtant « pas marché »<sup>819</sup>, et a été déprogrammée.

[*Confetti*] a été retirée pour ces raisons-là. C'était finalement très lourd. Quand on a un invité, dans un duplex par exemple, ou autour d'une soirée thématique, c'est un peu différent parce qu'il va être traduit certes pour une partie du public, mais il aura le temps d'exposer ses questions, ses idées, et le modérateur saura comment gérer le temps de la

---

<sup>819</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

traduction. Dans ce cas c'est jouable, le spectateur supporte en termes de défi technique.

En revanche le côté « débat simultané », c'est difficile.<sup>820</sup>

Aucune émission ne propose à l'heure d'aujourd'hui un format bilingue de cette ampleur ; seules quelques retransmissions de spectacles, notamment celles présentées par Annette Gerlach, profitent de cette double modération, une présentation bilingue dont la présentatrice se charge seule. Mais la réception d'un discours multilingue rend difficile l'accès à la chaîne, et ne convient qu'à une minorité. Alors qu'ARTE se targue de souhaiter rapprocher les Européens, la chaîne écarte la présentation multilingue pour des raisons évidentes d'audience.

La double présentation existe encore chez ARTE avec l'émission *X:enius*, à caractère scientifique. La présentation, en duo, est assurée par un Français et une Allemande, ces derniers s'expriment entièrement en allemand, l'émission étant produite en Allemagne, et insèrent quelques touches de français dans leur discours. La présentation multilingue demande une double interprétation, des compétences linguistiques de la part des deux présentateurs, un doublage chronophage et coûteux pour la chaîne, qui craint, une fois n'est pas coutume, que ce type de format soit trop lourd pour les spectateurs peu initiés à la langue de l'*Autre*. La présentation multilingue bouscule les habitudes télévisuelles, et les responsables de la programmation interrogés à Strasbourg ne masquaient pas leurs doutes quant à l'adoption de cette méthode singulière, tout en concédant qu'elle participe en effet à la promotion de la diversité européenne.

Parfois, Arte fait aussi appel à des journalistes ou des speakers pour doubler les voix de présentation. C'est une autre possibilité. Avec deux présentateurs de langues différentes, nous travaillons avec deux interprètes pour les deux versions linguistiques. C'est une configuration plus compliquée car un des présentateurs est en version originale et l'autre en voice-over. Le résultat peut parfois paraître artificiel pour le public [...] <sup>821</sup>

La présentation multilingue semble disposer d'un fort potentiel, qu'ARTE n'exploite pas assez. Afin d'assumer l'identité européenne de la chaîne, d'encourager à l'apprentissage de la langue de l'*Autre*, d'éveiller la curiosité, la présentation multilingue se profile comme solution idéale. Il est vrai cependant qu'ARTE se doit d'intéresser le public le plus large possible pour remplir sa mission de rayonnement sur l'Europe, et que la présentation multilingue demeure très particulière pour des spectateurs peu habitués à entendre d'autres langues que la leur. La chaîne compense en partie ce manque à l'écran lors d'émission

---

<sup>820</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>821</sup> Nicolas Beckers, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

disposant d'une présentation plateau, en affichant très nettement sa nature franco-allemande dans ses slogans, bande-annonce et *coming-next*, ainsi qu'une lecture à haute voix, dans les deux langues, des programmes à suivre.

*Wer fremde Sprache nicht kennt, weiss nichts von seiner eigenen.*<sup>822</sup>

ARTE, par sa mission interculturelle, contribue à un transfert certes culturel, mais aussi linguistique. ARTE se profile bel et bien comme un média multilingue, ne plonge pas uniquement ses publics dans les cultures d'Europe, mais donne aussi à entendre de nouvelles langues en proposant des contenus sous-titrés notamment. La superposition des langues proposée par le *voice-over* ne permet pas de développer les connaissances linguistiques des spectateurs, et le doublage dispose d'un intérêt finalement moindre en télévision interculturelle, puisqu'il supprime totalement la langue d'origine. Le contenu peut tout de même, dans son écriture et son esthétique, être particulièrement représentatif de ses origines, il y a donc, de ce point de vue, transfert culturel, mais le doublage altère la dimension pédagogique que nous émettons dans nos hypothèses de recherche, plonge uniquement les publics dans un confort intellectuel, une passivité regrettable en télévision interculturelle. ARTE a justement su dépasser les clivages linguistiques grâce à différents outils, à différentes méthodes de traduction et d'adaptation pour participer à une forme de transfert culturel par la langue. La langue n'est pas qu'un simple instrument de communication, c'est aussi le reflet de toute une culture, et l'on peut reprocher à la chaîne d'avoir supprimé de nombreuses formes de double modération, qui présentaient pourtant des points forts, et semblaient contourner la barrière linguistique par le ludique. La découverte de la langue de l'*Autre* fait aussi partie de l'interculturalité. Comprendre la langue de l'*Autre*, c'est comprendre sa culture. La structure, les accents, les systèmes de la langue et sa syntaxe reflètent les modes de pensées, et les styles de communication interpersonnelle, nous l'avons vu, sont inhérents au développement des cultures.

L'étude de la traduction apporte des éléments essentiels au sujet de la production d'un discours interculturel. Nous avons par ailleurs procédé à une comparaison des versions françaises et allemandes du journal de l'information d'ARTE, et avons tâché de relever des éléments dans chacune des versions linguistiques pouvant illustrer les théories propres aux différences de codes de la communication interpersonnelle qui influence forcément le

---

<sup>822</sup> *Maximen und Reflexionen* II. Goethe.

« Celui qui ne connaît pas de langue étrangère ne sait rien de la sienne. »

discours médiatique. Le rapport de cette analyse linguistique figure dans notre partie dédiée à l'analyse ciblée du journal d'ARTE.<sup>823</sup>

**d) Des stratégies de programmation, des esthétiques à coordonner.**

ARTE participe aux transferts de biens culturels en s'appuyant sur des outils efficaces de traduction, l'ensemble de la rédaction et chargés de programmes est conscient que la traduction va bien au-delà d'une simple transposition textuelle, mais qu'il s'agit d'un exercice d'adaptation, de contextualisation. La ligne éditoriale des programmes d'ARTE se fonde sur ce principe majeur, et chaque format, de l'information aux documentaires ou à la fiction, est pensé, écrit, adapté, de sorte à ce qu'aucune référence purement nationale, curieuse ou inaccessible pour l'*Autre*, ne subsiste. ARTE se préoccupe en amont de n'accepter que des programmes aux contenus *transférables*, et ne contenant donc pas, dans leurs écritures, de références purement nationales, ou traitant de sujets susceptibles de ne pas intéresser la France ou l'Allemagne. Un contenu, s'il est suffisamment explicite, européen par nature, participera à effacer nombre de problématiques liées à l'adaptation. Les programmes doivent, pour être validés en Conférence des Programmes, disposer d'une narration franco-allemande ou européenne.

[...] dans la Conférence des Programmes et dans les lignes éditoriales est précisé que le franco-allemand doit se retrouver dans le programme, c'est-à-dire que quand vous traitez un programme sur le syndicalisme français, on ne va jamais diffuser cela chez ARTE, cela n'a pas d'intérêt, on va le rendre européen : « les syndicats en Europe, ou en France et en Allemagne, et encore ailleurs... » Ou en tout cas comparer la France et l'Allemagne. Ça ce sont les discussions dans la Conférence des programmes. Les Allemands ou les Français qui vont faire une proposition sur un sujet, leur regard risque d'être un peu plus national que lorsque la proposition arrive d'ici, (Strasbourg). Et là, la Conférence des Programmes joue le rôle d'instance correctrice avec le couple de la direction des programmes franco-allemands, obligatoire.<sup>824</sup>

La télévision demeure un média national, et peine à se détacher de ce paradigme. Chaque pays, chaque culture, développe des esthétiques qui lui sont propres. De la même manière que chaque culture conduit à des comportements, des réponses sociales et identitaires, une

---

<sup>823</sup> Axe second, chapitre II, c) ARTE Journal, une double conception : entre aboutissement et recul de l'interculturel ? Page 653 et suivantes.

<sup>824</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

communication interpersonnelle s'y rattachant, il existe en télévision des codes propres à chaque culture. Cela touche l'esthétique télévisuelle de manière globale, ainsi que l'ensemble des formats à l'antenne, comme nous avons pu le constater ; la fiction, l'information, les documentaires, le divertissement, les magazines et émissions de plateau.

[...] les programmes de la chaîne cristallisent eux aussi les querelles. Comment construire une grille, quand ce qui plait aux uns déplaît souvent aux autres ? Quand les téléspectateurs français se plaignent de voir trop de programmes « teutons » alors que les Allemands déplorent un excès de « franco-français » ? Comment intéresser deux publics à la fois ?<sup>825</sup>

Et pourtant, ARTE fait le pari de diffuser simultanément et dans deux langues une programmation unique, pensée pour convenir à deux cultures. Le mélange des genres, des écritures télévisuelles semble pourtant, au premier abord, mettre plus en évidence les dissemblances et la diversité que de participer à une quelconque forme de rapprochement. L'analyse de terrain, ainsi que l'ensemble des interviews menées tend à démontrer que l'élaboration de la grille des programmes d'ARTE, le choix des programmes, leur écriture et leur réécriture est le produit d'un long travail d'harmonisation, d'adaptation. Chaque proposition est étudiée, inspectée, afin de vérifier qu'elle ne contient aucune référence trop nationale, que son écriture entre bien dans la ligne éditoriale de la chaîne, c'est-à-dire une écriture à portée européenne, libérée de ses origines territoriales, nationales.

Nous travaillons pour remodeler et parfois nous refusons, mais c'est rare. Et ce malgré le fait que tous connaissent les objectifs, il y a parfois des intérêts dans des pays qui prennent le dessus, parfois en Allemagne même dans un *Land* en particulier. Dans tel *Land* un artiste a pu marquer la région, mais pas ailleurs. Dans ces situations, nous sommes obligés de refuser, car c'est trop régional.<sup>826</sup>

La problématique de l'harmonisation de la programmation semble persister malgré les années ; ARTE travaille quotidiennement à l'*adaptation*, à chercher des points d'ancrages dans tous les contenus retenus pour une diffusion à l'antenne comme sur le web. Toute la difficulté réside en cette mission si particulière de donner à voir la diversité, sans pour autant heurter les habitudes des publics, de créer une sorte d'unité télévisuelle sans lisser les particularités de chacun, d'informer sur le monde et les cultures qui le constituent en s'appuyant sur des références connues des publics concernés. Comment ARTE parvient-elle à

---

<sup>825</sup> Humblot, Catherine. « Arte, la télé-Maastricht au quotidien », 1996.

<sup>826</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.



se libérer des entraves nationales auxquelles la télévision est assujettie ? À quelles difficultés sont soumis quotidiennement les responsables de la programmation de la chaîne franco-allemande ?

France et Allemagne ont développé au cours de leur évolution audiovisuelle des stratégies programmatiques uniques. Là où la télévision allemande, dans sa tradition fédérale, illustre la pluralité de son territoire via une programmation régionale, et s'ancre dans un modèle de concurrence *courtoise*<sup>827</sup>, la télévision française se montre bien plus nationale, et dispose d'un modèle de concurrence *directe*<sup>828</sup>. Les chaînes ne se consultent pas, ou peu, chacune tente d'attirer un public important sur son canal. Les créneaux de diffusion sont spécifiques à chaque genre ; l'information, en France comme en Allemagne, est considérée comme primordiale et se voit attribuer l'heure de haute écoute. L'ARD et la ZDF, toujours dans cette tradition de courtoisie, ne proposent pas leur journal d'information à la même heure, à l'instar certes des deux chaînes de service public France 2 et France 3, puisqu'elles appartiennent au même groupe France Télévision, que l'une est à caractère national, l'autre régional. Mais TF1 et France 2 diffusent leurs JT simultanément, en espérant capter l'attention du plus grand nombre de spectateurs, alors que leurs formats sont comparables en tous points, nous avons pu le montrer dans notre analyse précédente. Le système courtois allemand conduit l'ARD et la ZDF à harmoniser leur grille. Il existe bien sûr un mode concurrentiel, mais les deux chaînes se fixent moins d'objectifs d'audience que les chaînes françaises. Le système allemand se voit effectivement soumis à une régulation stricte des formats publicitaires, leurs taux d'audiences ont ainsi une incidence moins importante sur de probables négociations budgétaires avec les annonceurs. La programmation allemande est remarquable par sa diversité, les deux chaînes se partagent de manière équivalente les programmes culturels, les fictions, les divertissements. Alors que les chaînes françaises – non thématiques – ont tendance à décaler les programmes culturels et intellectuels en fin de soirée, les chaînes allemandes proposent plus de créneaux en début de soirée ou en journée.

Le système télévisuel allemand n'est pas idyllique pour autant, les arguments avancés ici ne concernant que le secteur public représenté par l'ARD et la ZDF. Les chaînes privées foisonnent aussi en Allemagne, ces dernières étant indépendantes en terme de programmation, elles favorisent le divertissement, achètent et s'approprient des licences étrangères,

---

<sup>827</sup> Terme emprunté à Jean-Michel Utard depuis *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational : étude d'un corpus franco-allemand*. Université Robert Schuman (Strasbourg), 1997.

<sup>828</sup> Idem.

notamment américaines. Le groupe public France Télévision a, de manière comparable aux deux chaînes publiques allemandes, diminué ses spots publicitaires et harmonisé l'offre de ses deux chaînes. Les chaînes du consortium français, en particulier France 2, France 3, France 4, France 5 et France Ô<sup>829</sup> s'équilibrent, ont chacune leur spécialité ; chaîne nationale, régionale, pédagogique, documentaire, Outre-Mer, et ne constituent pas un modèle particulièrement concurrentiel, comme peut l'être le couple TF1 / France 2.

L'on a montré que l'histoire des médias française et allemande diffère en de nombreux points, avec notamment en Allemagne une plus grande importance accordée à l'indépendance des médias vis-à-vis de l'État, une absence de notion de cahier des charges, de quotas ou d'obligations relatives à la programmation, une diversité des opinions dans les structures, une diversité et une pluralité des structures audiovisuelles garanties par le principe de *Binnenpluralismus*, principe de base du système de radiodiffusion Outre-Rhin, qui leur assure une grande autonomie. Plutôt qu'un contrôle de l'État, auquel la France est, d'une certaine manière, soumise, par le biais du CSA, la liberté des programmes est garantie par un système de représentation de type parlementaire avec ces groupes de société civile, et les *Länder*, qui, en vertu de leur souveraineté culturelle, sont compétents en matière de législation audiovisuelle. Les établissements de radiodiffusion régionaux sont profondément enracinés dans la vie intellectuelle, culturelle et sociale des *Länder* allemands. L'audiovisuel public allemand est garant d'une tradition de mécénat culturel, il nourrit considérablement la culture musicale, notamment parce que la radio jouait dès 1945 un rôle crucial dans la renaissance de la vie intellectuelle en Allemagne. Radio et télévision occupent une place de mécènes culturels en Allemagne plus exacerbée qu'en France. L'Allemagne a conservé ses principes fondateurs d'objectivité et de pluralité, d'expression des cultures régionales. Les émissions à nature européenne ont fait leur début en Allemagne bien plus rapidement qu'en France, notamment sur la ZDF avec *Nachbarn Europa*<sup>830</sup>(1991). Comment conjuguer ces différentes manières de faire de la télévision ? La télévision allemande est plutôt inspirée de la radio, la télévision française du cinéma.

La télévision française se réclame traditionnellement d'une plus grande proximité avec le cinéma que sa consœur allemande, laquelle, comme l'expliqua un jour Luc Rosenzweig, premier et éphémère directeur-adjoint de l'information à Strasbourg, serait plutôt « fille de la radio » » (*Esprit*, novembre 1992). En conséquence, on insiste, côté français, sur la

---

<sup>829</sup> France Ô a, depuis la rédaction de cette thèse, été retirée de l'antenne.

<sup>830</sup> *Voisins d'Europe*.

*subjectivité* et la quête *d'intimisme*, comme au cinéma, et côté allemand, sur la parole – qui *commente* ou apporte un éclairage particulier (témoignage) par rapport au *sens* général que l'on veut donner à l'émission.<sup>831</sup>

Il existe donc de fait une problématique de déséquilibre structurel et de tradition entre les télévisions françaises et allemandes, qui dépasse la question de la langue, qui dépasse aussi la problématique de la rencontre des genres précédemment évoqués. L'harmonisation de la programmation, la constitution de la grille des programmes d'ARTE est un défi en soi, tant les paysages audiovisuels français et allemands semblent diverger, tant les attentes et habitudes de consommation s'opposent parfois, tant dans les heures de consommation, qu'en ce qui concerne les thématiques et sujets abordés. Outre les questions purement esthétiques et linguistiques que nous avons pu évoquer à travers l'analyse comparative des cinémas et du documentaire français et allemand, ainsi qu'à travers l'étude de la production du discours de l'information en France et en Allemagne, notons que l'on a pu relever une vraie différence d'appétence des publics français et allemands pour certaines thématiques, certains territoires. La musique classique soulève à titre d'exemple bien plus d'intérêt Outre-Rhin qu'en France, simplement parce que la pratique d'un instrument classique est plus importante en Allemagne qu'en France, que le nombre d'opéras et d'orchestres est bien plus élevé. Les audiences seront a priori plus élevées en Allemagne lors de la diffusion d'un opéra classique, même si ce dernier est moins connu, alors qu'en France, pour attirer ses publics vers l'opéra, la chaîne doit diffuser un grand nom, une œuvre célèbre.

Il y a des sujets ainsi : la guerre en Algérie qui intéresse les Français mais pas les Allemands...ou les Allemands qui s'intéressent plus à la Réunification que les Français...mais il y a des films sur la guerre d'Algérie qui peuvent intéresser les Allemands, donc il faut y penser.<sup>832</sup>

Vous avez des sujets qui passent très bien la frontière, notamment le cinéma ou la fiction avec des sujets universels, des castings importants. En général ceux-là marchent aussi de l'autre côté de la frontière. Il y a ensuite d'autres sujets qui sont, dans leur traitement, franco-français ou germano-allemands, et là, nous aurons plus de mal. En ce qui concerne les sujets hors de la fiction et du cinéma, l'on s'aperçoit que là aussi les grands problèmes universels ou sociétaux intéressent tout le monde. Il y a ensuite des tropismes géographiques qui font que le Maghreb, ou la Méditerranée vont intéresser plus les

---

<sup>831</sup> Démerin, Patrick. « Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ? », *Le Débat*, n° 120 (2002): 4-31. <https://doi.org/10.3917/deba.120.0004>.

<sup>832</sup> Peter Gottschalk, interview du 16 avril 2019, Strasbourg.

Français, alors que tout ce qui est Russie par exemple, ce sont les Allemands qui y sont plus sensibles.<sup>833</sup>

L'on a montré en évoquant les enjeux propres à la traduction l'impossibilité apparente d'ARTE de mener des débats en plateau, domaine dans lequel les responsables du canal paraissent avoir jeté l'éponge. Les émissions de débat, de plateau, connues aussi sous l'anglicisme *talk-show*, connaissent effectivement un succès varié, selon les pays, selon les formes que ces *talk-shows* adoptent. Ainsi, les débats culturels, littéraires, plutôt appréciés en France avec de célèbres formats tels que *On n'est pas Couché*, trouvent une véritable résonance. La télévision française s'appuie régulièrement sur ce format particulier du débat télévisé, tant lors d'émissions politiques, que littéraires, culturelles, à tendance divertissante ou sportive. Dans le cadre culturel, ce format déplaît aux Allemands, qui perçoivent ces émissions critiques et promotionnelles comme un flot de louanges inutiles, une fausse promotion, un concours d'éloquence trop long et superficiel. Les émissions type *talk-show* de nature sportive, et en particulier concernant le football enthousiasment plus les Allemands, et connaissent de bons résultats d'audience.

Ça ne fonctionne pas du tout en Allemagne. Mais les Français aiment ça [...]. On regarde des gens autour d'une table, beaux, bien habillés, un présentateur sympathique, tout le monde rigole, le tout pendant deux heures...en Allemagne on préfère *Sportstudio* et le football !<sup>834</sup>

Les *talk-shows* fonctionnent en Allemagne, plutôt dans les domaines du sport, de la politique, des actualités ou des interviews de célébrités, mais les différences de formes propres au débat sont trop éloignées des formes françaises pour qu'un tel programme franco-allemand puisse être diffusé sur ARTE, qui se caractérise en outre plus comme une chaîne du documentaire ou du cinéma. Les Français utilisent bien plus de techniques propres au *show* télévisé que les Allemands, et ce même dans le domaine pourtant sensé être le plus objectif de l'information, nous l'avons montré. L'esthétique du discours français dans le cadre de la communication interpersonnelle trouve une résonance dans le discours médiatique français, que les Allemands ont tendance à juger trop superficielle, considérant que les JT français font plus de l'information-divertissement<sup>835</sup> que de l'information pure.

---

<sup>833</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.

<sup>834</sup> Peter Gottschalk, interview du 16 avril 2019, Strasbourg.

<sup>835</sup> Plus connu sous l'anglicisme *infotainment*, qui désigne la tendance de certains médias d'information à utiliser les méthodes propres au divertissement, au spectacle pour rendre leurs contenus plus attractifs, plus ludiques, ou

Outre les *talk-shows*, deux autres volets sur lesquels la chaîne semble échouer sont l'*humour* et la question du *prime-time*.

Une autre problématique a été la question de l'humour, une façon de traiter l'humour très différente : Mais on voit dans le cinéma français à l'exportation une certaine compétence à bâtir – je ne parle pas des films d'ARTE mais en général – des objets qui sont à la fois dans une forme d'humour assez grand public et qui en même temps abordent sans être extrêmement provocateurs mais d'une manière assez simple des sujets qui pourraient être assez « limite » [...] En Allemagne, ce type de comédie grand public, on constate qu'il y en a beaucoup moins, et quand il y en a, elles ont plus de mal à s'exporter.<sup>836</sup>

L'humour, l'ironie, ou encore la parodie, genres pourtant très appréciés dans le discours médiatique, répondent à des codes culturels, des références spécifiques, et demeurent, en ce sens, profondément ancrés dans un référentiel étroit plutôt qu'international. Les frontières de l'humour semblent être franchies en même temps que les frontières de l'interculturel, tant elles dépendent des nuances en termes de communication. Les codes et les thématiques de l'humour dépendent d'un référentiel culturel, et leur transposition à l'échelle internationale n'en est que plus difficile. Il est en outre risqué de proposer un humour fondé sur des stéréotypes allemands ou français, car cela pourrait contribuer à renforcer ces stéréotypes, les clivages, et finir par tomber dans la facilité, voire le vulgaire. L'humour nécessite d'avoir des références communes, se fonde sur les histoires racontées dans l'enfance, sur des personnages très connus dans un pays et pas forcément dans l'autre, des références à des personnalités publiques connues pour leurs frasques. La tradition de l'humour, sa transmission de génération en génération tient avant tout de la transmission orale, d'où ce caractère national.

Als verbalsprachliche und auch (national-) kulturelle Dissoziation der psychologischen Lebenswelt setzen der Humor und das Lachen der interkulturellen Kommunikation einer Grenze. Zwar gibt es zwischen Sprachen und einer Sprachfamilie in ähnlichen Kulturen eine Art, ‚dialinguistisches Kontinuum‘, doch offenbaren sich in der Regel im Humor und Lachen einige der größten interkulturellen Distanzen. Der Humor und das Lachen müssen also eine andere Weise von einer Kultur in eine andere transferiert werden.<sup>837</sup>

---

encore les *talkshow* lors desquels les invités discutent d'actualités de manière informelle.

« Il s'agit d'un mot-valise composé à l'aide de l'anglais *information*, « information », et *entertainment*, « divertissement ». À cette forme, on préférera l'équivalent français *information-divertissement* ou, dans une langue plus technique, sa forme contractée *infodivertissement*. » <http://www.academie-francaise.fr/infotainment>

<sup>836</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>837</sup> « En tant que dissociation verbale et (nationale-) culturelle de l'espace de vie psychologique, l'humour et le rire ont une limite dans la communication interculturelle. Bien qu'il existe entre les langues et une famille de

Mais l'humour dispose d'un caractère universel malgré tout, des comiques de situations, dans la gestuelle, dans la tradition du théâtre par exemple. Le comique de mots, du jeu de mots, particulièrement répandu en France, reste cependant particulièrement difficile à transposer – en allemand dans notre cas. Le jeu de mot, en plus de s'ancrer dans un paradigme culturel et linguistique bien précis, repose en outre sur la polysémie, et nécessite une certaine connaissance de la langue, des références de l'*Autre*. Le jeu de mot repose en outre parfois sur la phonétique, ce qui rend l'exercice de traduction encore plus complexe. Il existe en effet une vraie tradition du jeu de mots en France, dont les origines semblent se situer au 16<sup>e</sup> siècle, avec les premières contrepèteries de Rabelais (*Pantagruel*, 1532). L'art du jeu de mot s'est ensuite répandu grâce aux écrits du poète Pierre de Montmaur (1576-1648), et ses *montmaurismes*, ainsi que ceux du Marquis de Bièvre (1747-1789) au 18<sup>e</sup>, dont l'article « Calembour » du Supplément à l'Encyclopédie (1777) parachevait sa réputation dans ce genre comique. L'art du jeu de mot est encore aujourd'hui un incontournable en France, en témoigne le journal satirique *Le Canard Enchaîné*<sup>838</sup>, fondé en 1915, dont les accroches humoristiques en lien avec son titre, « prises de bec, ou portrait d'un peuple », ou encore la rubrique « Mots Croisés » d'Alain Dag'Naud laissant la part belle à toute sorte de contrepèteries, sont connues de bien des Français, semblent particulièrement difficiles à traduire dans une autre langue.<sup>839</sup> À l'instar d'expressions idiomatique, traduire le jeu de mots, le comique en général, demeure très complexe, en témoignent les écrits de Ladmiral et Lipiansky<sup>840</sup>, qui s'appuient sur la notion du « Trad'rrire » pour l'explorer. Il est ainsi particulièrement épineux de transposer linguistiquement l'humour, puisqu'il se « produit là une sorte de dissociation linguistique [...] (et) psychologique »<sup>841</sup>, qu'il s'ancre dans un paradigme socioculturel difficilement transposable.

Der Humor und das Lachen müssen also auf eine andere Weise von einer Kultur in eine andere transferiert werden. [...] Das Alltagsmagazin „Confetti“ bewältigte diesen Transfer-Prozeß dank seiner multilingualen Moderation und seiner verspielten

---

langue dans des cultures similaires, une sorte de « continuum dialinguistique », les plus grandes distances interculturelles généralement relevées sont l'humour et le rire. L'humour et le rire doivent donc être transférés d'une autre manière d'une culture à l'autre. » dans Hahn, Oliver. *ARTE, der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*, 1997, page 393.

<sup>838</sup> Le choix du terme de *canard*, qui signifie aussi « journal », en dit long sur l'approche satirique de ce qui est à l'heure d'aujourd'hui une véritable institution pour les Français. Tout en demeurant sérieux, les articles du journal sont ainsi conçus autour de jeux de mots, de calembours, de caricatures. Le journal ne manque pas de révéler toute sorte de scandales, de fraudes, de conflits d'intérêt etc.

<sup>839</sup> Voir à ce sujet notamment l'article de Popineau, Joëlle. « Traduire les jeux de mots et calembours de journaux satiriques – *Le Canard enchaîné et Private Eye* », *Traduire*, 232 | 2015, 41-55.

<sup>840</sup> Ladmiral, Jean-René, et Edmond Marc, Lipiansky. *La communication interculturelle*. 4e édition. Traductologiques 5. Paris: Les Belles lettres, 2015.

<sup>841</sup> Idem. p.70.

graphischen Gestaltung einzigartig und erlaubte den Rezipienten unterschiedlicher (sprach-) kultureller Herkunft, auch über andere Kulturen – freilich mit ethnologischem Wohlwollen – lachen zu können und zu dürfen.<sup>842</sup>

L'humour semble cependant aujourd'hui être en mesure de dépasser les frontières grâce à l'extension des moyens de communication, les plateformes web, et autres réseaux sociaux, qui contribuent à simplifier l'accès aux ressources et informations mondiales, et donc à étendre les références, à les rendre de plus en plus communes. ARTE pourrait de ce fait se permettre de s'aventurer dans le champ de l'humour, sans pour autant succomber au divertissement léger et en conservant ses fonctions didactiques, culturelles et qualitatives, nous y reviendrons dans notre partie consacrée aux bilans et perspectives.

Concernant le *prime-time*, qui désigne le créneau horaire pouvant potentiellement rassembler le plus de téléspectateurs, et donc la tranche horaire offrant des possibilités de pics d'audience plus accrue que les autres, ce dernier est très dépendant des habitudes de vie des publics. Il est donc tout à fait cohérent de constater que les *prime-time* français et allemand diffèrent. Les Français quittent leur domicile plus tard pour se rendre sur leur lieu de travail, et rendre donc chez-eux plus tardivement. Les Allemands, habitués dès leur plus jeune âge – système scolaire oblige – à retrouver leur domicile tôt, se rendent puis quittent leur lieu de travail plus tôt. Ces derniers mangent plus tôt, se couchent plus tôt. Le *prime-time* allemand est donc légèrement avancé par rapport au *prime-time* français.

C'est une forme qui tâche de surmonter les questions de l'interculturalité qui se posaient à ARTE justement, une question plus technique qui est celle de l'horaire du prime-time.

Évidemment, pour plusieurs raisons, à commencer par celle du fuseau horaire et de la marche du soleil, les Allemands arrivent plus tôt au boulot, et en partent plus tôt, donc le prime-time est plus tôt. Une bonne demi-heure, voire 45 minutes plus tôt. Et donc pour d'autres raisons qui sont autant culturelles qu'autour de l'organisation de la télévision, il est fixe, à 20h15 précises, alors qu'en France, si on regarde l'histoire du prime-time

---

<sup>842</sup> « L'humour et le rire doivent donc être transférés d'une culture à l'autre par un autre moyen. Le magazine *Confetti* a surmonté ce processus de transfert de manière unique grâce à sa modération multilingue et sa conception graphique ludique et a permis à ses destinataires d'origines culturelles et linguistiques différentes de rires – avec toutefois une certaine bienveillance ethnologique – d'autres cultures. » Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. München: Verlag Reinhard Fischer, 1997, p. 392.

depuis une trentaine d'années, d'abord il est différent entre les chaînes, et il change en permanence [...] <sup>843</sup>

À ce sujet, ARTE ne semble pas pouvoir trouver de solution, puisque la diffusion n'est plus simultanée d'un pays à l'autre lors du créneau fatidique du *prime-time*. L'interculturel télévisuel semble dans ce domaine précis atteindre ses limites.

Outre ces questions d'ordre culturel, les programmeurs d'ARTE se livrent à une bataille d'envergure, celle des intérêts de chacun des deux pays. La France se profile comme nation créatrice, promotrice de qualité et de culture, mais demeure très pariso-centrée. L'Allemagne propose elle aussi des contenus qualitatifs, mais l'ARD et la ZDF recyclent leurs programmes, se servent d'ARTE comme plateforme de pré-diffusion, et proposent des contenus correspondant parfois de manière très incomplète, légère, aux attentes éditoriales, suffisamment pour éviter d'être rejetés en Conférence des Programmes, mais correspondant surtout aux lignes éditoriales des chaînes finançant ARTE, ce qui contribue en partie à déséquilibrer l'apport en programme, notamment en termes de qualité et de nature européenne ou culturelle, entre France et Allemagne.

L'idée pour simplifier c'est qu'ils se servent de l'argent d'ARTE pour combler leur budget, c'est le reproche que l'on entend en effet. Là on devient très irritables mais c'est aussi tout un jeu, auquel je ne participe pas à mon échelle, et tant mieux, cela ne m'intéresse pas. Ils ont parfois des grands projets qui n'ont rien à voir avec ARTE, qui ne sont pas dans notre ligne éditoriale, notre cadre, et ils mettent un petit quelque chose pour nous contenter, pour avoir *den ARTE Zuschlag* <sup>844</sup>, qui sont parfois des sommes conséquentes pour produire leurs films. Il y a cette façon de se servir de la caisse d'ARTE pour faire leur projet. Et qu'il soit diffusé avant chez nous...que ça ne rentre pas dans notre ligne...ils s'en fichent un peu...c'est vrai qu'ils pensent à leur chaîne d'abord. <sup>845</sup>

Ces différences, ces problématiques, sont l'essence même de la chaîne, dont le défi permanent reste la rencontre des cultures.

Quand on s'adresse à des objets qui sont à la fois français et allemands, parfois plus franco-français, parfois plus germano-allemands, cette différence peut être encore plus intéressante et être un défi à surmonter : des différences qui tiennent au mode de récit, notamment dans le documentaire, dans l'importance de la voix-off dans le documentaire

---

<sup>843</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>844</sup> La « taxe » ARTE, l'argent distribué par ARTE GEIE.

<sup>845</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.



allemand alors qu'elle est plus réduite dans le documentaire français. Vous avez des différences dans le champ de la fiction, dans la structure même de la fiction. Le casting des coproductions d'ARTE est en plus fait d'acteurs qui ont une carrière internationale parfois réduite, et sont donc moins connus dans l'autre pays.<sup>846</sup>

On se pose en effet souvent la question des sujets trop franco-français ou germano-allemands. [...] Les chaînes en Allemagne font les programmes pour elles, mais il y a des chargés de programmes, des *ARTE-Beaufragten*, qui connaissent les attentes d'ARTE. Pour expliquer aux producteurs ce que souhaite ARTE, j'ai inventé deux figures : Aux Allemands je dis : il faut que votre film soit regardé par mon chauffeur de taxi à Marseille, et partons du principe que ses parents viennent du Maghreb, qu'il a une éducation musulmane, votre sujet doit l'intéresser aussi dans la narration. Aux Français je dis : Ma grand-mère est à Frankfurt-an-der-Oder, près de la Pologne. Elle qui n'a pas été au lycée, qui a eu une éducation communiste, il faut qu'elle puisse regarder votre film. [...]

Mais c'est quelque chose qui est régulièrement discuté, et il y a des sujets qui sont quasi, *von sich aus*, franco-allemands : un film que l'on avait sur la *Reichsuniversität* de Strasbourg, de 1940-41 jusqu'à 44, est un sujet franco-allemand, parce que c'est pendant l'occupation de la France par les Allemands, que Strasbourg est alors en Allemagne. Mais même là vous pourriez le raconter dans une manière trop germano-allemande ou franco-française. C'est à nos collègues dans les unités de la chaîne d'expliquer au producteur comment faire cela. Cette expression, « franco-français », « germano-allemand », est toujours mentionnée dans les réunions.<sup>847</sup>

Certains sujets sont ainsi par nature internationaux, pendant que d'autres méritent une vraie réflexion sur leur potentielle adaptation, leurs points d'attache avec des éléments plus larges, Européens. Pour constituer son discours, ARTE doit toujours proposer des contenus comprenant des références culturelles à la portée de chacun. Traiter un sujet avec un *regard croisé* permet d'élargir les angles d'approche du sujet, de traitement de l'information ou de la diffusion d'éléments culturels, et permet aux programmes de s'intégrer dans un environnement plus large que simplement franco-allemand.

Désormais relevé l'ensemble des problématiques inhérentes à la rencontre de deux cultures télévisuelles, et donc les problématiques inhérentes à la constitution d'un discours interculturel, nous pouvons nous intéresser aux solutions mises en place par la chaîne,

---

<sup>846</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>847</sup> Peter Gottschalk, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

solutions évoquées lors d'interviews ainsi qu'à l'aide d'une analyse globale de la programmation.

## **2) ARTE, un discours médiatique hybride ? Analyse globale de la programmation, grille et ligne éditoriale.**

L'aspect interculturel de la programmation tient selon nos définitions à deux grandes variables : la *transculturalité* des contenus, issus d'un maximum de partenaires européens, proposant un décryptage de l'information internationale avec un *regard croisé*<sup>848</sup>, un mélange des esthétiques, le souhait profond de faire connaître et se reconnaître les cultures, en prônant une acception large de la définition culturelle, qui serait fondée sur la représentation des traditions et sociétés, de rendre tant accessibles les œuvres d'art que les grandes questions sociales. La seconde variable est *l'ouverture sur l'Autre*, être non seulement une chaîne de diffusion et de création mais aussi une chaîne médiatrice et citoyenne. Afin de s'ancrer dans cet univers médiateur et citoyen, plusieurs paramètres doivent être respectés, notamment des fonctions pédagogiques que nous décrirons en fin de chapitre. Être une chaîne culturelle de diffusion européenne, c'est être en mesure de remplir l'ensemble de ces fonctions.

Quelle ligne éditoriale est donc imposée aux partenaires européens d'ARTE ? Outre ces questions d'achats de programmes, celles inhérentes à la production interne des programmes demeurent centrales. Si la chaîne fonctionne en partie via les achats et préachats, ainsi que les coproductions, elle conçoit aussi ses propres formats. Les concepteurs effacent-ils, réduisent-ils les particularismes liés à leur identité culturelle pour proposer des contenus européens ? En quelle mesure sont conservées les composantes culturelles nationales des programmes d'origine ? Comment sont pensés les programmes afin de n'être pas trop ancrés dans un unique territoire, tout en étant représentatifs de leur culture d'origine ?

ARTE est une structure dont les acteurs coopèrent avec des cultures différentes, des institutions culturelles différentes, pour et dans des espaces publics différents. La grille des programmes semble cependant unifiée, équilibrée et harmonieuse. La chaîne franco-allemande parvient-elle à esquisser les contours d'un public européen ? Notre étude globale de la programmation et de la ligne éditoriale nous a conduit, nous allons le voir, à des conclusions parfois réservées à ce sujet. Si la programmation d'ARTE est gage de qualité, sa grille demeure hétérogène, nous allons le montrer.

---

<sup>848</sup> Terme repris des écrits d'Oliver Hahn, *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*, 1997.

Wenn es zu einem Thema in Deutschland und Frankreich unterschiedlich, möglicherweise gegensätzliche Auffassungen gibt, ist es gerade Aufgabe des ARTE-Programms, die Unterschiede und Gegensätze darzustellen, zu erläutern, um dadurch zu ihrem Verständnis und vielleicht sogar zu ihrer allmählichen Überwindung beizutragen.<sup>849</sup>

Les concepteurs du programme d'ARTE ont ainsi la lourde tâche de voguer entre *accessibilité* et *qualité*, entre mise à l'écran de la *diversité* et éveil d'un sentiment d'*unité* de ses publics, quelle que soit leur nationalité.

Alors que notre partie précédente met en exergue nombre d'éléments de différenciation des méthodes journalistiques, des méthodes de construction du discours télévisuel, la chaîne culturelle européenne se doit de proposer un programme finalisé similaire – outre l'adaptation linguistique – en France comme en Allemagne. Les contenus doivent donc être pensés selon une ligne éditoriale prédéfinie, à laquelle nous avons consacré une analyse précise. Le succès d'un format semble résider, outre un certain taux d'audience, dans le fait que les publics ne puissent percevoir l'origine du produit finalisé, française ou allemande, et même européenne ou mondiale dans le cas d'achats ou de coproductions.

La nature même de la chaîne, culturelle et en grande partie tournée vers la fiction et le documentaire, semble tout de même faciliter l'exportation de ses contenus à l'international.

La chance que l'on a avec ARTE et notamment à l'unité culture, c'est que l'on travaille autour de grands artistes, et je crois à l'universalité de l'art. Je pense profondément que la culture parle à tous et rapproche.<sup>850</sup>

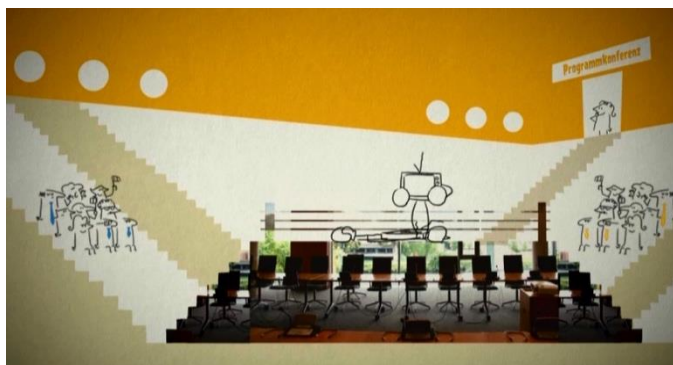
Le champ culturel bénéficie de l'avantage de pouvoir s'élargir, la culture rapproche les peuples, constitue un héritage commun. Dans chacun des contenus pensés pour être diffusés sur ARTE, des éléments de rapprochement peuvent être trouvés, les angles d'analyse, d'approche, sont pensés afin de convenir au public le plus large, et d'éviter de proposer un programme trop ancré dans son paradigme d'origine. La constitution de la grille des programmes fait ainsi l'objet de vives discussions lors de la Conférence des Programmes.

---

<sup>849</sup> « Chaque fois qu'il existe, à propos d'un sujet, des points de vue différents voire contradictoire en France et en Allemagne, c'est précisément la tâche des programmes d'ARTE de présenter et d'expliquer ces différences et contrastes afin de contribuer à leur compréhension, et peut être même de les surmonter progressivement. » dans Schwarzkopf, Dietrich. « ARTE – Der deutsch-französische Kulturkanal und seine Perspektive als europäisches Programm“ In *Media Perspektiven*, Nr 5, 1992, p.295, cité depuis Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. München: Verlag Reinhard Fischer, 1997, page 366.

<sup>850</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

C'est un grand sujet ! C'est un rituel, c'est la grande messe, c'est le lieu où chaque mois les confrontations ont lieu, tout simplement parce que là, on est dans le concret. Est-ce qu'on prend ce programme ou pas ? Est-ce qu'il correspond à la ligne éditoriale, pas trop germano-allemand, pas trop franco-français, est ce que les Allemands, les Français vont comprendre ?<sup>851</sup>



852

Les contenus devant être les mêmes, comment proposer à deux publics si différents un programme commun leur convenant ? Quelques réponses figurent dans la ligne éditoriale, en particulier celle publiée pour l'année 2019, qui évoque une politique certaine d'accessibilité, aussi bien l'accessibilité technique et technologique, que l'accessibilité intellectuelle, en poursuivant un modèle qualitatif, mais à la portée de tous, ainsi qu'une accessibilité pensée tant pour les publics allemands que français.

Plus le sujet est difficile, plus la forme doit être accessible. L'expérience prouve que le traitement des sujets doit être d'autant plus accessible que les sujets sont d'un abord difficile à l'un des deux ou aux deux publics. Le projet du programme devra alors rappeler à la Conférence des Programmes comment le traitement du programme permettra au téléspectateur de surmonter cette difficulté (commentaire, introduction du programme, choix des images, etc...).<sup>853</sup>

Il faut veiller en permanence à l'autre public. Chaque programme d'ARTE s'adresse aux publics germanophones et francophones d'Europe. Il faut donc veiller pour chaque programme que les publics non nationaux ne soient pas perdus par une accumulation d'allusions, de connaissances requises, de noms inconnus.<sup>854</sup>

Dès la ligne éditoriale, et dès l'entrée d'un nouveau contenu, celui-ci a été conçu pour ARTE, et ainsi selon ces instructions. Un sujet « national » peut tout de même être traité sur ARTE, à condition donc qu'il contienne suffisamment de références annexes, de commentaires, afin

<sup>851</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

<sup>852</sup> La Conférence des Programmes, *Programmkonferenz*, vue par Karambolage, Impression d'écran « Les 20 ans d'ARTE vus par Karambolage » ARTE Editions, 2013.

<sup>853</sup> Charte d'accessibilité d'ARTE, alinéa 3, publiée dans la les lignes éditoriales de 2019.

<sup>854</sup> Charte d'accessibilité d'ARTE, alinéa 5, publiée dans la les lignes éditoriales de 2019.

d'être lisible pour l'*Autre*. Un sujet un peu trop ancré dans un territoire peut tout de même disposer d'un certain potentiel de transférabilité, que les programmeurs d'ARTE tâchent d'exploiter.

Notre mission est de faire découvrir de chaque côté du Rhin la culture de l'autre. Théoriquement, recevoir un sujet complètement franco-français, cela ne devrait pas arriver, tout le monde sait que nous sommes une chaîne franco-allemande, qu'il y a donc une attention à porter à l'autre public. [...] Lorsque ce genre de problématique arrive, mais qu'à la lecture de l'exposé du programme l'on trouve le sujet intéressant, l'on se dit qu'il serait bien de pouvoir introduire des éléments qui parlent à l'autre pays [...] On fera en sorte de montrer que le sujet est une pépite, et d'arriver à faire comprendre à l'autre public qu'il passerait vraiment à côté de quelque chose s'il ne rencontrait pas cette personnalité ou ce phénomène extrêmement marquant.<sup>855</sup>

L'engagement d'ARTE envers la curiosité et le désir de transfert culturel, de participation à une meilleure connaissance de la culture de l'*Autre* fait finalement figure de solution lorsqu'un programme demeure trop enraciné dans ses références propres. ARTE peut se permettre de bousculer les habitudes de ses publics.

Après nous faisons aussi un peu de volontarisme, parce que, quand il s'agit d'un sujet où nous pensons que c'est vraiment important que l'autre pays le découvre – car c'est notre rôle d'être ainsi dans la médiation – quand nous avons l'impression qu'un sujet est très bien traité, ou d'une manière différente, que les Allemands connaissent différemment, un bien nous allons « forcer » un peu, et parfois, ça marche !<sup>856</sup>

Johnny Halliday, plus que connu en France, et pas du tout en Allemagne [...] est tellement connu en France qu'ARTE a quand même fait un hommage en diffusant des concerts et documentaires, donc les Allemands l'ont vu et ont peut être découvert une personnalité de la culture populaire française, mais parfois il y a des discussions à ce sujet, quand la personne est un peu moins connue, ou que la culture est plus élitiste, là la Conférence des Programmes hésite...fait-on vraiment quelque chose parce qu'on est dans le franco-allemand, et que dans ce cas-là c'est très spécifique, ou très national...et au niveau des audiences cela se ressent...<sup>857</sup>

La chaîne culturelle européenne est de surcroît connue et reconnue comme étant une chaîne européenne, culturelle, qualitative. Les publics, en choisissant de la regarder, sont préparés

---

<sup>855</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>856</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.

<sup>857</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

intellectuellement à recevoir des contenus proposant une autre façon de regarder la télévision, et non une activité passive telle que celle prêtée fréquemment à l'audiovisuel. Alors que la question de définition de la culture ne semble plus être un problème chez ARTE, des différences d'appétences de la part des publics demeurent. Comment se positionne ARTE ? Fait-elle l'impasse sur des sujets trop complexes pour l'*Autre* ? Lorsqu'un sujet est plus à même d'intéresser les publics français qu'allemands, ou inversement, comment éveiller la curiosité ?

C'est un travail linguistique mais aussi éditorial. Nous travaillons main dans la main avec les chargés de programme, pour les sensibiliser à ces aspects. Si un sujet est de facture trop allemande ou trop française, il sera difficile de susciter l'intérêt de l'autre public. Dès la préparation des teasers, il est possible de travailler sur la langue pour toucher le public.<sup>858</sup>

Les programmeurs d'ARTE sont en charge de trouver le juste équilibre entre des contenus inédits, pédagogique, renseignant sur les cultures voisines, et des références, une contextualisation permettant de saisir au mieux l'ensemble de ces données, parfois éloignées des habitudes et connaissances de l'autre public.

Nous travaillons beaucoup sur le traitement. Pour trouver un point d'accroche qui évoque quelque chose à l'autre pays.<sup>859</sup>

[...] à l'entrée, au moment de la commande, [...] vérifier que les programmes [...] valent pour les deux pays, et peut être corriger l'éditorial au départ. On a ici les Conférences des Programmes pendant lesquelles on analyse les projets de programmes. Dans un monde idéal il vaut mieux éviter d'accepter les programmes qui ne marchent que dans un des deux pays, et parfois on refuse car c'est trop spécifique à un des deux pays. Mais ce n'est pas toujours faisable non plus, car plus vous êtes abstraits, et plus vous êtes européen, moins vous touchez localement, il faut avoir une bonne mesure entre les deux.<sup>860</sup>

Si un programme est retenu, mais que ce dernier contient quelques références nécessitant une contextualisation, un commentaire, celui-ci sera présent dans la version linguistique correspondante ; l'idéal étant cependant que cet ajustement ait été pensé dès la phase de rédaction du programme, tel que le préconise la ligne éditoriale. Une fois encore, ARTE doit jouer dans la juste mesure, un programme ne peut être rédigé pour un pays uniquement, et

---

<sup>858</sup> Nicolas Beckers, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg. *Teaser* : anglicisme : outil de communication ; désigne une publicité, une bande-annonce, le but étant d'éveiller la curiosité des spectateurs.

<sup>859</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>860</sup> Emmanuel Tourpe, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

contenir une abondance de commentaires, de notices explicatives, qui rendraient le contenu très lourd pour l'autre public.

[...] contextualiser un peu plus, ce qu'il n'aurait pas forcément fait s'il s'adressait au seul public allemand. C'est assez évident sur des questions d'histoire et de géographie, mais il y a des choses qui sont plus difficiles, parce que plus liées au mode de fonctionnement des sociétés [...] Des questions de déficit public, des questions économiques, nécessitent une approche un peu différente. En même temps cela peut être un piège aussi parce qu'on ne va pas mettre – cela ferait des documentaires et des films assez embêtants – dans les cinq premières minutes une espèce d'introduction pédagogique au service du public non spécialiste. Il faut pouvoir avoir le talent de le glisser dans le commentaire ou dans des éléments de montage. Mais cette question ne se pose pas en fiction ni dans le spectacle.<sup>861</sup>

Selon les sujets et formats, l'adaptation est, de fait, plus ou moins aisée. Les formats documentaires par exemple, répondent à une stratégie d'accessibilité et de fidélisation, ainsi que de qualité et d'innovation, et ce qu'ils s'ancrent tant dans des thématiques sociétales, culturelles que géopolitiques, historiques ou scientifiques. Outre une grande clarté du contenu, qui se doit d'être pensé tant pour les Français que les Allemands, les documentaires achetés ou coproduits par ARTE doivent disposer d'une narration tout aussi claire, offrant une certaine facilité d'accès sans pour autant en altérer la qualité. La ligne éditoriale exige une narration efficace et rythmée, et prône ainsi l'universalité de ses contenus grâce à cette écriture spécifique, une « accroche et une dramaturgie qui tiennent le téléspectateur en haleine, ainsi qu'une conclusion claire et percutante »<sup>862</sup>, pensée aussi pour les non spécialistes. La problématique de l'adaptation dépasse, nous l'avons vu, largement, l'unique question linguistique.

La ligne éditoriale publiée pour l'année 2019 indique très nettement sa volonté de retenir des programmes dont le regard, l'angle reste franco-allemand, tel que précisé à titre d'exemple au sujet du magazine ARTE Reportage, dont la ligne éditoriale impose un « double regard » qui, « au-delà de la symbolique artésienne, permet d'éviter des traitements franco-français ou germano-allemands, trop souvent observés sur les chaînes nationales des deux pays. »<sup>863</sup> D'autre part, la ligne éditoriale fixe les attentes de la chaîne en termes de qualité. ARTE ne se profile effectivement pas uniquement comme chaîne franco-allemande ou européenne, mais bien comme chaîne culturelle, dont la mission principale reste la *(re)valorisation de la*

---

<sup>861</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>862</sup> Ligne éditoriale 2019.

<sup>863</sup> Ligne éditoriale 2019.

*télévision comme outil de médiation, comme outil de transfert de biens culturels.* Sa ligne éditoriale est donc pensée de sorte de proposer des contenus qualitatifs, et culturels, dans l'acceptation large de la culture, soient tant les beaux-arts, que les rites et traditions, les grandes questions sociétales, la culture *pop* et contemporaine, l'information, l'histoire et la géopolitique. La grande richesse de ses contenus est largement palpable via l'étude de cette ligne éditoriale, ainsi que de ses rapports d'activité annuels. Les lignes éditoriales d'ARTE sont pensées afin d'attirer un large public, et dans une politique de fidélisation de ses publics, sans que la qualité n'en pâtisse. Pour constituer la grille, la Conférence des Programmes doit ainsi jongler entre ces trois grandes obligations que sont l'Europe, la Culture, l'accessibilité, le dernier point intégrant des notions de concurrence, de fidélisation, et d'innovation sur lesquels nous reviendrons.

Le fait que les unités de programmations soient constituées en tandems franco-allemands facilite en outre la réflexion quant à la portée européenne du programme et sa lisibilité. Les programmes conçus par ARTE proviennent des pôles nationaux français et allemands, ainsi que des partenaires européens, tous au fait des attentes et impératifs de la ligne éditoriale. Il existe ainsi de réels élans de collaboration rédactionnelle entre les productions françaises et allemandes. Cependant, les programmes élaborés spécifiquement pour ARTE tels que *Metropolis*, *Xenius*, *Karambolage*, *Philosophie*, *Tracks* ou encore le *28 Minutes* ne sont pas nécessairement conçus en tandem. À l'heure actuelle, seuls les magazines *Karambolage* et *Tracks* sont de nature franco-allemande. *Karambolage* est par ailleurs tout de même créé en France uniquement, mais par une rédaction franco-allemande, à l'instar du Journal d'Information, alors que *Tracks* est conçue par deux pôles de production, l'un français, l'autre allemand, coordonné ensuite à Strasbourg. La ligne éditoriale imposée par ARTE doit permettre aux programmes de se fondre dans une perspective plus large que celle de leur origine de production. Ainsi, un programme conçu par une entreprise de production française est largement en mesure de plaire aux Allemands, et inversement.

Le travail esthétique et éditorial permet aux programmes de ne pas être porteurs de valeurs et de normes nationales uniquement. Le magazine *Metropolis* était à l'origine produit tant par la France que par l'Allemagne, et bénéficiait d'une rédaction commune afin de s'ancrer au mieux dans un paradigme franco-allemand, ce qui peut expliquer qu'à l'heure actuelle, bien qu'il ne soit fourni plus que par la partie allemande, ce dernier ait conservé une esthétique et une narration franco-allemande, interculturelle, qui lui assure une bonne réception tant d'un côté que de l'autre du Rhin.



D'autres formats semblent bien moins disposer de cette *double nature* interculturelle et porteuse d'un message, d'un discours transculturel important, nous le décrirons après avoir analysé la grille de manière globale. S'il est difficile de percevoir, en regardant les programmes d'ARTE, lesquels sont produits par la France ou par l'Allemagne, et que cela témoigne d'une belle réussite en termes de production d'un discours d'interculturalité télévisuelle, le fait que les productions française et allemande travaillent de manière coordonnée certes, mais non à l'aide de rédactions franco-allemandes ne situe-t-il pas ces programmes dans un modèle de *collage* et non d'*hybridation* ? Notre analyse globale de la programmation a été menée en ce sens, afin de vérifier si les solutions établies par les programmeurs de la chaîne, de manière pragmatique, parfois inconsciente, actent comme nous avons pu le constater lors de notre étude de terrain – strate du dialogue – de la constitution d'une troisième voie, d'une mutualisation des compétences, d'un mélange des genres, montrant à quel point les *malentendus* peuvent se montrer *productifs*, et caractérisant la constitution d'un *langage audiovisuel transculturel*, un *discours télévisuel interculturel*.

**a) La grande flexibilité de la programmation, un écho aux compétences interculturelles ?**

Nous procédons ici à un compte rendu analytique des grandes mutations de la programmation de la chaîne, marquée avant tout par l'extension certes progressive, mais relativement rapide de son temps d'antenne, désormais continu. Ce portrait de l'évolution d'ARTE a pour fin de vérifier notre hypothèse de recherche, selon laquelle *les médias seraient en mesure de participer à la formation interculturelle*, en nous focalisant dans un premier temps sur la teneur en interculturalité de ses contenus, et en mettant en exergue les capacités d'adaptation de la chaîne afin de convenir à un public le plus large possible, tout en conservant des productions de qualité. L'exploration de cette évolution programmatique nous permettra en outre de mieux saisir dans quel environnement global s'ancrent les émissions et formats auxquels nous accordons ensuite une analyse ciblée.

Les programmes d'ARTE répondent à trois grandes directives que sont leur indépendance, leur pluralisme et leur équilibre. Les premières diffusions et œuvres d'origine européennes sont privilégiées, et la chaîne cherche à faire rayonner la diversité culturelle européenne en l'intégrant pleinement à sa programmation. La compréhension culturelle transnationale passe ainsi par un regard expert franco-allemand sur l'Europe et le Monde. La compréhension interculturelle entre les peuples, que souhaitent mettre à l'écran les collaborateurs de la chaîne

européenne, est palpable dans ces programmes combinant plusieurs cultures. Les grandes évolutions techniques et technologiques ont offert à ARTE un élargissement de sa plage de diffusion, pour devenir une chaîne autonome à diffusion 24h/24. Dans sa ligne éditoriale publiée pour l'année 2019, l'accent est mis sur les notions d'accessibilité, d'élargissement du public, de fidélisation, puis d'innovation, grâce au numérique notamment. En souhaitant ainsi élargir son public, ARTE fait-elle l'impasse sur le culturel et le qualitatif, pourtant à l'origine de sa création ? Souvent considérée comme chaîne de l'élite, ARTE souffre-t-elle de cette image qualitative ? En quelle mesure poursuit-elle sa mission de rapprochement des peuples, comment a évolué la programmation au fur et à mesure que son temps d'antenne s'est élargi ? ARTE est-elle toujours aussi culturelle ? Quels sont ses nouveaux objectifs ? En quelle mesure le site est-il complémentaire de l'offre télévisuelle ?

Il y a maintenant plus de vingt-cinq ans, ARTE commençait à diffuser à destination de deux pays simultanément, une véritable révolution dans le paysage audiovisuel européen. Le fort engagement d'ARTE dans la *production* et la *création* audiovisuelle allait être l'une des lignes directrices de ses stratégies de programmation. L'élargissement progressif du temps d'antenne a eu pour conséquence directe, nous allons le montrer, de nombreuses modifications éditoriales ainsi que la création de nouvelles émissions, dans l'optique notamment de diminuer le pourcentage de rediffusions et d'élargir l'offre culturelle. L'analyse générale des temps forts et des mutations de la programmation nous a permis d'évaluer à quel point ses concepteurs accordent de l'importance à la diffusion et l'échange de biens culturels, si la nature de la programmation est plus européenne ou franco-allemande, et si la modernisation des supports et contenus ont conduit à un appauvrissement de l'offre culturelle ou non.

Comme nous avons pu le constater, les programmeurs d'ARTE ont dû composer, s'adapter selon différentes problématiques inhérentes au caractère binational et donc pluriculturel de leur entreprise télévisuelle. Une réflexion sur l'*Autre*, une adaptation permanente, encore d'actualité. Les télévisions françaises et allemandes se montrent notamment très nuancées en termes d'esthétique / *Ästhetik* et d'habitudes télévisuelles / *Sehgewohnheiten*. La grille des programmes s'est donc constituée, nous allons le montrer, de manière très évolutive et réfléchie, dans une tradition d'*expérimentation*, comprenant des retours en arrière, des *déprogrammations*.

Nous n'avons jamais réussi à faire une émission commune humoristique, les Français et les Allemands ne rident pas de la même chose, les codes ne sont pas les mêmes. [...] Pour les fictions, les fictions allemandes et françaises restent elles aussi bien séparées. Faire des fictions communes, nous n'avons pas toujours réussi. C'est dans toutes les émissions documentaires et magazines, qu'il y a eu le plus grand champ d'expérimentation commune. »<sup>864</sup>

ARTE a pu jouir de son statut d'expérimentation, et a de fait mis à l'antenne des programmes qu'elle a conservés ou non, selon leur impact et leur pertinence. Son statut expérimental, et de chaîne de la curiosité lui permet d'assumer une esthétique différente de celle des chaînes de télévision nationales. La programmation d'ARTE subit des contraintes de taille, contraintes qui, semble-t-il, ont été dépassées au fil des ans, par le biais d'une philosophie de programmation, une ligne éditoriale bien particulière.

### ***ARTE, une « Programmphilosophie » singulière.***

Les contenus présentés à l'antenne sont le résultat d'une longue phase préparatoire, ponctuée de négociations, d'études préalables, d'un long travail de production, englobant gestion, technique puis communication. La politique de grande transparence de la chaîne nous a permis d'accéder facilement à ses rapports annuels de 1999 à 2014, mis à disposition sur leur site web. Leur étude met en lumière les grandes stratégies de la chaîne et ses mutations.

Si le projet de télévision culturelle et européenne fut nous l'avons déjà montré – sur le principe – soutenu par des politiques, hommes et femmes de culture et personnel de l'audiovisuel, son lancement le 30 mai 1992 généra des répliques très partagées dans la presse. L'article de Daniel Psenny<sup>865</sup> dépeint avec précision les acerbes critiques qu'a pu connaître la chaîne, notamment à propos de sa grille. Le journaliste y fait état d'un contenu peu attrayant.

Ainsi, les quelques téléspectateurs présents devant Arte [...] ont pu voir un documentaire consacré à 'la malédiction du pharaon et ses vraies causes', suivi d'une 'Thema' sur Saint-Petersbourg et plusieurs débats sans fin d'où se dégageait un terrible ennui.

---

<sup>864</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

<sup>865</sup> « Le 30 mai 1992 : Arte emménage dans le PAF ».

La chaîne fut accueillie de manière tout aussi dépréciative par quelques professionnels de l'audiovisuel à l'image de Bernard Pivot, alors animateur d'*Apostrophe* ou encore Hervé Bourges, PDG d'A2 et FR3.

Il y a eu énormément de réticences de l'ARD et de la ZDF. Du côté français, j'ai eu contre moi M. Bourges, TF1, France Télévision... Tout le monde était contre et c'était difficile. Parce que ça coûtait cher, parce que c'était trop compliqué. Outre la question de la pérennité, ça coûtait évidemment de l'argent.<sup>866</sup>

ARTE se présentait alors comme « généraliste et non élitiste ». Les Allemands avaient réussi à convaincre la partie française de mettre en place un journal d'information.

[...] l'information fait partie de la culture aussi, et de la médiation. Nous ne sommes surtout pas une chaîne culturelle au sens étroit du terme. Nous avons beaucoup de sujets de société, beaucoup de sujets de découverte.<sup>867</sup>

Ainsi, s'il est difficile de renier l'ADN intellectuel de la chaîne, consécutif de son passé franco-français et culturel avec La SEPT, la chaîne faisait ainsi en sorte d'atténuer l'apport en culture dite « savante », jugée par la partie allemande comme guindée et rigoriste, grâce à cet angle de l'information, du social.

Être difficiles d'accès c'est un reproche que l'on nous fait régulièrement, si on nous comparait à un magasin, nous serions ce genre de magasin de luxe dans lequel on n'ose pas entrer [...] Dans une certaine cible nous sommes présents, mais dans le grand public nous n'y arrivons pas. Nous avons tout de même développé une image de marque très forte, dans les deux pays, sauf que, comme un produit de luxe, on est fier de le posséder, mais on ne va pas forcément s'en servir...une sorte de signe extérieur de richesse intellectuelle...<sup>868</sup>

Outre le respect du caractère culturel et diversifié de la programmation, la difficulté consistait à donner à voir aux publics des contenus jusqu'alors relativement absents des programmes communs à succès. Dans la continuité de La Sept, et dans une manœuvre de fidélisation du public français, ARTE allait poursuivre sa programmation dite *thématique*, grande innovation de La Sept dans le PAF, en mettant l'accent sur les documentaires et l'information européenne. Afin de répondre à sa vocation, ARTE allait créer un magazine traitant de la musique, *Megamix*, des arts avec *Palettes*, de la géopolitique avec *Le Dessous des Cartes*, ou

---

<sup>866</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

<sup>867</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.

<sup>868</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.

encore de l'histoire avec *Histoire Parallèle*, cette dernière étant particulièrement représentative des missions de la chaîne puisqu'elle offrait une véritable confrontation des points de vue en plateau, en la présence de spécialistes français et allemands.<sup>869</sup>

Lorsque nous avons lancé *Histoire Parallèle*, qui a duré tout de même six ans, il y avait des historiens français, allemands, des personnalités qui venaient, qui discutaient, cela avait une vraie influence. [...] *Histoire Parallèle* reste selon moi fondamentale, après cette confrontation brutale et guerrière entre deux pays, nous mettions face à face la vision que chacun en avait dans les journaux de l'époque avec des dialogues entre deux experts. Le format a duré plus de six ans et ça a été vraiment essentiel.<sup>870</sup>

En ce sens, ARTE a ainsi participé à ***dynamiser le dialogue franco-allemand***, à ***rapprocher*** les deux peuples autour de discussions communes, en le mettant de surcroît concrètement à l'écran, en produisant donc un ***discours de valorisation*** de la rencontre interculturelle. Les rapports annuels de la chaîne, en particulier l'augmentation progressive du temps d'antenne ainsi que l'expansion des outils de diffusion, esquissent les multiples contraintes d'intégration de la chaîne. Son caractère binational la rend sujette à quelques problématiques ; exacerbe néanmoins son potentiel d'***expérimentation interculturelle***.

Ainsi, dès ses premières années de diffusion, la chaîne proposait une programmation très européenne. Afin d'accroître ses chances en termes de visibilité et d'accessibilité, ARTE pariait dès 1993 sur la mise en place de créneaux de diffusion fixes, faciles à identifier. La chaîne, jugée très portée sur le documentaire, ajoutait des cases dédiées à la fiction. Alors qu'elle ne diffusait que sur une fenêtre restreinte, la chaîne culturelle cherchait à intensifier son attractivité lors des horaires de grande écoute, à partir de 19h. L'émission *Confetti* endossait ce rôle. Le magazine sociétal européen proposait de montrer l'Europe sous un nouvel angle, non pas politique ou économique, mais très social. Si elle ne fut pas conservée, l'originalité de l'émission résidait en sa présentation, résolument franco-allemande puisque les deux présentateurs Alex Tylor et Annette Gerlach s'essayaient alors à la présentation multilingue, alternant bilinguisme et traduction simultanée, le tout ponctué de touches d'humour. Le magazine *Archimèdes*, dédié aux sciences, fut rapidement mis à l'antenne. Très apprécié par les publics, il y restera jusqu'en 2005. En 1993, la chaîne rediffusait beaucoup, faute de moyens techniques et financiers, mais proposait déjà de constituer sa grille selon des thèmes précis. La semaine se construisait alors de manière *verticale* et non *horizontale*. Une

---

<sup>869</sup> Une analyse plus précise est accordée à l'émission page 559 et suivantes.

<sup>870</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

dizaine de minutes était consacrée à l'information avec le 8 ½ de 20h30 à 20h40. S'en suivaient les *Themenabende* jusqu'à minuit ou une heure du matin. Les concepteurs de la chaîne repensaient leurs primes-times avec les longs-métrages, alors diffusés les vendredis, et mettaient à l'antenne un nouveau magazine de reportage d'actualité, *Transit*.

[...] quand ARTE s'est créée, on ne tenait pas compte véritablement des carrefours, et l'idée qui venait plutôt de la partie allemande de la chaîne, c'était de créer des soirées *verticales* dans leur construction, donc des soirées *thématiques*. Il y en avait quatre au début de la chaîne : dimanche, plutôt grand public, mardi actualités, mercredi musical et le jeudi culturel. Les soirées étaient extrêmement longues, elles duraient quatre heures, donc la partie allemande disait que pour marquer son emprunte ARTE devait plutôt marquer son offre, et que pour la réception par le public ce n'était pas priorité de se caler sur un horaire de *prime-time*.<sup>871</sup>

La verticalité, ou *thématisation* des soirées, pensée par la partie allemande donc, écartait la ***problématique d'harmonisation des horaires de prime-time***, problématique a priori inextricable car profondément dépendante des habitudes de consommation des publics, et donc inhérente à l'interculturel télévisuel. Mais ces longues soirées participaient à enfermer la chaîne dans une case élitiste, réduite, trop éloignée des attentes des publics. Pour ces raisons, les programmeurs travaillaient à définir un accès au *prime-time*.

Afin de devenir plus humaine, plus attirante, et ce sous la houlette de Victor Rocaries, directeur des programmes, la chaîne, jusqu'alors à l'esthétique « tout image », mettait progressivement à l'écran plus de présentateur, avec *Les Mercredis de l'Histoire* (Alexandre Adler), *Confetti* (Alex Taylor), *Transit* (Pierre Thivolet), *Le Dessous des Cartes* (Jean-Christophe Victor), *Histoires Parallèles* (Marc Ferro). Victor Rocaries travaillait à intensifier l'identité de la chaîne, et créait des rendez-vous clairs et identifiables. Outre cette refonte de la programmation, les concepteurs de la chaîne travaillaient sur son esthétisme. La chaîne se veut séduisante, claire, et de nouvelles bandes-annonces et transitions furent conçues à cet effet. Malgré tout, la grille manquait encore de cohérence. *Transit* et *Confetti* furent retirés de l'antenne en 1996.

---

<sup>871</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

ARTE cumule les contraintes. Binationale, biculturelle, bilingue, la chaîne ne débute qu'à 19h. Au casse-tête de la double langue (doublage et sous-titrage sont également insatisfaisants) s'ajoute l'obstacle, non négligeable, d'une couverture incomplète [...] <sup>872</sup>

Le fait de devoir diffuser simultanément et dans deux pays a, d'une certaine manière, contraint les responsables de la chaîne à s'intéresser à tous les supports de diffusion. Si l'interculturel télévisuel multiplie les contraintes, il développe une grande force de *flexibilité*, d'*adaptabilité* que l'on peut constater à travers ces grilles « expérimentales », très souvent renouvelées, mais toujours en adéquation avec les *usages* de chacun des deux pays.

ARTE a connu une évolution relativement rapide, et résolument complexe, du fait de sa position dans deux paysages audiovisuels français et allemand. Lors de sa cohabitation avec La Cinquième, ARTE se vit amputée du créneau 17h-19h. Parallèlement et dans le même temps en Allemagne, ARTE perdait ce même créneau au profit du *Kinderkanal*. Elle diffusait dès 12h en 2001, puis à partir de 8h en 2006. La TNT en France permettait à ARTE de proposer une diffusion journalière en continu. En Allemagne, ARTE basculait sur le satellite ASTRA-Transponder en 2003, se séparant enfin du *Kinderkanal*. Elle lançait sa célèbre campagne *ARTE auf 8* pour indiquer son nouvel emplacement. La diffusion de la grille d'après-midi, sur la tranche horaire 14h/19h, fut lancée en 2001. Jusqu'alors, ARTE disposait du même canal que *France 5* en France, que le *Kinderkanal* en Allemagne. S'il existait d'autres procédés permettant une diffusion en analogique sur le câble, ces derniers restaient trop coûteux pour être employés. Le partage du *Kinderkanal* et d'ARTE prit fin en 2003, après que le côté allemand ait eu une alternative via la location d'une réception sur le satellite ASTRA 1C, en analogique, avec la possibilité de diffuser sur le créneau 14h/3h. ARTE allait peu à peu se propager sur le câble allemand, d'abord à Brême en 2001, puis à Hambourg et dans le Land de Niedersachsen (Basse-Saxe) en 2002. L'ensemble des réseaux câblés d'Europe allait pouvoir diffuser la version allemande d'ARTE, l'Autriche et la Suisse, puis les Pays-Bas, le Danemark et la Suède s'équipaient entre 2002 et 2003.

Dès ses premières années de diffusion, la chaîne élaborait et améliorait sa stratégie d'ouverture au public. Alors qu'elle partageait encore le réseau de La Cinquième de Jean-Marie Cavada en France avec le *Kinderkanal* en Allemagne, les concepteurs composaient une

---

<sup>872</sup> Humblot, Catherine, Cauhape, Véronique. « En renouvelant sa grille de programmes ARTE veut élargir son public et casser son image de chaîne élitiste ». *Le Monde*, 1<sup>er</sup> décembre 1994.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news-19941201-LM-361482>  
Consulté le 29/01/2018.

nouvelle grille en 1995, en réaction à un élargissement du temps d'antenne d'une heure à trois heures du matin. Ces derniers renouvelaient en outre leur stratégie et cherchaient à séduire un public plus jeune. Trois nouveaux magazines furent créés à cet effet, dont *Le Dessous des Cartes*, et *Metropolis*.

L'année suivante, un nouveau journal d'information, le 7 ½ fut lancé. Complémentaire du 8 ½, cette quotidienne d'une demi-heure émettait à partir de 19h30, et voyait sa présentation assurée en alternance par un journaliste français et allemand. ARTE étoffait sa programmation en créant de nouveaux contenus inédits, à l'instar des magazines *Maestro* ou *Music Planet*, pour les actualités et les questions musicales, *Kinorama* pour le cinéma. La direction de la programmation misait sur un renforcement de la case 20h-20h30, faisant en sorte qu'elle convienne à un large public. En janvier 1996 la chaîne proposait ainsi ce nouveau magazine d'information court, le 7 ½, condensé de reportages sur l'actualité européenne de 30 minutes. Son nom est relatif à son heure de diffusion, 19h30, un créneau de diffusion supplémentaire permettant à ARTE, toujours en *quête d'équilibre* entre la France et l'Allemagne, de s'ajuster au *prime-time* allemand de l'information.

En termes de stratégie, et parce qu'elle est binationale, la chaîne a été forcée de se montrer très *flexible*. La programmation thématique allait lui permettre de créer des rendez-vous clairs. ARTE souhaite donner à voir les identités européennes, et créer du lien via la création et la coproduction. Les soirées thématiques sont toujours d'actualité, car indiscutablement liées à l'identité de la chaîne franco-allemande. Sa nouvelle grille de 1996, destinée à un public plus large, fut l'objet de quelques critiques, à l'instar de la suivante, énoncée par le sociologue Pierre Bourdieu.

La SEPT devenue ARTE est passée, très rapidement, d'une politique d'ésotérisme intransigeant, voir agressif, à un compromis plus ou moins honteux avec les exigences d'Audimat qui conduit à cumuler les compromissions avec la facilité en prime-time et l'ésotérisme aux heures avancées de la nuit.<sup>873</sup>

Selon le sociologue, ARTE entre elle aussi dans une logique de l'audience, et décale ses programmes pointus en fin de soirée, comme le font finalement beaucoup d'autres chaînes de télévision. Pourtant, la chaîne culturelle proposait bien une programmation différente, et accordait une grande place à l'art, la musique, le cinéma, les spectacles, mais aussi le

---

<sup>873</sup> Bourdieu, Pierre. *Sur la Télévision*, 1996, Liber page 60.



documentaire et les sciences. La recherche d'audience n'est pas, comme semble ici l'affirmer Pierre Bourdieu, nécessairement synonyme de baisse de qualité et de recherche de facilité, et ARTE se positionnait dans ces grandes phases de mutation dans une stratégie certes de visibilité, mais en cherchant à attiser la curiosité, en faisant découvrir des œuvres culturelle et européennes de qualité.

À partir de 1998, les responsables de la programmation recentraient leurs stratégies sur l'information, en créant *ARTE Info*, qui tâchait de convenir tant aux habitudes télévisuelles françaises qu'allemandes.<sup>874</sup> Dès le mois de septembre, ARTE cherchait à renforcer sa programmation de soirée. Les programmeurs espéraient ainsi que les téléspectateurs de La Cinquième ou du *Kinderkanal* restent sur le même canal, séduits par la suite proposée par la chaîne franco-allemande.

Chaîne de qualité, ARTE est désormais solidement ancrée dans le paysage audiovisuel public de nos deux pays. Depuis 8 ans maintenant, Français et Allemands mettent leur créativité et leur savoir-faire en commun et s'ouvrent largement à l'Europe, comme en témoignent nos partenariats avec sept chaînes de télévision de pays voisins. A la tête des échanges culturels européens, ARTE joue ainsi un rôle moteur dans le processus d'intégration européenne.<sup>875</sup>

### ***Une chaîne en proie à des usages différents.***

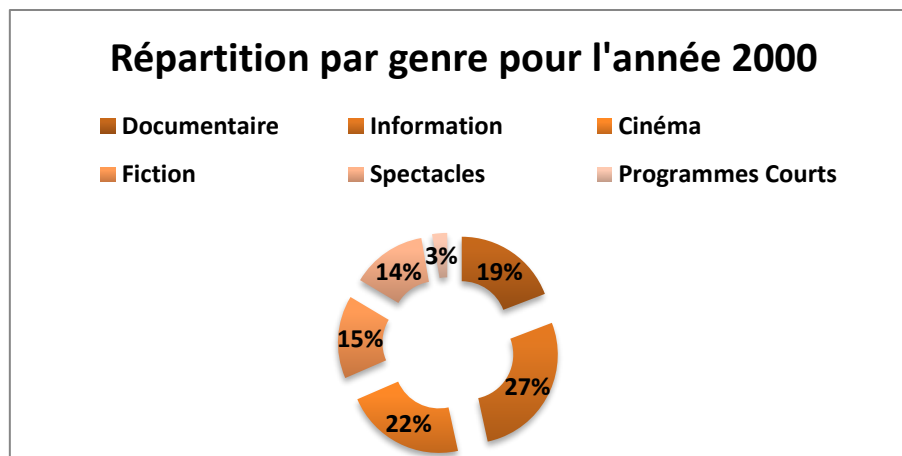
En 2000, l'abandon du projet de loi devant intégrer ARTE au holding France Télévision allait consolider le désir d'indépendance de la chaîne franco-allemande. Cette dernière devait affirmer sa position dans un environnement concurrentiel toujours plus rude. Les récents outils mis à disposition du public allaient élargir l'offre télévisuelle, et donc la concurrence, mais ARTE parvenait à résister en pariant sur la fidélisation du public. Un « Traité sur les modalités de financement de la radiodiffusion »<sup>876</sup> ratifié cette même année octroyait des fonds supplémentaires à la chaîne, lui permettant d'étendre sa plage de diffusion. Le droit lui fut accordé par les Länder d'une part, par le Gouvernement Français d'autre part, en lui permettant de s'implanter sur le réseau numérique terrestre. La chaîne ouvrait alors l'antenne dès 14 heures. Les responsables de la programmation créaient une grille d'après-midi, et sept magazines furent mis à l'antenne.

---

<sup>874</sup> Nous accordons une analyse précise à l'information page 442 et suivantes, ainsi que page 653 et suivantes.

<sup>875</sup> Note du Comité de Gérance signé des mains de Jérôme Clément et Jost Plog, disponible dans le rapport annuel de 1999.

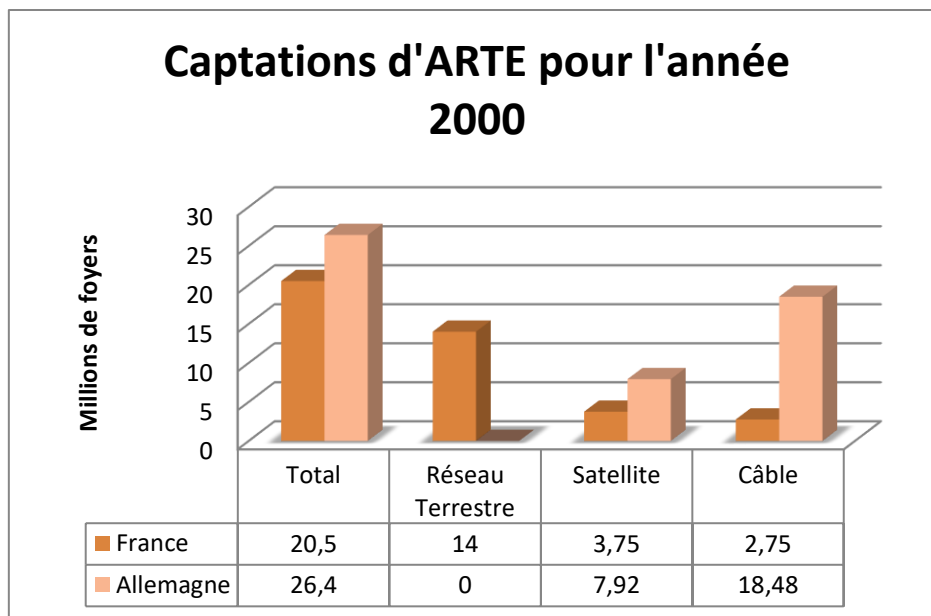
<sup>876</sup> Rapport Annuel de 2000.



Réalisé par l'auteur à partir des données fournies dans le rapport annuel d'ARTE, 2000

L'année 2000 s'est profilée comme véritable tournant, aussi bien stratégique que technologique, avec une nette amélioration des outils numériques. Cependant, la chaîne, si elle cherche à être 100% binationale, si elle tente d'équilibrer au maximum ses diffusions et sa réception de part et d'autre du Rhin, ne peut lutter contre les différences de supports de captation, et chacune des deux nations privilégie des modes différents. Si le réseau terrestre fonctionne bien en France, il est alors inexistant en Allemagne. En Allemagne la chaîne bénéficie d'une couverture non négligeable sur le câble, mais malheureusement d'une visibilité réduite dans cette large offre de plus de 30 chaînes.

Le graphique ci-dessous présente les outils de captation de la chaîne pour l'année 2000, en France ainsi qu'en Allemagne, et montre bien que la partie française favorise le réseau terrestre, alors que les Allemands ont largement adopté le câble. Les captations françaises totalisent près de 25,5 millions de foyers, contre 26,4 millions en Allemagne.



Réalisé par l'auteur à partir des données fournies dans le rapport annuel d'ARTE, 2000.

ARTE, si elle se veut culturelle, reste une chaîne proche de l'actualité. Elle traite avec intelligence des actualités culturelles et l'information. En 2001, suite aux attentats de New York, la chaîne proposait plusieurs éditions spéciales, et sa part de marché atteignait le seuil emblématique des 10%. ARTE prouvait ainsi sa capacité à rassembler ses téléspectateurs fidèles, mais aussi à attirer un nouveau public.

L'amélioration des conditions de diffusion et de captation eut une double conséquence sur ARTE. L'une positive, puisqu'elle lui permit tout simplement d'exister : Le président français Mitterrand et le chancelier Kohl se sont effectivement rapprochés dans une volonté certaine de relancer la dynamique de coopération et d'amitié franco-allemande, mais ils ne furent pas moins intéressés par la mutualisation de compétences technologiques, ainsi que par la possibilité de financer paritairement ce nouveau modèle de télévision. L'autre conséquence, négative et non des moindres, réside en la propagation et l'extension de ces nouvelles technologies. De nouvelles chaînes, pour la plupart thématiques, virent le jour vitesse grand V, multipliant la concurrence directe. En réponse à cette vague de concurrence, les ouvriers d'ARTE mirent progressivement en place des chartes, gage de qualité, afin de renforcer leurs positions, maintenir et affirmer l'identité de la chaîne. La chaîne souhaitait dès 2001 incarner des valeurs profondes, qui devaient être perceptibles à l'écran : *ouverture, respect et chaleur*. La charte fut adoptée en mars 2002.

Si la diversité est l'un des atouts majeurs d'ARTE, elle entrave parfois la lisibilité de ses programmes et la fidélisation de ses téléspectateurs. ARTE doit donc relever un double

défi : d'une part proposer des programmes plus facilement identifiables et d'autre part renforcer sa cohésion interne et externe Aussi le Comité de Gérance a-t-il décidé au printemps de lancer une vaste réflexion sur l'identité de l'entreprise et ses perspectives d'avenir.<sup>877</sup>

La première grille d'après-midi fut lancée le 06 janvier 2001. Les crédits nécessaires à la conception de la grille furent accordés en Allemagne par la KEF<sup>878</sup> avec une augmentation de la redevance télévisuelle, en France par la signature d'un nouveau Contrat d'Objectif et de Moyen entre le gouvernement et ARTE. Malgré cette aide financière, la chaîne fut confrontée à de nouvelles problématiques. Les programmes de l'après-midi n'étaient alors disponibles qu'en numérique, et le côté allemand n'y trouvait pas son public. Craignant une disparité entre la réception française et allemande, ARTE Deutschland résolut rapidement le problème en se faisant attribuer par les *Landesmedienanstalten* un canal analogique sur le câble. Près de 2,5 millions de foyers allemands recevaient ainsi ARTE dès 14h, et la couverture passait à 12 millions de foyers en 2002. En France, l'on comptabilisait une réception de la chaîne franco-allemande par 3,5 millions de foyers à partir de 14h.

Avec le lancement de la grille d'après-midi, Arte commence à sortir du 'ghetto de 19h' et crée les conditions d'un passage progressif à une diffusion toute la journée.<sup>879</sup>

Le **développement à deux vitesses** de la chaîne, inhérent aux conditions de réception inégales en France et en Allemagne, restait largement perceptible dans ses campagnes publicitaires respectives : ainsi, alors que le côté français mettait à l'honneur les contenus de la chaîne : Europe et culture, actualité mondiale, « spéciale » Jacques Tati en 2001, la part allemande diffusait encore des messages informatifs sur les possibilités de captation de la chaîne.

Les 10 ans<sup>880</sup> ont été l'occasion pour l'ensemble des collaborateurs de la chaîne, ARTE France, ARTE Deutschland, ARD et la ZDF, de se réunir afin d'élaborer les nouveaux grands axes de la chaîne, d'échanger sur sa position dans le paysage audiovisuel européen et ses valeurs. En Allemagne, une campagne publicitaire centrée la communication sur la réduction

---

<sup>877</sup> Rapport annuel 2001.

<sup>878</sup> *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* : Commission pour l'évaluation des besoins financiers des chaînes publiques.

<sup>879</sup> Rapport Annuel 2001.

<sup>880</sup> Alors que la chaîne fêtait ses dix ans d'antenne, les documentaires restaient toujours en tête de la programmation à hauteur de 39.69%, suivis par l'information et le cinéma, respectivement 18.21% et 18.16%. Les Fictions et Spectacles figuraient eux aussi dans une majeure partie de la programmation, à hauteur de 11.02% et 10.97%. Le magazine *Tracks* soufflait sa 5<sup>e</sup> bougie, et deux nouveaux magazines, *Le Magazine de l'Environnement* et *La Nuit*, voyaient le jour.

de l'image élitiste du groupement en diffusant largement son nouveau slogan : *ARTE erleben*.<sup>881</sup>

En Allemagne, la stratégie de communication développée l'an dernier a permis de réduire encore l'image élitiste d'ARTE et de renforcer le caractère divertissant des programmes dans l'esprit du téléspectateur. La campagne de presse et TV menée depuis mars 2000 et conçue par l'agence McCann-Erickson (Hambourg) sous le slogan «**ARTE erleben**», y a largement contribué.<sup>882</sup>

Le rajeunissement du public et l'élargissement de l'offre restaient au cœur des nouvelles stratégies de la chaîne, mais cette dernière a toujours conservé sa tradition de *thématisation*, finalement originelle de sa nature franco-allemande.<sup>883</sup> L'émission *Music Planet 2Nite*, créée pour être intégrée dans la grille de soirée, témoigne d'une stratégie de rajeunissement, mais ses enregistrements, en alternance entre Hambourg et Paris, font aussi montre d'un bel élan de coopération en termes de production audiovisuelle.

### ***Une chaîne en mouvement, toujours plus proche de l'actualité.***

Les nombreux programmes d'ARTE traitant de l'élargissement de l'Union européenne ont fait de la Chaîne une plate-forme du dialogue culturel dans cette Europe en devenir.<sup>884</sup>

ARTE se fait vitrine de l'actualité mondiale et européenne, en entrant en résonance avec les actualités culturelles, en s'interrogeant en permanence sur les attentes de ses potentiels publics. La force de la chaîne réside en sa valeur citoyenne, humaine, et même si ses taux d'audiences restent faibles comparativement aux grandes chaînes nationales françaises et allemandes, elle bénéficie d'une fidélité de ses téléspectateurs, d'une image de qualité, dont peu de médias profitent.

Arte mise sur la soif de découverte de ses téléspectateurs, lance des pistes de réflexion sur la construction européenne, cherche à comprendre les enjeux géopolitiques internationaux et partage l'émotion des arts de la scène.<sup>885</sup>

---

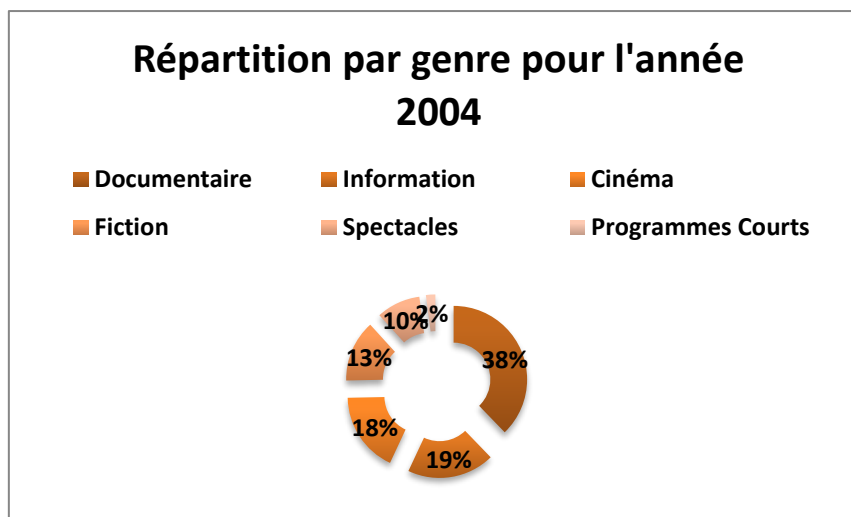
<sup>881</sup> « Vivre ARTE ».

<sup>882</sup> Rapport annuel 2000.

<sup>883</sup> Dans les dépenses de 2003, le format *Thema* figurait en tête des investissements, à hauteur de 15%, le documentaire reculait légèrement, tout en restant l'un des plus gros investissements de la chaîne à hauteur de 13%. Les *Thema* contribuent depuis grandement à l'identité générale de la chaîne.

<sup>884</sup> Rapport annuel 2003.

S'affirmant comme chaîne du renouveau, toujours en mutation, ARTE proposait en 2004 un nouvel habillage et un nouveau slogan, « *ARTE, vivons curieux* ». Cette année marquait notamment le développement du numérique terrestre, et permettait à ARTE d'étendre encore sa plage horaire à 8h le week-end, à 12h en semaine. Le format de la grille des programmes fut de nouveau repensé, avec une amélioration de la lisibilité des programmes, et un désir croissant de rapprochement du téléspectateur. De nouvelles chaînes allaient voir le jour, et ARTE se vit confrontée à une concurrence toujours plus rude. Cette même année, ARTE développait ses stratégies de *proximité avec l'actualité* et proposait une programmation « spéciale Europe ». En réponse aux élections du Parlement Européen de juin 2004, suivi de la Constitution Européenne de mai 2005, ARTE trouvait toute sa légitimité de chaîne européenne en multipliant les contenus d'actualité et d'information lors de soirées *Thema*, dans les magazines *Reportages*, *Le Dessous des Cartes* ou encore *ARTE Info*. 2004 signe en outre la création de *Karambolage*.



Réalisé par l'auteur à partir des données fournies par le rapport annuel de la chaîne, 2004.

ARTE intensifiait le caractère européen de sa programmation hebdomadaire, et, conformément à un certain processus de *proximité*, la chaîne tâchait de diversifier ses contenus, de proposer des genres plus légers, plus abordables. Trois nouvelles unités rédactionnelles furent créées, Actualités Culturelles, Europe et Découverte et Connaissances. Les nouveaux slogans français et allemands témoignent d'une stratégie similaire de part et

<sup>885</sup> Rapport annuel 2004.

d'autre du Rhin, celle de l'éveil de la curiosité avec « *vivons curieux* » et « *so hab ich das noch nicht gesehen.* »<sup>886</sup>

Rapidement, la chaîne donnait une nouvelle impulsion au rajeunissement de son public. Le slogan allemand de 2007 « *die Zukunft im Blick* »<sup>887</sup> en dit long sur cette volonté. Dès janvier, la chaîne lançait sa collection *Thema Futur*, dédié aux avancées technologiques, scientifiques, énergétiques et environnementales. Les magazines européens furent mis en valeur dans la grille des programmes, avec *Visages d'Europe* à 18h30, et la création d'un nouveau format, *Zoom Europa*. Le programme était alors enregistré d'une part pour le public allemand, présenté par Judith Schulte-Loh en langue allemande, puis en français par Bruno Duvic.

Le 50<sup>e</sup> anniversaire du Traité de Rome donnait lieu à une programmation spéciale. La chaîne a vécu à cette période de profonds remaniements, avec une nouvelle approche bien plus populaire, notamment avec le lancement de l'émission *Chic*. ARTE souhaitait s'adapter aux habitudes de consommation, aux goûts des téléspectateurs les plus larges, sans pour autant diminuer sa qualité. La chaîne se diversifie, notamment dans sa case spectacle et musique en proposant de nombreux contenus contemporains, et populaires.

Selon un sondage d'Ifop d'octobre 2006, les téléspectateurs allemands considèrent ARTE comme la chaîne la plus innovante et les Français sont d'avis qu'elle diffuse les meilleurs programmes.<sup>888</sup>

ARTE a fondé sa notoriété sur sa capacité à être à la pointe de la technologie. Ses capacités d'évolution sont bien plus efficaces que celles des autres chaînes de télévision. L'arrivée en France de la TNT fut certes synonyme de concurrence pour le canal, mais aussi et surtout signe d'une visibilité en croissance exponentielle. Elle profitait ensuite du passage à la haute définition en 2007, en France comme en Allemagne.

Les ambitions de la chaîne, sa volonté d'innovation et sa fidélité aux valeurs du service public lui valent la reconnaissance du public tout comme celle de la critique.<sup>889</sup>

---

<sup>886</sup> « Je n'ai encore jamais rien vu de semblable. »

<sup>887</sup> « Regard sur l'avenir. »

<sup>888</sup> Rapport Annuel 2006-2007.

<sup>889</sup> Rapport annuel 2007-2008.

Le nouveau slogan de la chaîne est particulièrement représentatif des ambitions de cette dernière, qui, malgré son attrait non dissimulé pour l'histoire, a développé une programmation centrée sur l'actualité. Elle cherchait alors bien plus activement à élargir son public, notamment un public « jeunesse » avec la création d'*ARTE Junior* en Octobre 2007.

Si, selon Christophe Hauser, à la direction de la programmation, la priorité d'ARTE reste d'« offrir des programmes engagés et exigeants qui interrogent le monde et suscitent la curiosité »<sup>890</sup>, la chaîne s'essayait aux jeux télévisés, avec *Memoquiz*, ou encore des émissions culinaires. *Memoquiz* fut rapidement retirée de l'antenne. ARTE, qui a habitué son public à des contenus haut de gamme, voyait ce format populaire rejeté par l'audience. ARTE cherche dès lors à se détacher de son image élitiste, en se montrant plus chaleureuse dans son esthétique, plus accessible dans ses contenus.

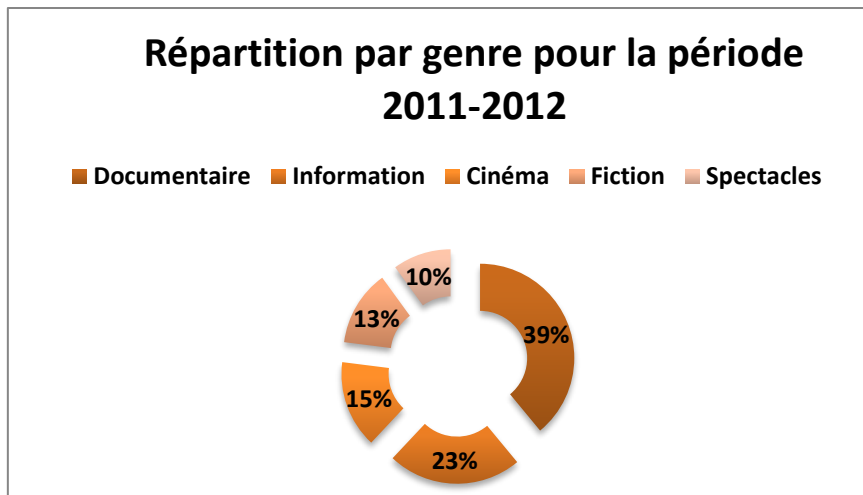
L'année 2010 signe les vingt ans de la signature du Traité Interétatique, ainsi que le changement de présidence de la chaîne, avec l'arrivée de Véronique Cayla, assistée de Gottfried Langenstein. À cette occasion, un nouvel habillage fut mis à l'antenne, en février 2011, afin de mettre en avant les notions de dynamisme et de renouveau. La présidente a joué un rôle majeur dans le développement de l'offre web de la chaîne, et présentait une nouvelle grille des programmes en 2012. La nouvelle stratégie de la chaîne allait résider en la *délinéarisation* ou la nature *crossmédia* des programmes, c'est-à-dire une offre lisible et complémentaire entre l'offre web et l'offre à l'antenne, avec une forte présence sur les réseaux sociaux. En plus de cette nouvelle grille, la chaîne vit son esthétisme modifié, avec une nouvelle identité visuelle. Le logo, désormais en 3D, s'accompagnait du slogan « *Arte, la télé qui vous allume* ». La chaîne s'est associée au Fonds Culturel Franco-Allemand pour une semaine culturelle à Moscou dans le cadre de l'anniversaire du Traité de l'Elysée.

Malgré ces profondes mutations stratégiques, ARTE proposait une répartition des genres toujours stable et équilibrée. Sa formule de fidélisation semble efficiente, et les contenus à l'antenne ne furent que peu modifiés.

---

<sup>890</sup> Christoph Hauser, directeur des programmes d'ARTE GEIE ; rapport annuel 2007-2008.





Réalisé par l'auteur à partir des données fournies par le rapport annuel d'ARTE 2011-2012

Si ARTE s'essayait dès 2010 aux nouvelles écritures par le biais du *webdocumentaire* et de la *webfiction*, c'est en 2012 que la stratégie bi-média de la chaîne allait s'affirmer, et ce avec l'adoption d'un projet d'entreprise, pour une période de trois ans. ARTE a souhaité conquérir un public plus jeune par le vecteur numérique. La grille de programmation fut totalement ré-agencée, réorganisée autour de grandes thématiques pour créer des rendez-vous. Le succès d'Internet a profondément bouleversé les habitudes de consommation, le public est en quête de contenus clairs, faciles à identifier, et délaisse peu à peu la télévision. En rapprochant son offre télévisuelle de ses contenus web, ARTE souhaite attirer un public à la recherche de formats inédits. Les internautes ont pu profiter d'une réelle innovation de la part d'ARTE, dans ses formes narratives comme dans ses supports, enrichis sur leur plateforme web. La grille des programmes ne fut que peu modifiée en termes de contenu et de répartition des genres, comme le graphique ci-dessus le montre, mais la direction de la programmation s'attelait à offrir plus de cohérence, en renforçant notamment les horaires de soirée avec des formats d'investigation, de fictions, de documentaire. Les week-ends demeuraient fortement culturels.

ARTE semble donc être parvenue à s'adapter aux nouvelles méthodes de consommation, tout en assumant sa différence portée sur la culture et la créativité à échelle européenne. Balayant l'utilisation unique du vecteur télévisuel, la direction de la chaîne considérait les « nouveaux médias comme espace de liberté et de création pour forger ensemble un imaginaire commun, le meilleur des antidotes au repli sur soi [...] ».<sup>891</sup>

<sup>891</sup> Rapport annuel 2012-2013.

Partenaire de l'année franco-allemande et dans le cadre des 50 ans du Traité de l'Élysée, en 2013, ARTE proposait une programmation spéciale, et ce à travers des longs-métrages, documentaires, reportages et débats. Toujours en proie avec l'actualité, la chaîne diffusait les grands rendez-vous culturels de l'année, pour fêter le 200<sup>e</sup> anniversaire de Verdi ou encore Wagner, avec un direct depuis le festival de Bayreuth. Forte d'une programmation éclectique, ARTE retransmettait en direct un concert du groupe de métal allemand Rammstein depuis le festival Hurricane, ou encore le Cirque du Soleil au Festival d'Avignon. Les formats *Tracks* et *Culture Pop* permettent à la chaîne de mettre à l'antenne ce qu'elle nomme la « contre-culture », un genre accessible et populaire en accord avec sa politique d'ouverture au public. Dans le cadre des 50 ans d'amitié franco-allemande, le magazine *Karambolage* organisait un vrai-faux talk-show avec Angela Merkel, François Hollande et Joachim Gauck, la chaîne diffusait en direct une partie des festivités et commémorations avec la séance de l'Assemblée Nationale et du Bundestag au Reichstag, puis le concert événement à la Philharmonie de Berlin.

Alors que l'Europe traverse une période de crise, ARTE mise sur la diversité et la créativité et montre que la culture ne connaît pas les frontières. Ensemble, donnons-nous les moyens de construire une Europe des idées dont les générations à venir seront fières !<sup>892</sup>

L'année 2014 fut profondément tournée vers l'Europe. ARTE mettait l'accent sur le centenaire de la Première Guerre Mondiale, sur les 25 ans de la Chute du Mur de Berlin. La chaîne a déployé son offre thématique avec *ARTE Info*, *ARTE Cinéma*, s'ajoutant au panel *ARTE Concert*, *ARTE Creative* et *ARTE Future*. La chaîne créait *Arte Journal Junior* pour mettre la jeunesse aux faits de l'actualité.

Dans une période de turbulences marquée par l'entrée sur le marché de nouveaux acteurs qui menacent le modèle européen de soutien à la création et à la production, nous œuvrons pour que le numérique serve le rayonnement et la démocratisation de la richesse culturelle européenne.<sup>893</sup>

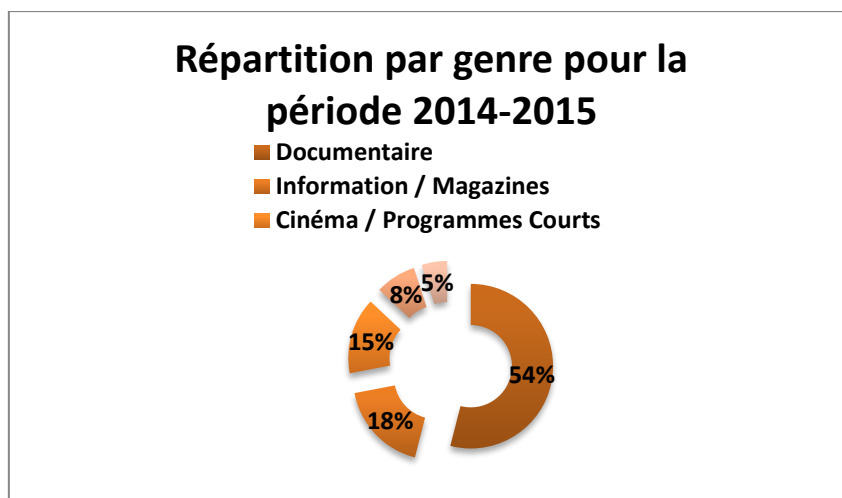
Une programmation spéciale pour les 50 ans de l'amitié franco-allemande fut conçue. Sur le web, une plateforme participative, *Tandems* avait pour but de désigner le jumelage le plus emblématique de l'amitié franco-allemande, et donnait naissance à deux fictions, *Mon cher*

---

<sup>892</sup> Rapport Annuel 2013-2014.

<sup>893</sup> Rapport Annuel 2014-2015.

*petit village* et *Le jour de vérité*, diffusées en 2015. Cette même année, les élections fédérales ont été le point fort de l'actualité et dans la programmation de la chaîne.



Réalisé par l'auteur à partir des données fournies par le rapport annuel d'ARTE, 2014-2015.

La ligne éditoriale d'ARTE privilégie le qualitatif et le culturel. Malgré un nombre relativement minoritaire de spectateurs, en comparaison avec d'autres chaînes nationales, françaises et allemandes, elle prétend pouvoir être accessible à un public large, et assume totalement sa volonté de l'élargir encore, comme le démontre son dernier Contrat d'Objectif et de Moyens (COM) pour la période 2017-2021. En élargissant son offre, ARTE souhaite convenir à un public d'initiés à la culture comme de néophytes. Si les COM sont franco-français, signés par la présidence d'ARTE, un représentant du ministère de la Culture et de la Communication, de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, des Comptes Publics et de la Réforme de l'État, ARTE a tout de même su trouver un équilibre, un pendant allemand avec les propositions de la *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF), signée par les Ministres Présidents et les Parlements des Länder. Les périodes et propositions de financement coïncident ainsi. ARTE y affiche clairement sa volonté de plus en plus affirmée de proposer des contenus européens.

ARTE souhaite donner une image plus claire de ses programmes, et fidéliser. Elle souhaite conserver une offre culturelle de qualité et rajeunir son public, deux aspirations a priori relativement antagonistes. Mais la chaîne s'adapte aux nouvelles stratégies concurrentielles, et a renouvelé progressivement sa grille de programmes afin de diminuer son pourcentage de rediffusion. Dans son COM de 2007, l'Unité Europe est remplacée par une unité Actualité, Société, Géopolitique, qui permet d'englober la thématique européenne dans un espace de réflexion plus vaste. Son unité spectacle est devenue Culture et Spectacles. ARTE s'est

appuyée sur ses points forts, et s'est recentrée depuis son COM de 2007 sur le cinéma, la musique et les programmes jeunesse. Le cinéma classique lui permettra en 2007 de faire monter l'audience en France comme en Allemagne, de plus de 20% sur les 8 premiers mois.<sup>894</sup>

La principale ambition d'ARTE France pour le COM 2017-2021 est de franchir ce nouveau cap éditorial. La chaîne consacrera l'intégralité de la hausse des moyens alloués en 2017 aux investissements directs dans les programmes et aura pour objectif d'accroître ses engagements dans la production et l'achat de programmes de 25.3M€ (+19% vs 2016) à l'horizon 2021.<sup>895</sup>

Dans son nouveau COM la chaîne assume sa volonté d'élargir son rayonnement par la diversification de son public, et ce en s'appuyant sur la mise à l'antenne de contenus inédits, avec des « programmes singuliers qui mettent en valeur les aspérités du monde, qui sondent les imaginaires et jettent des ponts entre les hommes. » ARTE veut faire en sorte que « la culture soit un lieu de rassemblement et de réconciliation. »

Via la mise en valeur de la diversité culturelle européenne, ARTE développe sa politique culturelle et audiovisuelle publique de rapprochement et de compréhension des peuples d'Europe. L'accessibilité aux programmes culturels et de qualité, tout comme l'ouverture aux publics les plus larges, font entièrement partie des grands axes d'innovation de la chaîne franco-allemande. Sa renommée en termes de création, en tant que chaîne de l'expérimentation a conquis bon nombre de producteurs et d'auteurs, ce qui lui confère un statut unique, exceptionnel dans le paysage audiovisuel et culturel européen. En poursuivant sa vocation de rapprochement des peuples et des cultures, en puisant dans les ressources extraordinaires qu'offre son équipe internationale, ARTE dépasse largement les frontières.

L'analyse accordée à l'ensemble des rapports annuels de la chaîne atteste la *flexibilité* ainsi que les *qualités d'expérimentation* propres à ARTE, deux notions associées à l'interculturel et appliquées ici à la télévision, qui semblent en partie assurer sa longévité. Les programmeurs de la chaîne ont toujours dû *s'adapter*, la télévision interculturelle donnant lieu à de multiples contraintes de réception, non seulement d'un point de vue des publics, et donc des contenus à proposer, que d'un point de vue technique, tant les usages varient d'un côté et de l'autre de la frontière. ARTE semble avoir trouvé la solution en étant

---

<sup>894</sup> artepro.fr

<sup>895</sup> Contrat d'Objectif et de Moyens pour la période 2017-2021, en accès libre sur la page web de la chaîne.

particulièrement *réactive*, en n'hésitant pas à renouveler sa grille régulièrement, sans craindre les retours en arrière, sans craindre de retirer des contenus non concluants. La chaîne s'est toujours très vite adaptée aux grandes évolutions technologiques, en s'installant très tôt sur le web, en adaptant sa programmation à l'extension progressive de son temps d'antenne. D'un point de vue des contenus, la solution semble résider en la *verticalité* de ses soirées, en l'acceptation de la culture très large et diversifiée, ainsi qu'en un suivi attentif des grandes actualités européennes. Sa programmation est en outre très marquée par les grands événements européens, et plus particulièrement encore par les « anniversaires franco-allemands. »

La chaîne a cette particularité d'avoir fréquemment réformé sa grille des programmes. En quête d'un nouveau public, d'un *élargissement de ses publics*, ARTE devait trouver des alternatives pour attirer une nouvelle audience, sans pour autant bouleverser sa grille et sa ligne éditoriale au risque de perdre ses spectateurs fidèles. Il lui fallait tout autant satisfaire un public plus intellectuel en quête de contenus culturels pointus, que proposer des contenus accessibles, suscitant la curiosité, afin d'augmenter ses chances de pénétration dans un imaginaire large, européen, tout en jonglant entre les divergences d'intérêts occasionnées par le rapprochement des systèmes audiovisuels français et allemands. Nous l'avons montré, si la Centrale reste compétente en matière stratégique et décisionnelle, les deux pôles nationaux prennent part à la Conférence des Programmes et n'hésitent pas à faire valoir leurs propres revendications. Outre ces divergences d'intérêts, une des problématiques majeures en télévision interculturelle réside en son intégration dans deux paysages audiovisuels distincts. Une analyse de ses taux d'audience apportera des indications intéressantes au sujet de la portée de son discours interculturel, à savoir si sa portée est équivalente en France et en Allemagne. Il semblerait en effet qu'ARTE ne passionne pas les Allemands autant que les Français. La chaîne, dont l'embryon demeure bien français, est-elle parvenue à convaincre les publics allemands ?

#### **b) Les audiences d'ARTE, ou la problématique d'intégration Outre-Rhin.**

Comme nous avons pu le constater précédemment, les deux États ne privilégiaient pas tout à fait les mêmes outils de diffusion, avec une nette préférence pour le câble en Allemagne, le réseau terrestre en France. Cette première donnée a eu une influence directe sur ARTE en termes de visibilité. L'arrivée du numérique a bousculé la hiérarchie, avec l'arrivée de nouvelles chaînes et de nouvelles possibilités d'accessibilité, mais le canal culturel reste

marqué par cette double intégration dans deux paysages audiovisuels disparates, que nous avons pu analyser grâce à une étude de ses taux d'audience. Nous développerons ensuite quelques réflexions quant aux canaux francophones et germanophones susceptibles de concurrencer ARTE. D'autres chaînes proposent en effet des documentaires, des contenus culturels, ou à dimension transnationale, et sont, en ce sens, comparables à notre objet d'étude. Si son statut particulier lui permet de moins se soucier de ses taux d'audience, toute sa légitimité se fonde inéluctablement sur le fait d'être regardée, en témoigne les lignes éditoriales de 2019 se fondant sur les notions d'accessibilité, de fidélité, d'élargissement des publics.

Concernant l'idée d'attirer du public, il n'y a finalement rien de nouveau, nous avons toujours cherché à séduire le public, qui ne le voudrait pas, s'agissant de la télévision ? On diffuse pour être regardé ! La prise en compte de l'opinion, de la concurrence, est nécessaire, et j'ai toujours fait attention à ce que la ligne éditoriale soit rigoureuse, mais en pensant un maximum au public...entendre dire, ici et là, que c'est plus populaire avec le changement de présidence peut être froissant, comme si j'avais voulu faire des programmes « non populaires » ... nous n'avons pas cherché à faire une télévision que personne ne voit.<sup>896</sup>

Il n'y a pas que les audiences, mais on veut être regardés, ce n'est évidemment pas notre seul paramètre, mais c'est quand même important que ce que l'on fait soit vu par un maximum de gens.<sup>897</sup>

Il est important pour ARTE de réaliser une certaine audience pour garder notre légitimité en tant que chaîne de service public.<sup>898</sup>

De 1994 à 1999 la moyenne des audiences montre une nette progression, et même si l'Allemagne accuse un retard, les audiences augmentent elles aussi. L'on note ainsi une augmentation de plus de 100% des deux côtés du Rhin entre 1994 et 1999. Seule L'Allemagne affiche un recul significatif en 1997. Par ailleurs, si les audiences allemandes sont indiscutablement dépassées par leurs audiences voisines, il semble nécessaire de préciser que dans ses premières années de diffusion, c'est bien l'Allemagne qui a connu la hausse la plus significative. De 1994 à 1995, les audiences nationales françaises moyennes connaissent une hausse de près de 34%, passant de 1060 à 1420, contre une hausse de plus de 60% en Allemagne, de 360 à 579. Alors que la France connaissait une augmentation de

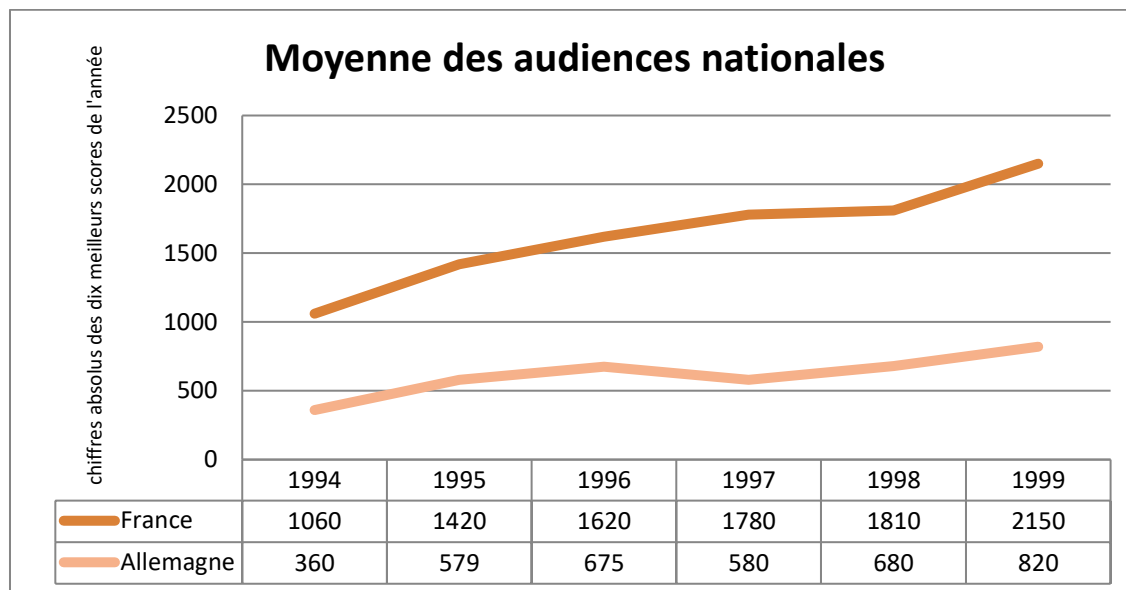
---

<sup>896</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

<sup>897</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>898</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

19% entre 1998 et 1999, l'Allemagne affichait quant à elle un regain de 20% environ, une tendance égale donc.



Comme nous avons pu l'évoquer précédemment, le développement des moyens et méthodes de réception en France et en Allemagne, à deux vitesses et sur des supports différents, explique en grande partie ces courbes d'audience inégales. Les diffusions d'ARTE en France sont en croissance constante, là où l'Allemagne a vécu une légère baisse entre 1996 et 1997.

Au départ destinée au câble uniquement, la chaîne ARTE passait sur le réseau terrestre en France suite à l'échec de La Cinq. Sa programmation franco-allemande dans ce paysage aux cinq canaux gratuits seulement lui a offert bien plus de visibilité qu'en Allemagne. Dès ses premières années de diffusion en Allemagne, ARTE se noyait cette large offre télévisuelle. Ses parts de marché relevées en 2018 attestent nous le verrons visiblement peu d'amélioration. La chaîne fait tout de même montre d'une belle stabilité, vacillant aux alentours des 1% de parts de marché, preuve que son public lui reste fidèle.

[...] en Allemagne la concurrence était beaucoup plus forte donc nous avons eu plus de mal à installer la chaîne, nous n'avons jamais ou presque dépassé les 1%. Mais en France nous sommes montés...lorsqu'il n'y avait pas le numérique, j'ai vu la chaîne monter à 3,5, 4%, ce qui n'était pas mal du tout. Elle est maintenant à 2,5 environ en France, ce qui est bien dans le nouvel environnement numérique.<sup>899</sup>

Le développement des nouvelles techniques de diffusion, en particulier le passage au numérique, a permis à la chaîne de se faire une place dans bien plus de foyers, français

<sup>899</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

comme allemands. Elle se voyait cependant confrontée à une nouvelle concurrence avec la naissance de nombreuses chaînes thématiques et généralistes. Alors que la chaîne diffusait en analogique, elle atteignait en moyenne les 3% en France, contre 1% en Allemagne. L'arrivée du numérique et le nouveau vecteur concurrentiel lui faisait perdre près de la moitié de ses taux d'audience en France, pour passer à 1,5%. La chute en Allemagne fut moins rude, la chaîne comptait encore une audience de 0,7%. La chaîne a depuis remonté la pente grâce à sa diffusion 24h/24 et la haute définition. En se modernisant, notamment via les contenus musicaux et les séries, ARTE a pu attirer un nouveau panel de spectateurs. Les nouvelles conditions de réception ont donc favorisé sa visibilité, en particulier en Allemagne avec ses 3 millions de téléspectateurs potentiels supplémentaires lorsqu'elle changeait de canal. Sa grande campagne promotionnelle *ARTE auf 8*, annonçant son nouvel emplacement, eut l'effet escompté. Depuis 2011, date à laquelle ARTE abandonnait totalement le signal analogique, sa part d'audience augmentait de près de 50% en France, et de 30% en Allemagne. En 2015, la chaîne atteignait les 2,2 % en France, et 1% en Allemagne.

En Allemagne en l'an 2000, la chaîne améliorait sa part de marché de 0,7%, pendant qu'elle baissait en France, où elle perdait 0,2% pour atteindre les 3,3%. Cela se voyait justifié par le nouveau panel de comptabilisation *Mediamat*, qui englobe désormais les foyers utilisant câble et satellite.

Le soutien de l'ARD et de la ZDF permettait à ARTE de mener une large campagne promotionnelle en Allemagne. La chaîne voyait son taux de notoriété assistée<sup>900</sup> passer de 51% à 85%<sup>901</sup>. ARTE profitait en France d'une bonne notoriété, en atteignant les 84%, qu'elle augmentait même de 10% pour atteindre les 94%.

En 2001, ARTE a testé l'appréciation que le public porte sur ses programmes. Un panel de téléspectateurs français et allemands a visionné l'ensemble des programmes de la chaîne. Il en ressort un fort taux de satisfaction dans les deux pays. En moyenne, 75% des téléspectateurs français apprécient le programme d'ARTE qu'ils regardent. Ils sont 63% en Allemagne. L'étude d'image de la Chaîne montre par ailleurs que les téléspectateurs français placent ARTE au premier rang des chaînes les plus instructives de l'ensemble du paysage audiovisuel. Les valeurs qui la définissent le mieux pour les français et les allemands sont : la qualité, l'approfondissement, la créativité et l'objectivité.<sup>902</sup>

---

<sup>900</sup> Correspond au pourcentage des personnes sondées affirmant connaître la chaîne.

<sup>901</sup> Rapport Annuel 2000.

<sup>902</sup> Rapport annuel 2001.



Avec une hausse de près de 35% de ses taux d'audience, ARTE signalait un record en 2009. Les émissions *Tracks*, *ARTE Reportage* et *Karambolage* faisaient la course en tête dans les audiences de rattrapages sur ARTE+7.

En 2013, les audiences cumulées françaises et allemandes, pour un téléspectateur regardant au moins 15 minutes d'affilée et par semaine s'élevaient à 20,8 millions, avec une hausse constante de la fréquentation sur les supports modernes.

Se distinguant des autres chaînes par sa valeur qualitative, la chaîne jouit d'une belle notoriété, comme le développait Hans-Walter Schlie, directeur du développement et de la coordination d'ARTE GEIE dans le rapport annuel de 2006 d'ARTE.

La dernière étude en date le confirme, notre notoriété, mais aussi notre image, sont en constante amélioration depuis plusieurs années en France comme en Allemagne. Nous jouissons d'un statut privilégié dans nos paysages audiovisuels respectifs. Or, dans un environnement marqué par une offre de plus en plus diversifiée et une concurrence accrue, cette reconnaissance de la marque est déterminante pour le téléspectateur dans le choix des programmes au quotidien.<sup>903</sup>

En effet, si le canal culturel comptabilise des taux d'audience relativement faibles, ils n'en restent pas moins stables, une constance dont peut se féliciter la chaîne, qui atteint donc ses objectifs de fidélisation du public. Elle est en outre en tête des sondages des chaînes les plus appréciées. Malheureusement, la chaîne, si elle demeure théoriquement, ainsi que dans les sondages, la chaîne reconnue comme étant la plus documentée, la plus sérieuse, de meilleure facture que les autres, est loin d'être en tête des classements réels d'audience.<sup>904</sup>

Il ne paraît donc pas exagéré de certifier qu'ARTE souffre d'un comportement de passivité du téléspectateur. Conscient de la valeur qualitative de la chaîne, il se tourne tout de même vers la simplicité et le divertissement, ne va que rarement s'intéresser aux sujets culturels ou fouillés au profit des jeux télévisés, magazines et autres formats populaires. Ponctuellement, le public se montre intéressé par un sujet en particulier, et cela, ARTE l'a bien compris, en restant au maximum proche des grandes actualités culturelles, économiques ou politiques. Cet

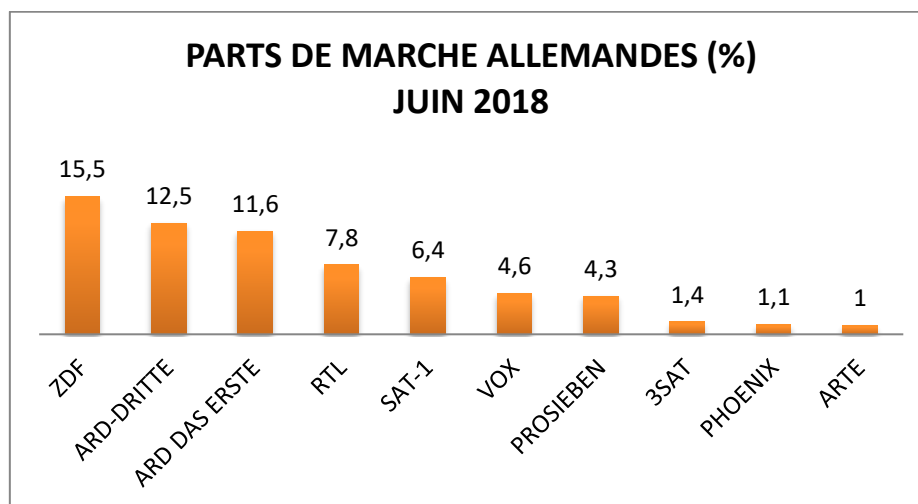
---

<sup>903</sup> Schlie, Hans-Walter. Rapport annuel 2006-2007.

<sup>904</sup> « Arte est en effet la chaîne qui correspond le mieux à ce qu'attendent les Français de la télévision (21%), juste devant sa 'petite sœur' TF1 (20%), France 2 (13%) devançant légèrement France 3 (11%), M6 (11%), France 5 (10%) et Canal + (10%). Ces chiffres sont évidemment très loin des mesures d'audiences réelles d'Arte. Mais peut-être les Français n'adoptent-ils pas dans la réalité le comportement qu'ils attendent d'eux-mêmes dans l'idéal ? » Duhamel, Olivier, Teinturier, Brice. *L'État de l'Opinion* 2006, Paris, page 338.

attachement à l'actualité permet par ailleurs aux programmeurs de proposer des contenus plus légers, tout en les ancrant dans l'un de l'une de leurs grandes cases culturelles, documentaires, informatives, ou encore en fiction. ARTE tâche en outre de répondre à cette nouvelle demande de contenus variés, faciles et rapides d'accès en proposant des contenus participatifs. Le canal cherche à se dynamiser, à être plus attrayant dans son esthétique et sa programmation, à se détacher de l'image élitiste qui lui colle à la peau depuis sa création.

ARTE souhaite garantir et consolider son indépendance, et ne craint pas cette atmosphère de rude concurrence, à laquelle elle est finalement indirectement confrontée, à condition qu'elle continue de s'affirmer comme chaîne d'intérêt public. Elle parvient à se détacher des modèles concurrentiels en devenant la chaîne d'un public fidèle, contrairement aux chaînes privées qui sont regardées quelques minutes avant d'être « zappées » pour une autre, aux contenus similaires. Si ARTE est parvenue à se créer une identité résolument culturelle, à s'imposer comme charnière entre l'audiovisuel et le culturel européen, elle reste en concurrence directe avec l'ensemble des chaînes disponibles sur les réseaux français et allemands. Si elle s'en sort plutôt bien en France, comme nous pourrions le constater sur le graphique suivant, sa visibilité est entravée par les multiples chaînes de l'offre allemande.



Réalisé à partir des données fournies par [www.agf.de/daten/tvdaten](http://www.agf.de/daten/tvdaten)

Sur le graphique ci-dessus, seule une sélection de chaînes a été retenue, sur la base de leur ancrage national, telles la ZDF et l'ARD, ou pour leur valeur concurrentielle face à ARTE. En juin 2018, ARTE se hissait à la dix-neuvième place au classement des parts de marché

allemandes, et entrait ainsi en concurrence directe avec 3Sat et Phoenix. Elle parvient à les dépasser ponctuellement.

Il y a une différence effectivement, on est en effet à 2,5 parts de marché en France, et on est autour de 1,1/1,2 en Allemagne. À ce sujet il y a deux choses à connaître, d'abord que la concurrence en Allemagne est infiniment plus féroce qu'en France. Le deuxième élément important à connaître, c'est qu'il y a cette chaîne qui nous ressemble énormément en Allemagne, 3Sat, et même Phoenix, qui sont extrêmement proches en termes d'offre, même si c'est totalement allemand et non franco-allemand. Si vous ajoutez ces trois offres-là, on n'est en fait pas très loin des résultats d'ARTE en France. Forcément, le public potentiel pour des programmes de haute qualité, qui demandent un peu d'attention, n'est pas élastique, et rappelez-vous qu'en Allemagne, ARTE partait de presque zéro au début, et en plus, on le sait très bien, on ne sera jamais très grand public, ce n'est pas qu'on exclut des gens, c'est que le contrat tacite qu'on passe avec le public suppose une attention que tout le monde n'est pas prêt à donner.<sup>905</sup>

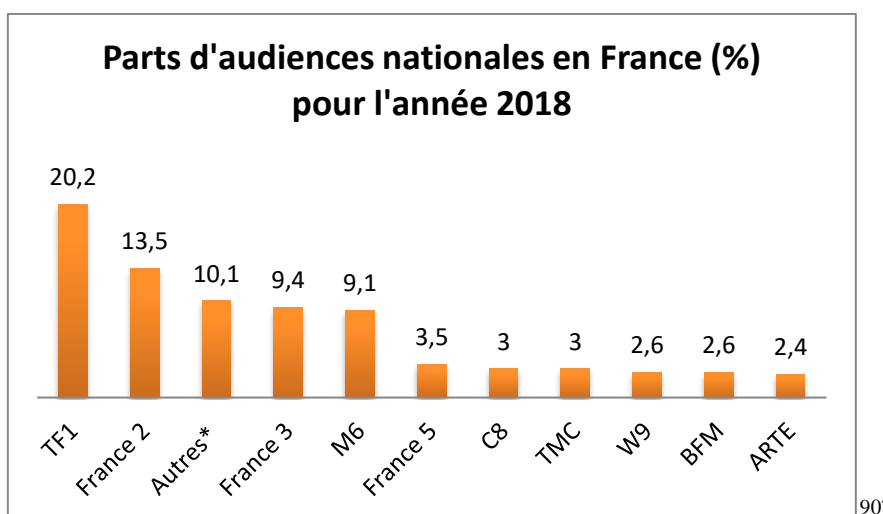
Oui, la concurrence est beaucoup plus forte en Allemagne puisqu'ils ont plusieurs chaînes culturelles : 3sat, Phoenix et les troisièmes programmes qui ne sont pas mauvais. Cela fait déjà beaucoup de monde, et ensuite, il se trouve que l'Allemagne, dès 1990, était un pays qui était câblé, avec son fameux Dual System, qui intégrait la télévision publique et la télévision privée, donc le camembert était déjà bien divisé. La France est arrivée bien plus tardivement à ce paysage-là, ce n'est que vers la fin des années 90, et donc au départ et finalement jusqu'aux années 2000. ARTE n'était qu'une chaîne parmi cinq, même Canal + était cryptée. Nous avons donc une vitrine énorme, et ce socle nous est resté acquis, il y avait ce réflexe d'aller sur ARTE en France parce que nous étions une chaîne parmi cinq, alors qu'en Allemagne nous avons toujours été une chaîne parmi trente, et l'offre en Allemagne était bien meilleure. Mais ce qui est intéressant, c'est de voir que sur le numérique, nous sommes quasiment à égalité...une très légère supériorité côté français mais c'est de l'ordre de 45 contre 55%.<sup>906</sup>

ARTE, comme nous avons pu le démontrer, se démarque de l'ensemble des chaînes du PAF, en étant la seule à dominante culturelle, et non thématique avec son journal d'information. En Allemagne, l'offre culturelle est moins inhabituelle. Les téléspectateurs ont ainsi accès à des contenus culturels sur d'autres chaînes, ce qui explique en partie ces taux d'audience plus faibles qu'en France.

---

<sup>905</sup> Emmanuel Tourpe, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>906</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.



Réalisé à partir des données fournies par <https://www.mediametrie.fr/sites/default/files/2018-12/2018%2012%2031%20M%C3%A9diat%20Annuel%202018.pdf>

ARTE se positionnait en France en 2018 en 11<sup>e</sup> position des chaînes aux plus fortes parts de marché. L'ensemble des onze premières chaînes est représenté sur le graphique ci-contre.

La télévision numérique a fait naître une nouvelle concurrence, et là où ARTE avait une place de choix en analogique, dans un bouquet de 7 chaînes, elle entre désormais en concurrence directe avec des chaînes thématiques qui proposent elles aussi des émissions, reportages, documentaires à caractère international. Si la ligne éditoriale et les objectifs de ces nouvelles chaînes ne sont que peu comparables à notre objet d'étude, ces nouveaux contenus entrent en concurrence directe avec celui-ci.

La chaîne française France 5 fait à ce titre figure de parangon.<sup>908</sup> Elle concurrence ARTE à plusieurs égards ; dans un premier temps, cette dernière partage les valeurs éducatives et culturelles de la chaîne franco-allemande. Elle attache une importance toute particulière à la diffusion de documentaires, et tâche d'être reconnue comme la chaîne de la qualité du holding France Télévision. Une autre forme de concurrence, due au passé de la chaîne nationale, peut être relevée. Le cinquième canal du réseau hertzien fut en effet attribué par François Mitterrand, qui projetait de créer une nouvelle chaîne privée, à Silvio Berlusconi. Véritable fiasco malgré la complicité et la présence de nombreux animateurs stars de la télévision

<sup>907</sup> \*L'onglet *Autres* correspond au cumul des chaînes thématiques, locales et étrangères.

<sup>908</sup> En juin 2018 France 5 affiche 3,5% de parts d'audience nationale contre 2,2% pour ARTE. Le mois suivant pourtant moins de différence avec 2,9% France 5 et toujours 2,2% pour ARTE qui peut se féliciter d'avoir des audiences certes moyennes mais stables, sa mission de fidélisation du public est remplie.

française, la chaîne n'allait pas tarder à jeter les armes après plusieurs années de lutte contre les dettes et la recherche d'identité. Le 5<sup>e</sup> réseau libéré fut attribué en 1992 à ARTE, partagé avec La Cinquième, nouvellement créée et dirigée par Jean-Marie Cavada. Une chaîne généraliste et publique, qui avait pour vocation de devenir la chaîne du savoir, de la connaissance, et éducative avec de nombreux programmes pour enfants. Les deux chaînes ont ainsi coopéré malgré elle, sur décision de l'ancien ministre de la communication Nicolas Sarkozy, qui opta pour la formation d'un GIE<sup>909</sup> (Groupement d'Intérêt Economique) intégrant La Sept-Arte et La Cinquième. Un « mariage forcé »<sup>910</sup> mal perçu par la partie allemande qui craignait alors que le pôle français ne se détourne de son identité franco-allemande afin de répondre aux intérêts de l'audiovisuel français, dictés par l'État<sup>911</sup>. Jérôme Clément, sur décision gouvernementale devint parallèlement président de La Cinquième.<sup>912</sup> L'annonce de Catherine Trautman, alors Ministre de la culture, de regrouper les chaînes publiques – dont ARTE – dans le nouveau holding France Télévision afin de faire poids contre le privé, fut rejeté par la partie allemande, qui craignait une fois encore la nationalisation du groupement franco-allemand, et une perte certaine d'indépendance vis-à-vis de l'État Français. Le GIE La Cinquième/ARTE se vit dissout. La Cinquième muta pour devenir l'actuelle France 5, du groupe du service public *France Télévision*. Les deux chaînes obtinrent leur propre canal grâce à l'avènement de la télévision numérique, le cinquième canal pour France 5, un septième pour ARTE. Si l'évocation du passé commun de La Cinquième et d'ARTE peut sembler anecdotique, il souligne le climat concurrentiel dans lequel les deux chaînes ont pu évoluer. L'on peut en outre affirmer que les audiences et l'image d'ARTE en pâtissent, puisque les deux chaînes sont encore largement confondues par l'opinion publique. Les téléspectateurs peu avertis confondent encore La Cinquième et ARTE dans l'offre numérique, bien que les chaînes aient multiplié les campagnes promotionnelles et renforcé leurs identités visuelles respectives.

La chaîne francophone internationale TV5 Monde est, elle aussi, à même de concurrencer ARTE. À l'antenne depuis 1985, TV5 regroupe des sociétés de télévisions française, québécoise, suisse et belge. Ses sociétaires sont France Télévision (49%), France Médias

---

<sup>909</sup> [https://www.lesechos.fr/25/10/1995/LesEchos/17011-073-ECH\\_le-gie-arte-la-cinquieme-dans-la-mire-des-parlementaires.htm](https://www.lesechos.fr/25/10/1995/LesEchos/17011-073-ECH_le-gie-arte-la-cinquieme-dans-la-mire-des-parlementaires.htm) consulté le 22 septembre 2018.

<sup>910</sup> [http://www.liberation.fr/medias/1996/08/31/cinquieme-arte-mariage-force-le-gouvernement-veut-rapprocher-les-deux-chaines-pour-faire-des-economi\\_178547](http://www.liberation.fr/medias/1996/08/31/cinquieme-arte-mariage-force-le-gouvernement-veut-rapprocher-les-deux-chaines-pour-faire-des-economi_178547) consulté le 22 septembre 2018.

<sup>911</sup> « Les Allemands, qui voient dans la Cinquième une annexe d'Arte, redoutent que la parité franco-allemande ne soit pas respectée » dans [http://www.liberation.fr/medias/1997/04/17/arte-la-cinquieme-font-la-chaine-jerome-clement-cumule-depuis-hier-la-presidence-des-deux-chaines\\_202443](http://www.liberation.fr/medias/1997/04/17/arte-la-cinquieme-font-la-chaine-jerome-clement-cumule-depuis-hier-la-presidence-des-deux-chaines_202443) consulté le 22 septembre 2018.

<sup>912</sup> Ibid.

Monde (12,64%), la RTS Suisse (SRG SSR) (11,11%), la RTBF Belge (11,11%), Radio Canada (6,67%), Télé-Québec (4,44%), ARTE France (3,29%) et l'INA (1,74%). ARTE étant l'un des sociétaires de TV5 Monde, leur système concurrentiel est finalement assez peu préoccupant pour l'une comme pour l'autre chaîne. Les deux entités semblent même complémentaires dans leur dimension transnationale. Comme ARTE, TV5 cherche à promouvoir la langue, bien qu'uniquement française, et propose des documentaires culturels et des contenus relatifs à l'art de vivre. Bien plus généraliste qu'ARTE, elle propose par exemple des contenus à thématiques sportive ou jeunesse. Comme la chaîne franco-allemande, TV5 multiplie les supports et attache toujours plus d'importance à son site web, proposant ainsi une bibliothèque numérique, des web séries et des web documentaires. Dans sa quête de promotion de la langue française, la chaîne propose d'apprendre le français en ligne, ainsi que des contenus pédagogiques à destination des enseignants, à l'image de *Deutsche Welle*, qui fait de même avec la langue allemande. Sa programmation est éligible au sous-titrage international en langues européennes (anglais, français, allemand, espagnol, portugais, néerlandais) et mondiales (arabe, chinois, coréen, japonais, vietnamien, russe, roumain).

TV5 Monde n'est pas la seule chaîne à bénéficier du soutien financier d'ARTE. La Sept-ARTE participait en effet au financement, et ce dès 1997, de la chaîne Histoire en 1997, aux côtés de l'INA et France Télévision. Une chaîne dédiée aux documentaires historiques, à dimension pédagogique, avec pour vocation la promotion du patrimoine. La chaîne est désormais privatisée et appartient au groupe TF1.

Intéressons-nous désormais au paysage audiovisuel allemand dans lequel ARTE s'efforce de s'intégrer. 3SAT concurrence directement la chaîne culturelle franco-allemande, avec des parts de marché similaires, légèrement supérieures. Proche du fonctionnement de TV5 qui regroupe les chaînes francophones, 3SAT mobilise depuis 1984 les chaînes publiques germanophones autrichienne (ORF), suisse (SRG SSR) et allemande (ARD et ZDF). Face à l'ampleur de l'offre allemande, ARTE peine à figurer dans le classement des chaînes à forte audience. Elle se voit même concurrencée par quelques émissions spécifiques de ses financeurs, l'ARD et la ZDF. Les émissions régionales de l'ARD fonctionnent mieux qu'ARTE, tout comme le magazine *Heute in Europa*<sup>913</sup> de la ZDF.

---

<sup>913</sup> Que l'on peut traduire par « Aujourd'hui en Europe. »

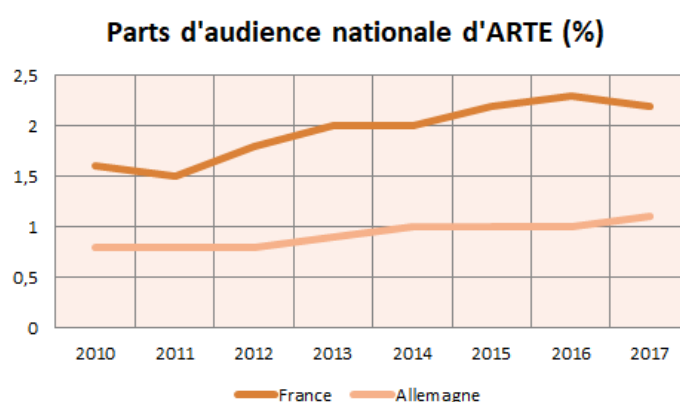
Créée en 2001, la chaîne XXP proposait une large offre de documentaires, de reportages et de magazines, avec pour points forts la culture, le cinéma, l'art de vivre ; des thématiques bien représentées dans la programmation d'ARTE. La chaîne fut cependant rachetée en 2006, et profondément transformée pour devenir DMAX, chaîne à influence américaine, bien loin de l'esthétique et de l'état d'esprit d'ARTE. La chaîne publique Phoenix quant à elle propose de nombreux contenus européens, avec des débats parlementaires et des séances filmées au Bundestag. Si ARTE se veut européenne, elle ne diffuse que rarement ce type de contenus, préférant l'information européenne, qu'elle intègre à son journal.

En Allemagne en 2003, une réforme de l'audiovisuel, touchant la culture et l'éducation en télévision, menaçait *ARTE Deutschland* de fusionner avec 3Sat. Le *Kinderkanal* et le *Theaterkanal* de la ZDF étaient eux aussi voués à disparaître. Gottfried Langenstein s'y opposa, déclarant qu'ARTE et 3Sat ne partagent pas les mêmes origines, ni les mêmes ambitions, encore moins les mêmes objectifs, et insistait sur le caractère franco-allemand, culturel et européen d'ARTE, symbole de réconciliation franco-allemande, qui mérite d'être préservée telle qu'elle. 3Sat est, elle aussi, une chaîne culturelle, mais promotrice de la langue allemande uniquement, avec ses partenaires suisses et autrichiens, qui mérite que son identité soit elle aussi préservée.

Phoenix et ARTE partageaient en 2017 le même pourcentage de parts de marché (1,1%). 3Sat et Phoenix sont bien des concurrentes directes de la chaîne, qui se perd un peu dans l'offre foisonnante allemande. Les *Dritte Programme* régionaux sont au même titre des concurrents directs de la chaîne, tant dans leurs audiences que dans leurs contenus à dimension régionale, à valeur culturelle et éducative.

Si le graphique que nous proposons est représentatif de l'état actuel des choses en termes de positionnement de la chaîne dans les paysages audiovisuels français et allemands, précisons que le calcul des parts de marché restent des moyennes, et ponctuellement, ARTE se trouve en tête des audiences sur des programmes précis. Cela fait d'ailleurs partie des grandes stratégies de la chaîne. Cette dernière cherche, d'une part, à fidéliser son public, et elle y parvient largement au vu de ses taux d'audience très stables, mais elle fait en sorte de proposer des contenus attractifs, en résonance avec une actualité politique ou culturelle. Ainsi ARTE dépassait 3Sat et Phoenix grâce à son documentaire au sujet de Freddie Mercury, *The Greatest Pretender* le 03 août 2018 à 21h47, atteignant une audience de 0,62 Millions de téléspectateurs, un documentaire en écho à la sortie du biopic sur le chanteur dans les salles

françaises et allemandes en octobre 2018. Phoenix, en concurrence directe avec sa série documentaire *Der Südwesten von Oben* diffusé à 21h46, comptait moitié moins d’auditeurs (0,31 millions). Le 04 août 2018, alors que 3Sat diffusait à 20h16 une émission consacrée au festival de musique métal *Wacken Open Air 2018*, comprenant interviews des artistes et temps forts du festival en direct, à l’audience de 0,32 millions, ARTE passait en tête sur la même tranche horaire avec la flûte enchantée, *Die Zauberflöte* au *Salzburger Festspiele 2018*. La soirée opéra, retransmise en direct et en haute définition depuis Salzbourg, rassemblait près de 0,43 millions de téléspectateurs.



Sources : Mediametrie pour les audiences françaises, Statistica pour le calcul des audiences allemandes.

Si la courbe d’audience allemande ne dépasse que difficilement les 1%, nous pouvons constater qu’elle reste croissante sur les 7 dernières années proposées sur le graphique ci-dessus. La courbe est évocatrice de la réussite de la chaîne sur un point : la **fidélisation de son public**. Ces taux relativement bas sont caractéristiques de l’offre télévisuelle dans laquelle s’ancre la chaîne, qui peine depuis sa création à trouver sa place dans le paysage audiovisuel allemand, tandis qu’elle fait figure de niche culturelle dans le paysage français, et a été rapidement proposée parmi les sept premières chaînes à disposition, contre une trentaine en Allemagne. La courbe française relate plusieurs pics d’audience, qui s’expliquent notamment par l’ancrage de la programmation dans une certaine actualité culturelle. ARTE est l’unique chaîne du paysage audiovisuel français à proposer un tel contenu.

ARTE cherche à conserver sa spécificité culturelle, son statut particulier, mais la question des objectifs d’audience, en particulier de l’élargissement du public, reste centrale. Une stratégie



d'élargissement du public que l'on peut constater dans le dernier Contrat d'Objectifs et de Moyen de la chaîne pour la période 2017-2021,

Dans un paysage audiovisuel où la concurrence fait peser un risque de standardisation des images, ARTE peut toucher davantage l'attention du public en s'appuyant sur ce qui fait sa force : des programmes singuliers qui mettent en valeur les aspérités du monde, qui sondent les imaginaires et jettent des ponts entre les hommes. Elle doit pour cela amplifier son offre de programmes inédits et continuer à donner priorité à la création originale. [...] Le renforcement de son offre est la condition sine qua non pour élargir et diversifier son public, grâce à une politique de distribution efficace sur tous les supports de diffusion, en particulier les réseaux sociaux. Elle doit faire en sorte que la culture soit un lieu de rassemblement et de réconciliation. C'est pourquoi ARTE va continuer à favoriser le renouvellement des écritures, des formats, des modes d'accès à la culture, à désignation de tous les européens.<sup>914</sup>

Entre un auditoire certes fidèle mais plus restreint en Allemagne, et une courbe plus fluctuante en France, les programmeurs de la chaîne ont dû composer. À l'heure actuelle, afin de répondre aux habitudes télévisuelles de chacun, la programmation n'est plus strictement la même. Quelques créneaux sont ainsi adaptés aux habitudes télévisuelles de chacun. Mais la véritable solution semble finalement se trouver dans l'offre numérique, puisque le site web permet de mettre en place une programmation à la carte, ainsi qu'un accès aux programmes à toute heure. ARTE souhaite clairement jouer un rôle moteur dans l'utilisation et dans le développement des nouvelles technologies au profit du rayonnement culturel, de la consolidation d'une forme de culture européenne. S'il est impossible d'harmoniser totalement deux programmations télévisuelles, l'offre à la carte et donc le numérique semblent être en mesure de totalement rayer cette problématique.

### **c) Le développement de la chaîne vers d'autres support, la question du numérique.**

Les frontières entre l'antenne et le web s'effacent progressivement. L'irrigation entre le linéaire et le non-linéaire doit être permanente pour garder une avance en termes d'innovation et d'enrichissement éditoriaux, renouveler les formes narratives et accroître la fluidité de l'accès aux programmes, quel que soit l'écran.<sup>915</sup>

---

<sup>914</sup> COM 2017-2021 page 2.

<sup>915</sup> COM 2017-2021.

L'outil télévisuel est resté central dans l'ensemble de notre étude, puisqu'il constitue le point de départ de toutes les interrogations et investissements ayant mené à l'instauration d'un dialogue interculturel au sein de l'entité analysée. Le groupement a cependant dépassé cet unique support télévisuel et a développé de multiples stratégies sur ce vecteur qu'est le numérique, avec en outre une expression massive, une nouvelle forme de discours, par le biais des réseaux sociaux. ARTE semble s'être particulièrement bien adaptée au nouveau géant de la communication de masse qu'est Internet, en témoignent les multiples remaniements graphiques et ergonomiques de son interface web, sa présence sur tous les réseaux sociaux, ainsi que nombre d'élans de créativité, d'expérimentation en lien avec la pratique et l'écriture numérique. La chaîne franco-allemande a toujours assumé sa volonté d'ouverture à un public large, et donc de fait à un public de tout âge. En évoquant le développement d'ARTE vers ces nouveaux supports, qui rendent possible la création de nouveaux contenus inédits, et surtout *innovants*, l'un des termes clés ostensible dans les lignes éditoriales les plus récentes, nous tâchons de montrer à quel point ces supports favorisent, renforcent, le discours interculturel, à condition qu'ils respectent cependant un certain nombre de modalités. Il semblerait en effet que la chaîne se montre particulièrement efficace dans son utilisation de supports modernes, mais que cela mette aussi en exergue quelques inégalités entre les deux pays pourtant fondateurs, et censés fournir leurs contenus de manière paritaire. Cette condition est respectée en ce qui concerne la programmation linéaire, à l'antenne, mais l'est beaucoup moins sur le non-linéaire. Une fois de plus, les usages diffèrent, et cela impacte le système propre à la chaîne, bien que celui-ci ait été conçu de sorte à toujours convenir tant aux Français qu'aux Allemands.

Il y a toute une série de programmes spécifiques au numérique qui s'ajoute aux programmes qui sont diffusés sur le web, et cela permet aussi d'ouvrir de *nouvelles frontières d'interculturalité* puisque cela permet aussi de travailler avec d'autres langues européennes.<sup>916</sup>

Le numérique offre la possibilité de *penser plus large* et ce tant du côté de la diffusion, que de la réception de contenus, provenant de l'ensemble des partenaires de la chaîne. Le numérique ouvre de nouvelles perspectives dans le cadre des *transferts de biens culturels* à l'échelle européenne.

---

<sup>916</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

[...] depuis cinq ou six ans, on travaille avec tout ce que permet le numérique sur d'autres langues : le polonais, l'anglais, l'espagnol et l'italien. C'est l'Union Européenne qui nous soutient pour le faire, pour sous-titrer, 400 heures de programmes de chacune de ces langues, et on n'a pas les coûts de diffusion *broadcast*.<sup>917</sup>

ARTE a, à l'origine, été imaginée pour plus de deux pays, plus de deux langues. Si elle est représentée, dirigée par la France et l'Allemagne, elle demeure une chaîne européenne. Il aurait été trop coûteux, et techniquement très complexe, de faire entrer des pays dirigeants supplémentaires dans le GEIE, de créer un troisième, un quatrième signal, de s'interroger sur la création d'un canal dans les nouveaux pays en question, avec de nouvelles problématiques concernant la langue, la constitution d'une équipe non plus bilingue mais plurilingue, puis les obligations en termes de droits de diffusion, de droit audiovisuel. Seule la Belgique se présentait comme partenaire idéal, la question de la langue étant alors écartée. Mais le pays n'a pas trouvé les fonds nécessaires pour financer paritairement ARTE aux côtés de la France et de l'Allemagne. En ce sens, le numérique offre une opportunité de taille puisqu'il facilite cet apport de tous les pays, à condition que les créateurs respectent les attentes esthétiques et substantielles imposées par la chaîne. Le numérique permet en outre d'étendre l'offre, et ce sans limite, ce que ne permet pas l'antenne linéaire, et d'être particulièrement adapté aux nouveaux modes de consommation des téléspectateurs, qui souhaitent désormais pouvoir avoir accès à leurs programmes à toute heure, et facilement.

Ce que le numérique nous permet, c'est surtout cette consommation très libre. Le spectateur peut regarder son programme où il veut, quand il veut et comme il le veut. Le second avantage est que l'on a beaucoup plus d'espace. Dans la grille des programmes télévisés, il n'y a, à un moment donné, plus de place, alors que c'est infini sur le numérique.<sup>918</sup>

Le nouveau support de la chaîne, Internet, dépasse largement les frontières nationales, ou franco-allemandes dans le cadre de notre objet d'étude, et s'inscrit dans ses nouvelles stratégies. Alors que la télévision offrait dans les années quatre-vingts la plus grande visibilité, Internet ouvre un nouvel horizon, bien plus étendu. Mais le support télévisuel ne disparaît pas, et les professionnels de l'audiovisuel collaborent toujours dans l'optique de créer des contenus diffusables à l'antenne, accessibles ensuite sur le site web de la chaîne, dans le but de proposer une offre à tout type de consommateur, ainsi qu'une offre

---

<sup>917</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>918</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

complémentaire, cette fois-ci sur le site uniquement. Alors que les audiences françaises et allemandes de la chaîne varient ostensiblement, du fait de paysages audiovisuels inégaux et bien plus concurrentiels en Allemagne, le numérique semble offrir plus d'équilibre. L'avantage des supports web réside dans le fait qu'ils ne se concurrencent pas les uns les autres comme le font les chaînes de télévision. Les stratégies doivent cependant être totalement repensées pour attirer un public sur la plateforme la plus abondante en termes de contenus.

[...] dans une même offre, la théorie est qu'on ne se cannibalise pas, parce que les publics ont de toute façon des usages différents. Je regarde toujours à la fois le résultat numérique, à la fois le résultat des leaders. Ce qui change est ceci : en télévision on sait où notre vrai concurrent se situe. On le sait aujourd'hui, d'un point de vue cognitif, les gens regardent rarement plus de neuf chaînes. Même s'ils en ont trois-cent, ils font le choix à peu près entre neuf chaînes, ça veut dire qu'en télévision pure vous avez neuf concurrents, vous êtes la dixième. Dans le monde numérique vous avez en moyenne trois millions de concurrents. Ça veut dire que la bataille pour la notoriété devient décisive. On n'est plus la chaîne numéro sept dans le numérique, et donc il faut se battre infiniment plus qu'en télévision pour aller chercher les publics, ce qui crée de nouveaux métiers. Il faut passer du métier de *broadcaster* à un métier de *broadcatcher*, c'est-à-dire de passer de diffuseur à acquéreur de publics et d'attention.<sup>919</sup>

La politique du numérique est accrue chez ARTE, et un rapide tour d'horizon de ses grandes mutations illustrera parfaitement les propos tenus par le responsable des antennes linéaires et non linéaires.

Internet et les productions web sont synonymes de diversification de l'offre, et, dans le but de maintenir sa spécificité, ARTE a mis en place de nouvelles stratégies éditoriales par le biais de ces contenus exclusifs au web. ARTE fait en sorte de faire participer ses publics, en conservant sa nature européenne, créative, franco-allemande. Ses responsables sont conscients du potentiel d'Internet, permettant à chacun de s'exprimer, permettant à la chaîne d'occuper une place dans un espace de communication mondial, de réagir en direct aux grands événements, de diffuser sans limite. Ces nouvelles perspectives de production de l'information, et de production de contenus culturels redynamisent la chaîne dans un climat concurrentiel croissant. L'utilisation accrue du support web date de la rentrée 2000. Afin d'étendre ses actions culturelles, son soutien à la création, ARTE en fit une priorité. L'arrivée

---

<sup>919</sup> Emmanuel Tourpe, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

des nouvelles chaînes sur le numérique a poussé la chaîne à se diversifier, à se démarquer, en misant sur la qualité. Forte de son caractère expérimental, et appréciée pour cela, la chaîne franco-allemande n'a pas hésité à repenser ses techniques de diffusion, et a rapidement parié sur ce nouveau support.

Le site web *arte-tv.com*, en ligne dès 1996, fut totalement remanié. Ce dernier se voulait convivial, moderne, et devait permettre d'exprimer la volonté de la chaîne d'en faire une véritable offre complémentaire, en ce sens que l'expérience web prolongeait les sujets traités lors d'émissions diffusées en linéaire. Nombres d'études qualitatives furent menées, preuve d'un réel désir de cerner les attentes des téléspectateurs, et de déterminer des axes d'optimisation des programmes. Le rapport annuel de 2000 fait état d'une « refonte du site internet. [...] Il s'agit notamment de l'utiliser comme un média à la fois indépendant et complémentaire des programmes, et d'établir ainsi un contact plus étroit avec le téléspectateur et les internautes. » Le site *arte-tv.com* a fêté ses 5 ans en 2001, et a développé encore ses contenus complémentaires de la programmation à l'aide de vidéos, quizz interactifs, ou encore un forum de discussion. Ses fréquentations ont toujours été à la hausse, et il fut récompensé pour son nouveau design par le prix *European Eyes and Ears Awards*. ARTE a accentué sa politique de fidélisation et d'accessibilité, ainsi que sa proximité avec le public en créant un service téléspectateur, pour toujours mieux cibler les attentes de son auditoire. En 2005, ARTE a proposé un nouveau service de vidéo à la demande, dans le but de « tisser un réseau actif de coopérations culturelles dans le domaine audiovisuel. » Alors que les éditions ARTE bénéficiaient d'un succès non négligeable, la chaîne jouait une fois de plus la carte du web en proposant un nouveau service, *ARTE à la carte*, pour mieux répondre aux recherches et attentes des internautes. L'outil *ARTE +7* fut mis en place deux ans plus tard permettant aux téléspectateurs de visualiser un programme sur le site de la chaîne une semaine après la diffusion à l'antenne. En créant des événements en ligne, ARTE bénéficiait en 2008 d'une augmentation de près de 25% de son public sur le web. Chaîne d'expérimentation, chaîne ancrée dans les modes de consommation de ses publics, ARTE reste à l'affût de toutes les nouvelles normes. Elle fut ainsi la première chaîne en France comme en Allemagne à lancer une diffusion 24/24h en haute définition. ARTE cherche en permanence à améliorer sa qualité de diffusion, à élargir sa réception. ARTE est parvenue à mettre en place un système de complémentarité entre l'antenne et le web, qu'elle ne cesse d'enrichir. C'est en dépassant l'unique média télévisuel qu'ARTE parvient à rassembler un public, mais aussi des acteurs de la création européens, nous y reviendrons. Création et diversité sont les maîtres mots de la

chaîne, une formule qui semble porter ses fruits puisque la chaîne relevait en 2008 une progression de 18% sur la TNT en France, de 13% en Allemagne. Le site web comptabilisait alors 35% d'augmentation, et ARTE + 7 progressait de 120%.<sup>920</sup>

L'arrivée d'ARTE sur Internet s'est faite en plusieurs étapes. ARTE est arrivée très tôt sur le marché du numérique, avec la télévision de rattrapage en 2007, ARTE Concert en 2009, ARTE Creative en 2011, les plateformes thématiques ARTE Info, Future et Cinéma à partir de 2010. Désormais rattrapée par les autres chaînes de télévision, celles du service public comprises, ARTE renouvelle son offre et la centre sur l'innovation et la création. Concernant la musique, le rôle d'Internet fut plus que déterminant, puisque cela permettait à la chaîne de mettre en ligne un nombre infini de contenus, et donc de pouvoir élargir l'offre au maximum, et ainsi convenir à tous, et en particulier à la partie allemande, qui souhaitait avec ARTE pouvoir proposer un maximum de contenus musicaux.<sup>921</sup>

[...] c'était toujours très frustrant d'en mettre (sic. de la musique) à la télévision parce que, soit vous mettez systématiquement, disons, les dix mêmes œuvres du répertoire classique, opéra inclus, les dix grands artistes iconiques de la culture pop dans les deux pays, et dans ce cas vous avez des succès d'audience répétés, soit vous allez dans la nouveauté, et tout devient plus compliqué parce que vous êtes dans une série de tranches de publics qui sont différentes, et celui qui aime l'un ne va pas aimer l'autre. Mais il fallait qu'on le fasse donc on a été face à cette limite jusqu'à ce que le numérique permette de faire *ARTE Concert*, et d'offrir plein de choses différentes, à des gens différents, qui ont des goûts différents, qui pourront aller chercher ce qui les intéresse.<sup>922</sup>

ARTE a aussi profité du succès des réseaux sociaux pour se diversifier, attirer des publics plus jeunes, et promouvoir ses manifestations culturelles. La page ARTE Actions Culturelles fut créée dans cette perspective sur Twitter et Facebook. La page ARTE, créée en 2009, compte près de 1,2 millions d'abonnés sur Twitter France, 305 000 sur Twitter Allemagne. Sur Facebook, la chaîne cumule près de 3,2 millions d'abonnés, 519 000 abonnés sur l'Instagram allemand, 707 000 concernant le site en français. La politique de rajeunissement de son public est en partie garantie par cette visibilité sur les réseaux sociaux.

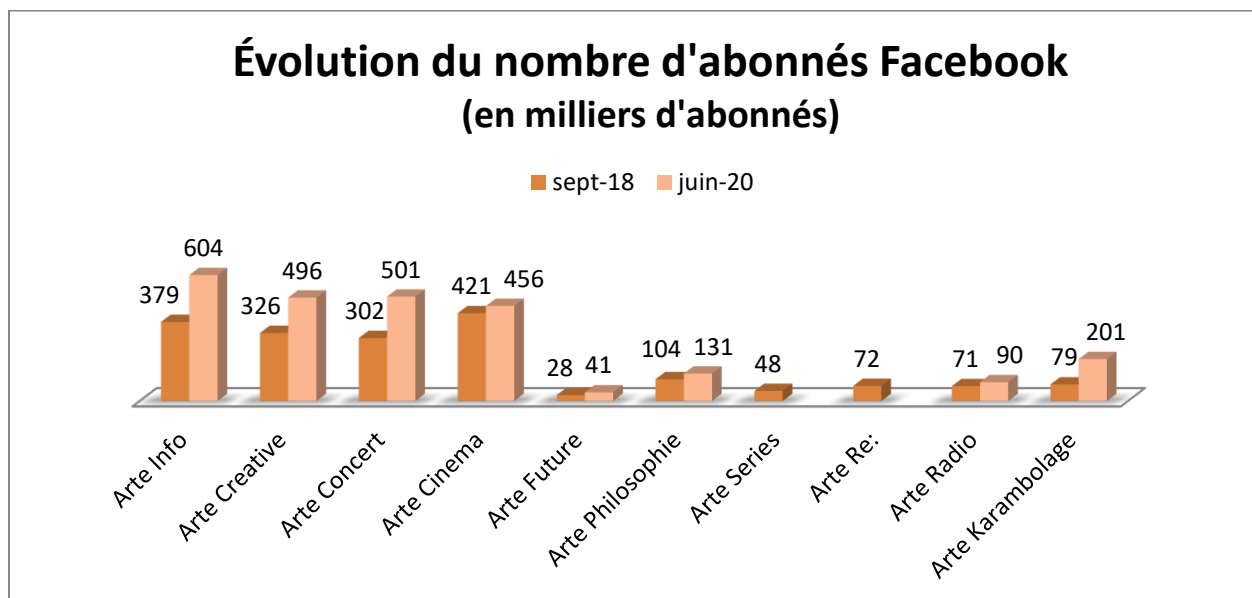
---

<sup>920</sup> Rapport de la chaîne pour l'année 2008.

<sup>921</sup> « Au moment où ARTE s'est créée les Allemands réfléchissaient à la création d'une chaîne musicale et donc finalement les fonds, une partie de la redevance qui devait être consacrée à cette chaîne, a été fondue dans ARTE. Les Allemands ont donc tenu à ce qu'il ait une mention spécifique à la musique, d'où la soirée thématique musicale. Elle a existé pendant un certain temps puis a été enlevée, mais aujourd'hui, l'importance qu'a pris ARTE Concert est héritier du côté allemand. » Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

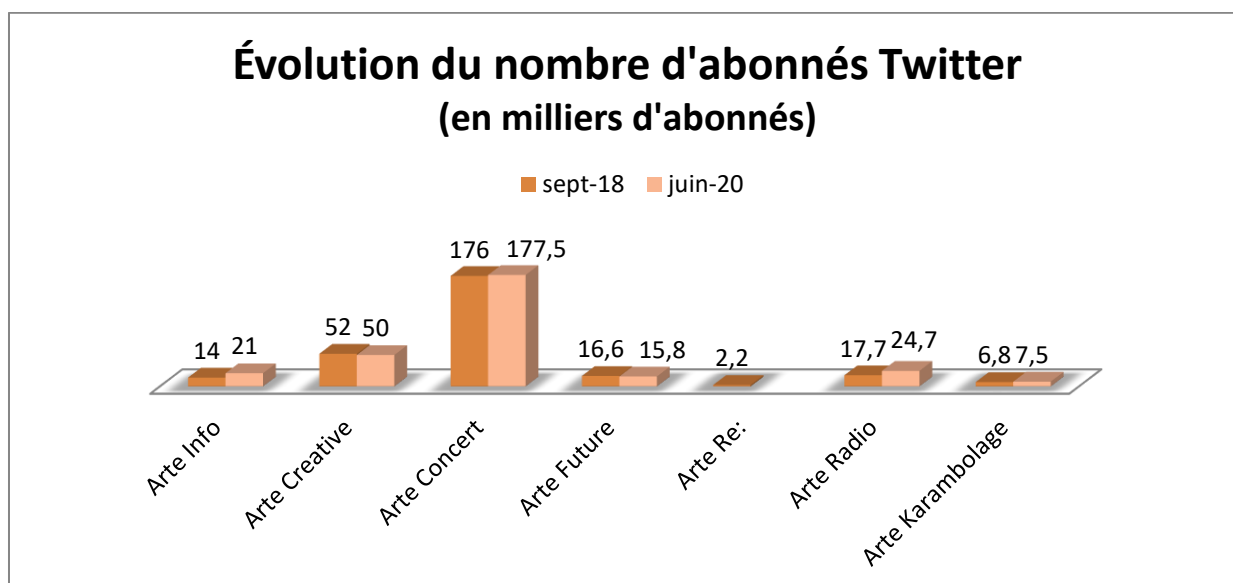
<sup>922</sup> Idem.

Une rapide étude de l'évolution du nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux, sur chacune des pages créées par la chaîne, montre une croissance significative de ces usages, ainsi qu'une nette augmentation concernant l'information (soit une augmentation de près de 59%), les concerts (+65,6%) et *Karambolage* (+153%) sur Facebook.



923

Les augmentations sur Twitter sont bien moins significatives que sur Facebook, en témoigne le graphique suivant :



924

<sup>923</sup> Graphique réalisé par l'auteur à partir des données fournies par Facebook. Les pages ARTE Séries et ARTE Re : ont été supprimées entre septembre 2018 et juin 2020.

La chaîne a en outre décliné son offre sur les réseaux sociaux en créant des pages dédiées à certaines émissions – les plus populaires atteignent un nombre d’abonnés important, tant sur Facebook, Twitter, qu’Instagram – et cherche ainsi à créer du lien et un réel espace d’échange entre les publics. L’on a pu relever de réelles différences de notoriété entre les programmes disposant de pages sur les réseaux sociaux. Ainsi, la très populaire *Tracks* atteint 492 000 abonnés, le 28 *Minutes* 206 000, *Le Dessous des Cartes* 401 000, *Philosophie* 130 000, l’émission *Vox Pop* semble moins attirer avec 27 000 abonnés. Cette étude de la popularité de certaines de ces pages montre en outre une différence très marquée avec la partie allemande et son usage des réseaux, la version allemande du *Dessous des Cartes*, *Mit Offenen Karten*, ne comptabilise que 61 000 abonnements, et *Zu Tisch / Cuisine des Terroirs* ne passe pas le seuil du millier avec seulement 932 abonnés. La popularité de ces formats sur Twitter est proportionnelle à celle relevée sur Facebook, *Tracks* comptabilise 83 100 abonnés, le 28 *Minutes* 65 600. *ARTE Interactif*, dédiée à la réalité virtuelle, aux jeux vidéo, et autre contenus numériques, touche 12 200 abonnés, et *Educ’ARTE* atteint presque les 8000 abonnés. *Vox Pop* compte un peu moins de 7000 abonnés français contre 692 abonnés allemands. La popularité de la chaîne sur les réseaux sociaux est donc particulièrement inégale d’une part et de l’autre du Rhin, mais pas uniquement. Le nombre d’abonnés Twitter selon les pays montre à quel point la version française d’ARTE se détache du reste de l’Europe. Alors que qu’en langue française, ARTE comptabilise 1,2 millions d’abonnés, son pendant allemand n’en touche que 305 000. La version espagnole semble plutôt populaire avec ses 20 000 abonnés. Les versions anglaise (6000), polonaise (4000) et italienne (2000) s’en sortent moins bien. Notons cependant que la version italienne a ouvert en 2018 seulement, contre 2008 pour la France, 2015 pour l’Espagne et l’Angleterre, ce qui explique en partie ces différences si importantes.<sup>925</sup>

Le réseau social Instagram, très prisé par la jeune génération, permet à la chaîne de s’exprimer à ce niveau, et profite de l’utilisation des « *stories* » tant pour faire la promotion de leurs programmes à venir sur l’antenne linéaire, que pour faire des sondages, des jeux...Arte Fr totalise 713 000 abonnés, Arte.tv, en langue allemande, 523 000 abonnés. L’écart est donc

---

<sup>924</sup> Histogramme réalisé par l’auteur à partir des données fournies par Twitter. Toutes les pages existantes sur Facebook n’existent pas forcément sur Twitter, ce qui explique les différences entre les deux tableaux.

<sup>925</sup> « ARTE fait partie des chaînes publiques les plus présentes sur les réseaux sociaux. En 2013, la Chaîne franco-allemande a rassemblé plus de 1,6 millions de fans sur Facebook, dont 800 000 sur la page ARTE, et un succès renouvelé pour *Tracks* qui engrange près de 310 000 *likes*, la meilleure performance des 24 pages programmes. Présente avec 21 profils sur Twitter, ARTE informait en 2013 ses 353 000 *followers* de l’actualité, des programmations spéciales et des événements. ARTE est par ailleurs représentées sur *Youtube*, *Soundcloud*, *Instagram*, *Vine*, *Google+* et *Dailymotion* » : Rapport 2013-2014



réduit grâce à Instagram. Arte Concert en France atteint les 97 100 abonnés, en Allemagne 2 486, et « Arte à suivre » touche 58 800 d'abonnés, la page propose la diffusion de séries inédites sur le réseau. *Tracks* en langue anglaise atteint les 60 300 et *Invitation au Voyage* 26 100.

La chaîne n'hésite pas à innover et propose des contenus inédits, tel qu'en 2006, avec un documentaire, *24h Berlin*, diffusé sans interruption et en direct du 5 au 6 septembre 2009. Les deux plateformes citées précédemment, ARTE Live Web et ARTE Creative, ont été mises à disposition sur le site de la chaîne en 2010, innovation suivie d'un profond développement sur les réseaux sociaux. La politique de création d'ARTE a été ravivée par le web. Nombre de web-fictions inédites ont ainsi été mises en ligne. La plateforme ARTE live Web, plateforme de retransmission de concerts et festivals européens, connut un réel succès, et a dépassé en deux ans d'existence seulement les 3,6 millions de visites. La chaîne, qui a pris le risque de proposer des contenus musicaux plus diversifiés, moins classiques et parfois perçus comme élitistes, n'a pas perdu ses fidèles, et a pu attirer un nouveau public en proposant l'offre la plus large possible, du jazz au classique, en passant par la musique urbaine, la pop ou le métal. ARTE Creative a très bien fonctionné, et ce dès sa première année. La plateforme permet à de jeunes artistes de s'exprimer, et met en valeur la création sous toutes ses formes, fait place belle à la création numérique, à la culture pop et contemporaine. Elle met en lumière les genres oubliés de la culture tels que l'architecture, le design, la photographie ou encore les jeux vidéo. S'il s'agit d'une plateforme web pour des raisons pratiques de coordination et d'échange, la chaîne s'engage à faire du lien avec son antenne, et quelques programmes sont régulièrement sélectionnés pour être diffusés sur le support télévisuel classique.

Grâce à la technologie satellite et la TNT, ARTE diffuse en HD dans toute l'Europe. Son signal analogique fut stoppé en France le 29 novembre 2011, en Allemagne le 30 avril 2012, pour ne conserver que les canaux haute-définition. ARTE Journal fut d'ailleurs le premier journal d'information produit en haute-définition en Allemagne. Depuis 2012 ARTE diffuse en numérique dans toute l'Europe. ARTE a multiplié les supports de diffusion, en direct, puis la télévision de rattrapage sur les ordinateurs, smartphones et tablettes. La chaîne a pu jouir de ces nouveaux moyens techniques, permettant la dématérialisation des programmes et donc une simplification des échanges de données et de programmes – qui plus est culturels. Désormais, la chaîne axe sa stratégie sur la dimension bi-média. ARTE cherche à s'affirmer de plus en plus sur le web, le rapport d'activité de 2012-2013 le mentionne déjà très clairement.

Sur ARTE, la culture repousse les frontières : nous invitons le public et tous les acteurs de la vie culturelle à conquérir les nouveaux médias comme un espace de liberté et de création pour forger ensemble un imaginaire commun [...]

La plateforme ARTE Future a elle aussi été imaginée à cette époque, plateforme dédiée à l'environnement, aux sciences et à l'économie. Elle n'est désormais plus active, l'offre faisant désormais partie intégrante du site web. Le canal franco-allemand parvient ainsi à s'adapter aux nouveaux moyens de communication, aux nouvelles méthodes de consommation tout en assumant sa différence faisant avant tout le pari de la créativité.

Dès avril 2013, la chaîne proposait une diffusion en live sur son site, afin de faciliter l'accès à la programmation continue. ARTE Journal Junior, à destination des jeunes, fut mis à l'antenne en février 2014. En mai 2015 ARTE mettait sur pied une nouvelle plateforme, *The Opera Platform*. Les plateformes *ARTE Concert*, *ARTE Creative* et *ARTE Future* s'habillaient d'un nouveau design. ARTE Future a reçu le prix Grimme pour son application à 360° et en 3D au sujet des dangers du réchauffement climatique en 2015, *Polar Sea 360*. Le service en ligne *ARTE à la Carte* permet aux internautes d'être tenus informés de la programmation selon leurs centres d'intérêts.

Internet doit permettre de créer un lien le plus direct possible avec le téléspectateur, et ARTE est consciente que son image de qualité est due à l'intérêt de la chaîne pour ses publics, un intérêt pour l'*Autre* indissociable de l'interculturel. Les activités de communication de la chaîne ont toujours été en croissance constante. La chaîne participe à la vie culturelle et présente ses contenus sur un maximum de supports, s'attirant ainsi les faveurs de la communauté la plus large possible. Tout en remplissant sa mission de média culturel transnational, ARTE a appris à anticiper les attentes, à traiter de la culture en lien avec les actualités, à diversifier ses contenus, diversifier ses formats et ses supports. Le site web d'ARTE offre une possibilité d'interactions pendant certaines de ses émissions. De nombreux mails sont en outre adressés à la rédaction. L'on constate cependant une divergence des pratiques entre les deux nations impliquées ; près de 53% des questions et remarques adressées à la rédaction sont d'origine allemande, contre 37% en France, 10% pour les autres nations.

ARTE cherche à s'imposer comme modèle de référence culturelle et de créativité européenne, et étend son offre grâce à ces nouveaux supports de diffusion. C'est donc en favorisant les projets *transmédi*as, les écritures participatives, que la chaîne donne une nouvelle impulsion à

la création. Parallèlement à cela, et par le biais des réseaux sociaux, ARTE individualise les échanges et les besoins, tout en multipliant les interactions au-delà des frontières. Près de vingt ans après la télévision, Internet se profile comme nouveau média rêvé pour une entreprise prônant le rapprochement des peuples, le mélange des pratiques, les transferts de biens culturels et de connaissances. L'on retrouve dans les chartes de la chaîne le calembour « téléspect-acteurs », soulignant cette volonté de participation accrue des publics.

Sur le numérique nous faisons finalement la même chose que sur le *broadcast*. Ce qui est sur le numérique uniquement, le *web only*, reste à destination des deux pays. Ce que le numérique nous permet, c'est surtout cette consommation très libre. [...] Il n'y a pas de contenus produits et mis en ligne uniquement pour les Français ou les Allemands sur le web.<sup>926</sup>

ARTE est en quête d'unité dans ses contenus web. Les contenus mis en ligne sont pensés de sorte à pouvoir être diffusés à l'antenne, ils sont donc conçus ou remodelés de sorte à respecter les lignes éditoriales du groupement. Certains contenus attestent une belle cohabitation, une belle collaboration franco-allemande, à l'instar du court format *Gymnastique, la culture sans claquage*, qui consiste en cinq minutes à répondre à une question culturelle ou scientifique, à décrypter un phénomène, et ce de manière ludique. Le programme est conçu par une production franco-allemande, et s'ancre dans une perspective européenne palpable à l'écran, en partie parce que les références utilisées pour expliquer l'ensemble des phénomènes choisis sont originaires de tous les horizons. Les intervenants s'y expriment en français, allemand ou anglais. Le site web et l'ensemble de ses contenus se profilent donc comme nouveaux vecteurs de communication interculturelle, d'outils de transfert culturel. L'outil numérique offre à ARTE un nouveau support, particulièrement extensible, de propagation de son discours pro-européen. La chaîne s'est engagée dans ces écritures nouvelles, et soutient la création numérique, les talents émergents.

Le renforcement de son offre est la condition *sine qua non* pour élargir et diversifier son public, grâce à une politique de distribution efficace sur tous les supports de diffusion, en particulier sur les réseaux sociaux. Elle doit faire en sorte que la culture soit un lieu de rassemblement et de réconciliation. C'est pourquoi ARTE va continuer à favoriser le renouvellement des écritures, des formats, des modes d'accès à la culture, à destination de tous les Européens.<sup>927</sup>

---

<sup>926</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>927</sup> COM 2017-2021.

ARTE use de la technologie au service de l'accessibilité, de la création, afin de toucher de nouveaux publics, de favoriser l'émergence d'un espace de création et d'innovation.

Les 5 prochaines années, ARTE va continuer à innover, prendre des risques, faire émerger des écritures nouvelles. Ses équipes cultivent pour cela un esprit de laboratoire, en expérimentant des passerelles entre les genres, en imaginant de nouveaux formats, en s'entourant de nouveaux talents.<sup>928</sup>

La chaîne, qui souhaite encourager la création, se détache de ses fonctions principales pour se positionner comme soutien financier, avec les coproductions, mais aussi comme chaîne médiatrice, prenant part à l'organisation d'événements, notamment autour de la création numérique, à l'instar du récent projet *Game Jam*, en mars 2020 à Saint-Ouen, qui rassemblait des équipes constituées de talents émergents européens, eux-mêmes encadrés par des professionnels et personnalités du jeu vidéo, venues de France, d'Allemagne, d'Italie, de Pologne, du Royaume-Uni et du Danemark, afin de créer un prototype de jeu vidéo en un temps record d'un week-end.

Disponible sur tous les écrans, la chaîne a développé une offre *à la carte*, et se situe de plus en plus dans un contexte de média de l'offre, personnalisé. Si ARTE s'engage comme coproductrice dans le jeu vidéo et autres œuvres interactives, si ses élans de création, de production européenne, mettent en lumière une ***nouvelle démarche de production d'un dialogue interculturel***, nous notons cependant une problématique de taille, que l'exemple précité du *Game Jam* met d'ailleurs en exergue, puisqu'organisé à Paris, par ARTE France : un ***déséquilibre*** certain en termes d'engagement et de propositions faites entre la France et l'Allemagne. Le numérique fait montre d'un développement à ***deux vitesses*** en termes de créativité, d'expérimentation de part et d'autre du Rhin.

Toute l'offre non linéaire, qui est fournie donc par les Allemands et les Français, est beaucoup plus forte en France parce que ça a des aspects de facilité avec ce centralisme...<sup>929</sup>

La France se profile effectivement, dans le cadre précis de l'apport en contenus sur le web, comme plus dynamique, plus créatrice que l'Allemagne, et ce depuis plusieurs années et non uniquement concernant ces récentes stratégies numériques. En 2002, le pôle français créait par exemple ARTE Radio, qui n'est, à l'heure actuelle, toujours pas disponible en langue

---

<sup>928</sup> COM 2017-2021.

<sup>929</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

allemande. Une différence qui s'explique notamment par la différence structurelle, fédérale d'un côté et centralisée de l'autre, de l'Allemagne et de la France. La partie française coordonne ses créations bien plus aisément que la partie allemande, éclatée sur l'ensemble du territoire dans ses différents *Anstalten*. Il semblerait en outre que la partie française d'ARTE soit encore particulièrement active du fait de son passé avec La Sept.

Ce qui est vrai, c'est que la différence demeure, c'est-à-dire qu'il y a une société qui est exclusivement dédiée à ARTE France, et on voit quand même qu'elle a, de fait, plus de liberté, notamment dans le domaine numérique, pour expérimenter des choses, sur le jeu vidéo par exemple, ou encore lorsqu'elle s'est engagée la première dans la diffusion de série... [...] Je dirais que le côté français a plus de liberté dans l'expérimentation.<sup>930</sup>

La plateforme éducative Educ'ARTE a elle aussi été imaginée par le côté français, et est disponible pour les écoles et enseignants français. Outre Rhin, les écoles accusent un certain retard sur la numérisation, comme nous avons pu le montrer dans notre partie théorique.

Oui, ça a été élaboré par ARTE France Développement. On essaye de le développer aussi en Allemagne. Côté Allemand on a plus de mal parce qu'il y a un certain retard numérique des établissements scolaires allemands, qui tient à la fois des raisons un peu culturelles de la réticence par rapport à la gestion des données, et puis un retard tout à fait industriel dans les réseaux.<sup>931</sup>

Une rapide analyse comparative de l'onglet consacré aux nouvelles pratiques numériques sur le site web de la chaîne, « Productions Numériques / *Digitale Produktionen* » montre à quel point la différence est importante. Ces productions numériques se veulent innovantes, en accord avec les nouvelles pratiques, les nouveaux usages, et revêtent plusieurs formes ; web séries, web documentaires, réalité virtuelle, 360°, jeux vidéo... si les formats cités sont présents tant sur la version allemande que française, la majorité des projets présentés est d'origine française, et coproduite ou soutenue par ARTE France. Leur écriture doit tout de même respecter les lignes éditoriales de la chaîne, et donc respecter un angle européen, et sont disponibles majoritairement en version doublée, parfois sous-titré en allemand. Qu'il s'agisse de documentaires (*Tous musclés*, *On verra demain : excursion en Procrastie-Nation*, *Design signé Perriand*, *Retrogaming made in France*), d'expérience de réalité virtuelle (*Ex Anima*), de web-fictions (*Amours solitaires*, *Replay*), séries animées (*Globezone*) les productions sont françaises, en grande partie même parisiennes. Le magazine web *Blow Up*, en ligne depuis

---

<sup>930</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>931</sup> Idem.

2010 est lui aussi français, doublé en langue allemande. Alors qu'il est possible, depuis le site français, de candidater et proposer un apport en cliquant sur le lien « Soumettre un projet », la version allemande est bien moins engageante. S'il existe un lien comparable « *Ein Projekt einreichen* », celui-ci renvoie à sa version française, non traduite, pas même en anglais. La nature européenne des projets numériques réside plus dans leurs contenus, que dans la nationalité des réalisateurs ou et des productions. Sur ce même onglet, ARTE se félicite de participer activement au renouveau et à la promotion des écritures numériques avec l'Atelier de L'Audiovisuel Public, constitué par l'INA, ARTE France, France Télévisions, France Media Monde, Radio France et TV5 Monde. La thématique « *Ma vie sur les réseaux sociaux* » a donné naissance à plusieurs séries, vidéo ou audio, tel que « *Dans ton tel* » diffusée en 2019 sur ARTE TV en langue française uniquement (le fait de basculer en langue allemande renvoie sur la page d'accueil du site, et le format n'est ni doublé, ni sous-titré) ou encore « *Double Vie* » et « *L'Effet Domino* » diffusées respectivement sur ARTE Radio, et France Inter. Si le projet a toute sa légitimité, il n'en demeure pas moins franco-français et remet en question les dires de nos interviewés, qui assuraient que l'ensemble des contenus web étaient pensés pour les deux pays créateurs de la chaîne. La politique de soutien à la création et à la culture française a aussi conduit à la création d'une chaîne Youtube, *Le Vortex*, dédiée à la vulgarisation scientifique, une fois encore uniquement à destination d'un public francophone, ainsi que l'émission *FAQ* (Foire aux Questions) sur le réseau social Snapchat, fondé sur un principe collaboratif avec un jeu de questions/ réponses, toutes à teneur sociétales, culturelles et européennes. Le concept de l'émission tourne avant tout autour du ludique : quizz, sondages, témoignages, contenus vidéos et photos... En novembre 2020, ARTE, *Youtube* et le CNC inauguraient le partenariat « Savoirs et Cultures ». Ainsi, des vidéos sélectionnées par ARTE ont été mises en ligne sur ce portail afin de « soutenir et faire rayonner la culture française », et ce en réaction à la crise sanitaire. Le projet, cofinancé à hauteur d'un million par *Youtube* et le CNC a non seulement pour vocation de rendre accessible la culture et l'information, mais aussi de former de nombreux acteurs de l'éducation et les institutions culturelles à la pratique numérique. Le portail « Savoirs et Cultures » trouve son pendant allemand, et est par ailleurs disponible en langue allemande depuis les réseaux français, preuve tout de même d'une certaine convergence des usages numériques d'un pays à l'autre, d'une culture à l'autre. Le « non linéaire » se profile désormais comme vecteur indispensable à la production d'un discours à forte teneur interculturelle, la « consommation à la carte » permettant d'effacer quelques-uns des antagonismes relevés lors de l'étude de la genèse de la chaîne. Cependant, si la presse

francophone a largement couvert et promu l'ouverture du nouveau portail culturel de *Youtube*, la presse allemande est restée très discrète. Alors que des contenus en langue allemande sont disponibles sur la plateforme, la presse française ne relate que du rayonnement des institutions culturelles françaises, d'un soutien à « la culture française ». La presse de l'Héxagone reste ainsi dans son paradigme franco-français uniquement, omettant d'évoquer l'existence de contenus dans d'autres langues.

Les contenus web, même s'ils sont aussi diffusés sur l'antenne linéaire, rassemblent plus aisément les publics. La question des *imaginaires* souvent traitée au cœur des études sur la télévision, et ce en partie parce que la télévision, en tant qu'objet, a été conçue de sorte à s'ancrer dans une sphère familiale, et se doit donc d'être représentative d'un *imaginaire partagé* par tous, ce qui l'ancre par ailleurs dans ses frontières nationales, n'est pas applicable sur Internet. Il n'existe pas d'*imaginaire commun* propre aux contenus sur le web. Les contenus y sont tellement variés, tellement nombreux, que les stratégies pour attirer un public sont bien plus pragmatiques, et se centrent sur les *usages*, et les *motivations*<sup>932</sup> de ces publics. ARTE fait, à ce titre, figure de parangon.

Ce qui se passe, c'est qu'on essaie à la fois de produire et de programmer pour les publics numériques de manière à les toucher là où se produit leur acte de consommation, et ce qui suscite leur acte de consommation, ce qui le motive, et ce qui le renforce, il ne s'agit donc pas d'imaginaire, c'est vraiment une logique de marketing, de consommation – et il faut oser le mot – de fidélisation. Cela peut être très étonnant dans une chaîne culturelle comme ARTE mais fondamentalement, il n'y a pas d'imaginaire particulier sur les publics du numérique.<sup>933</sup>

Le numérique permet à ARTE d'élargir son offre, en plusieurs langues, d'étendre sa marque et d'intensifier les échanges entre de nombreux acteurs culturels, de nombreux créateurs. Le web permet en outre à la chaîne de diversifier ses moyens de communication, de créer une relation de proximité avec ses publics, grâce aux réseaux sociaux notamment, sur lesquels fleurissent les sondages, jeux et autres contenus promotionnels. ARTE se démarque par ailleurs d'autres chaînes de télévision par sa présence dynamique sur ces réseaux, les publications sont régulières, souvent accompagnées d'une touche d'humour si le sujet le permet. ARTE se positionne très bien en ce qui concerne l'étude des usages, des attentes de

---

<sup>932</sup> « c'est-à-dire les raisons pour lesquelles on consomme du média. » Emmanuel Tourpe, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>933</sup> Idem.

ses publics, analyse les moyens préférés de distribution, enquête sur les meilleures façons de distribuer ses programmes.

[...] on est en train de développer un certain nombre de travaux pour être capable de savoir qui regarde quoi de manière très précise, en HbbTV (les télévisions connectées) et à quelle heure. Je fais analyser la même chose par tranches d'âge sur Facebook, sur Youtube, puisque j'ai envie de savoir à quel moment de la journée précise de l'information est consommée par les gens entre 55 et 65 ans, sur quelle durée, et quelle sont leurs préférences.<sup>934</sup>

Parmi les avantages du numérique donc, outre la possibilité de multiplier l'offre et les formats, outre la possibilité d'attirer un public plus jeune, qui se retrouve désormais moins dans la télévision que sur les ordinateurs, tablettes et autres smartphones, figure un paramètre fort utile à la construction d'un discours interculturel : celui de la supposée absence d'*imaginaire* propre à ce support, contrairement à la télévision. Les « *limites mentales* »<sup>935</sup> y sont pour ainsi dire repoussées, les *savoirs iconiques*<sup>936</sup>, y sont plus aisément partagés. Finalement, la convergence des pratiques semble avoir conduit à une convergence des références, facilitant alors la production de contenus dont le rayonnement se veut le plus large possible, international. Cela conduit ainsi les médias tels qu'ARTE à repenser leurs stratégies de communication et de pénétration dans leurs modes de consommation.

Ça change complètement le métier, ça veut dire que la polarité, l'axe, doit être mis sur la conquête des publics. [...] Il ne suffit plus de diffuser, on doit être un diffuseur qui mérite l'attention. Ça veut dire bien plus que de faire simplement de la publicité ou du marketing, ça veut dire aller chercher les publics.<sup>937</sup>

Grâce aux réseaux sociaux, ARTE a su tisser un vrai lien de proximité avec ses publics. Sur son site web, la chaîne facilite l'accès à nombre de connaissances liées directement avec l'actualité, non seulement grâce à son journal d'Information européenne, mais aussi en créant des bibliothèques de contenus permettant de mieux cerner ce qui marque l'actualité, politique, économique, sociale. À titre d'exemple, lors des mouvements de contestations liés à la mort de George Floyd, qui conduisaient sur les réseaux sociaux à la création d'un *hashtag* « Black Lives Matter », ARTE mettait en place sa médiathèque associée à l'évènement, en proposant

---

<sup>934</sup> Idem.

<sup>935</sup> (Klaus Wenger, « ARTE, La télévision dans le dialogue interculturel » dans *Allemagne d'Aujourd'hui* n°162, octobre-décembre 2002, p.146)

<sup>936</sup> Chartain, Lucile. « La circulation du cinéma allemand contemporain en France : l'expérience filmique comme rencontre avec / de l'Autre ». *Textes et contextes*, n° 11 (1 décembre 2016).

<sup>937</sup> Emmanuel Tourpe, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.



à la fois des contenus inédits sur le sujet (information, suivi de l'actualité, débats), un 28 *Minutes* « La France et l'Europe doivent-elles tourner le dos à Donald Trump ? » en juin 2020, mais aussi nombre de documentaires ou magazines produits bien des années auparavant, instruisant sur la question du racisme aux États-Unis : « États-Unis : Les fantômes de la guerre de Sécession » (2017) , le long métrage « Je ne suis pas votre nègre » (Raoul Peck, 2015), un épisode de l'émission *Tracks* avec Angela Davis, la mise en ligne du format « Les grands discours » avec celui de Martin Luther King, *I have a dream*.

ARTE offre à ses publics la possibilité de s'exprimer sur ce forum européen. En plus de constituer un discours médiatique interculturel, la chaîne amplifie le dialogue entre les cultures. Alors qu'il n'existe pas de public européen en télévision, il semblerait que les frontières, grâce au numérique, soient un peu plus étendues. ARTE est parvenue à faire exister un « public ARTE », qui, lui, s'ancre dans un environnement qui n'est pas uniquement national. Même s'il n'existe pas de public européen en télévision, ARTE lui adresse un discours, afin de participer, en partie, à sa formation. Plutôt que d'éviter de s'y adresser, comme le font bon nombre de chaînes nationales, parce que le pari est trop risqué, ARTE s'y attèle, afin d'en dessiner les lignes, de le renforcer. Pour y parvenir, la chaîne déploie nombre de ses ressources dans la connaissance de ses publics, de leurs méthodes et moyens d'accessibilité et d'usage, et renforce ses activités de médiations, et ce non pas uniquement via sa programmation.

### **3) ARTE ou la promotion de l'interculturel : Analyse ciblée de la programmation.**

La ligne éditoriale constitue l'identité propre de toute chaîne de télévision, c'est la raison pour laquelle il était fondamental, tout d'abord, d'y accorder une réflexion globale. Sont dès lors proposées en guise d'introduction intermédiaire, de préambule, quelques considérations préalables, afin de mieux cerner les grandes problématiques liées à l'élaboration du *discours* d'ARTE. Les chapitres précédents présentent en effet une analyse de la construction de la chaîne, de ses conditions de réception, afin de mieux comprendre comment se mettent en place les processus de transfert culturel, de diffusion de biens culturels et de constitution d'un discours interculturel unique. Ont d'autre part été examinés les modes de résolutions des problématiques liées à sa double réception. Désormais analysée la grille des programmes de la chaîne franco-allemande, la partie à suivre propose de vérifier en quelle mesure ARTE remplit bel et bien ses missions de compréhension de l'*Autre*.

Des programmes dans un premier temps sélectionnés pour leur caractère hautement transculturel ont ainsi été retenus pour analyse. Afin d'élargir notre perspective vers un angle plus critique, seront ensuite mentionnés quelques cas moins représentatifs des valeurs de la chaîne, selon nos définitions et l'acception de la télévision interculturelle. En effet, certains formats sont, dans le cadre précis des objectifs européens et interculturels fixés, de véritables réussites, par exemple parce qu'il est alors presque impossible, pour un téléspectateur non averti, de cerner leur origine de création, française, allemande ou autre. D'autres au contraire semblent cantonnés dans un référentiel plus national. Cette étude n'a pas pour but d'évaluer la qualité des programmes, mais bien leur *degré d'interculturalité*, leur capacité de pénétration dans un ensemble européen, leur apport dans la constitution d'un *imaginaire commun*, afin de vérifier si ARTE participe ou non à la *formation interculturelle*, et en quelle mesure le discours qu'elle produit peut être défini comme un discours de *promotion de l'interculturel*.

À travers cette analyse ciblée, nous cherchons à valider notre dernière hypothèse de recherche, selon laquelle les médias seraient en mesure d'endosser ce rôle pédagogique et didactique de formation à l'interculturel, tout en conservant une écriture, une narration, propre à la télévision, linéaire comme non linéaire. De vraies stratégies émanent de la conception de la grille, et, nous avons pu le constater lors de nos interviews, la télévision demeure avant tout une entreprise, audiovisuelle, communicationnelle ; si le cas ARTE la détache des chaînes de divertissement puisqu'elle se cible sur l'Europe, le soutien à la création, elle demeure tributaire du marché de l'audiovisuel, des attentes de ses publics. Les logiques *marketing* concernent tout autant ARTE, et nous l'avons pris en compte lors de nos analyses. Là où la séduction et le divertissement règnent et font figure de stratégies clé en télévision, ARTE semble refuser la simplicité. Alors comment « séduit »- elle ?

Si la chaîne franco-allemande se profile nous l'avons vu comme une télévision généraliste puisqu'elle contient de l'information, elle a cependant toujours rejeté certains formats classiques comme le divertissement, les retransmissions d'événements sportifs, les jeux télévisés. Nous avons pu souligner toute la difficulté inhérente à la constitution d'une programmation commune, liée notamment à l'intégration dans deux paysages audiovisuels, ainsi qu'à cette divergence d'acception de la notion culturelle. Une difficulté surmontée tant grâce au *pragmatisme* qu'aux *compétences interculturelles* des responsables, et qui fait tendre la définition de la culture vers les rites et traditions, le quotidien – ce qui justifie par ailleurs la présence d'un Journal Télévisé, et un suivi des usages et nouveaux modes de consommation

de l'information avec le numérique – sans pour autant omettre la culture des beaux-arts avec d'autres formats dédiés.

Cette conception de la culture comme art de vivre, dans une acception sociale donc, ainsi que la ligne éditoriale mènent les programmeurs de la chaîne à coproduire, à acheter des contenus qui abordent ces sujets dans une *perspective européenne*, condition *sine qua non* pour être diffusés, telle que précisée dans les lignes éditoriales, les contrats d'objectifs et moyen, le contrat de formation, et les rapports annuels. L'angle doit être européen, et même plus encore, c'est le *regard* qui doit être européen, et nous insistons bien sur cette notion de *regard* sur laquelle nous nous appuyons dans nos analyses, en complément de la notion de *langage*.

ARTE semble jouer un rôle de plaque tournante / *Drehscheibe* entre les pays européens, de plateforme d'échange / *Ausstauschplattform* et d'accès / *Zugang* aux cultures européennes. La chaîne franco-allemande est le protagoniste européen de la communication interculturelle médiatisée, et nous cherchons à montrer, à travers certains formats, que le rôle d'ARTE est bien plus que politique dans la construction européenne, comme pouvaient le signaler quelques critiques réticents au projet. Il ne suffit effectivement pas, afin de créer une Europe solide, d'intensifier les échanges et collaborations économiques, politiques, technologiques, il faut aussi créer un *sentiment d'appartenance* à une entité plus large que nationale, et donc passer par le *social* et la *culture*. Il est difficile, sûrement impossible d'unifier les imaginaires, les images collectives, mais il n'empêche que les Européens, en particulier la France et l'Allemagne, partagent un passé commun. Un historique commun sur lequel ARTE n'a pas manqué de s'appuyer. Participer à la compréhension ainsi qu'à la diffusion de ce passé commun permet de montrer que, d'une certaine manière, les peuples étaient plus liés qu'il n'y paraît et ce même dans un contexte pourtant martial. Cela a été le rôle d'un format tel qu'*Histoire Parallèle*, premier format que nous soumettons à analyse suite à cet exorde. Outre la dimension *pédagogique* promulguée par le canal culturel, notons aussi sa force de *sensibilisation*, car mieux connaître l'*Autre* permet le rapprochement, l'ouverture, la compréhension en faveur de l'intégration européenne.

La compréhension de l'*Autre* peut s'établir de différente manière : mieux connaître l'histoire que l'on partage, de manière ludique en décryptant les rites, traditions, ou bien en suivant les actualités économiques, politiques et culturelles de l'*Autre*...Chacun des programmes que nous avons choisi d'analyser entre dans une ou plusieurs de ces écritures. En

ce sens, notons qu'ARTE se profile tant comme *médiatrice culturelle* (puisqu'elle diffuse des contenus culturels) que *productrice de culture* (avec la création de ces formats retenus pour analyse). La chaîne tâche de donner de l'envergure au dialogue européen, au débat. Elle est un véritable lieu de création et d'expression. ARTE se refuse tout traitement national, qu'il soit germano-allemand ou franco-français. Cela implique donc une stratégie de constitution d'un *discours* à perspective européenne, détaché de toute forme d'ancrage uniquement national, et donc d'un langage et d'un esthétisme dépassant les frontières. Précisons que le terme de *langage audiovisuel* ne se rapporte pas uniquement à la langue, dont la problématique de transfert pourrait être réglée par la traduction uniquement, mais qu'il comprend aussi les contenus en tant que tel, et donc le *regard* porté sur les événements et autres objets à l'antenne et sur le web, ainsi que les *analyses* et *interprétations* associées. Si l'universalité de l'art offre à la chaîne des perspectives notables de transférabilité, ce n'est pas le cas de tous les sujets, et certains méritent d'être traités plus en profondeur pour devenir européens. C'est la raison pour laquelle nous traiterons en particulier de l'histoire, des rites et traditions, de l'information.

*Consensus*, *pragmatisme* et *compromis* sont une fois encore au cœur de nos instigations, et l'on relèvera par ailleurs des cas précis qui interrogent sur les difficultés de la chaîne à se détacher, sur l'antenne linéaire, des habitudes télévisuelles, et qui laissent penser qu'il n'existe pas de public européen, qu'ARTE lutte pour ne pas devenir deux chaînes, mais qu'elle se situe parfois à l'extrême frontière. Le numérique nous l'avons montré se présente comme solution profitable à l'interculturel, mais il subsiste aussi une disparité dans ses usages, ainsi qu'une disparité dans la dynamique de création. Le numérique se présente surtout comme solution parce qu'il permet de diffuser des contenus sans limite d'espace, de faire participer les publics, et propose de consommer comme ces derniers le souhaitent.

ARTE souhaite toucher un collectif, un collectif plus large qu'il ne l'est habituellement en télévision, c'est pourquoi la question de l'imaginaire collectif a été traitée au préalable, dans notre partie théorique. Avant de s'intéresser plus précisément aux contenus des programmes, nous avons observé la construction globale de la ligne, et avons pu constater que les titres à eux seuls, qui constituent par ailleurs l'esthétique et l'image de la chaîne, témoignent de cette volonté de transférabilité, de proposer des contenus compréhensibles par tous, pensés pour tous, et ce dès les premières années de diffusion de la chaîne.

### *De l'importance des titres.*

Un grand pourcentage des programmes diffusés de manière récurrente – non pas les fictions ou les documentaires, diffusés de manière inédites, mais bien les formats « magazine » conçus pour et par la chaîne – ont été baptisés de sorte à pénétrer dans les imaginaires de chacun, et ce pour une grande partie en un seul vocable, capable de passer les frontières. Le titre *Metropolis* par exemple, magazine qui sonde les actualités européennes, artistiques et intellectuelles, nommé à partir d'un terme d'origine grec, renseigne les Français comme les Allemands sur la valeur sociétale de l'émission, tout en faisant référence au film de Fritz Lang, d'origine allemande mais qui a profondément impacté le cinéma français. La conception des titres révèle l'une des stratégies d'accessibilité de la chaîne, un accès à un public le plus large possible, sans pour autant faire l'impasse sur la qualité. Ceux-ci doivent, sans traduction, pouvoir être compréhensibles par tous, et renseigner rapidement sur le contenu proposé. *Archimède*, l'émission de vulgarisation scientifique de la chaîne entre 1994 et 2003, en est un exemple flagrant, ainsi que *Maestro* ou *Megamix* pour les formats musicaux, *Brut* pour l'information brute, sans commentaire, en *tout-image*, ou encore le magazine *Confetti*, premier format sociétal européen plus léger, moins sérieux mais non moins documenté d'ARTE. L'étude du choix de ces titres acte une stratégie non masquée d'universalité, toujours très présente dans la grille actuelle (2020). Certains formats nécessitent tout de même une traduction pour l'*Autre*.

### **Les programmes à l'antenne en 2020 :**

<i>28 minutes</i> : le magazine de l'actualité	<i>28 Minuten</i> – Das Nachrichtenmagazin
ARTE Journal	ARTE Journal
ARTE Journal Junior	ARTE Journal Junior
ARTE <i>Regards</i> – Des Histoires d'Européens	ARTE <i>Re</i> : Was Sie bewegt. Reportagen aus Europa.
ARTE <i>Reportage</i> – Grands Reportages d'actualité	ARTE <i>Reportage</i> – Internationales Reportagemagazin
<i>Blow Up</i> – L'actualité du cinéma (ou presque)	<i>Blow Up</i> – Das aktuelle Filmgeschehen
<i>Court-Circuit</i> – Le magazine du court métrage	<i>Kurzschluss</i> – Das Kurzfilm Magazin
<i>Cuisine des terroirs</i> – Le magazine culinaire	<i>Zu Tisch</i> – Europäische Kochkunst

européen	
<i>GEO – Voyages et Rencontres insolites</i>	<i>GEO – Ungewöhnliche Geschichten und Begegnungen</i>
<i>Invitation au voyage – Le magazine de l'évasion culturelle</i>	<i>Stadt Land Kunst</i>
<i>Karambolage – Les Français et les Allemands décryptés</i>	<i>Karambolage – Deutsche und französische Eigenarten</i>
<i>Le Dessous des Cartes – Le magazine géopolitique</i>	<i>Mit offenen Karten – Geopolitisches Magazin</i>
<i>Metropolis – Le Magazine Culturel Européen</i>	<i>Metropolis - Das europäische Kulturmagazin</i>
<i>Philosophie – Parole aux penseurs de notre temps</i>	<i>Philosophie - Treffpunkt für alle, die Spaß am Denken haben</i>
<i>Square – Le Magazine des Idées</i>	<i>Square - Das Ideen-Magazin</i>
<i>Streetphilosophie</i>	<i>Streetphilosophie</i>
<i>Tous les Internets – Le web contre-attaque</i>	<i>Alle Internetze – Das Web schlägt zurück</i>
<i>Tracks – Aux avant-postes de la culture</i>	<i>Tracks – Die Sendung, die Grenzen sprengt und Mauern einreißt !</i>
<i>Twist – Le nouveau magazine culturel</i>	<i>Twist – Die neue Kultur-Sendung von ARTE</i>
<i>Vox Pop – Les débats qui agitent l'Europe</i>	<i>Vox-Pop - Das europäische Investigationsmagazin</i>
<i>X :enius – Le magazine de la connaissance</i>	<i>X:enius - Das Wissensmagazin auf ARTE</i>

Fidèle à ses engagements de clarté, de lisibilité, ARTE dispose encore à l'heure d'aujourd'hui de formats aux titres simples, concis, transposables dans la langue et l'imaginaire de l'*Autre*. La majorité ne nécessite aucune traduction, ou très peu, et résume parfaitement les contenus auxquels devront s'attendre les publics, notamment grâce à leur court sous-titre. Ainsi, le titre *28 Minutes* fait référence à la durée de l'émission, les journaux d'actualité et de reportages ont été nommés ainsi, sans travail esthétique, car l'information se doit de rester neutre. Les formats *Philosophie*, *Streephilosophy*, *Tous les Internets* disposent eux aussi d'une nomination très neutre, sans artifice, à l'inverse des programmes souhaitant mettre en avant la création, la culture dans son acception plus large, ou particulièrement ancrés dans une thématique en particulier, à l'instar de *Blow-Up*, qui se consacre au cinéma, et joue avec le

terme anglais (sauter, exploser) afin de montrer son ancrage permanent dans une certaine actualité, avec un regard particulièrement décalé. Le terme est porteur d'une autre signification, et peut en outre être traduit par le terme français « agrandir » dans le cadre précis de l'image, donc la photographie, le cinéma. ARTE fait « exploser » les codes du format et le fait savoir dès son titre, et propose des « zooms » sur certains faits du cinéma. Le titre fait très nettement référence à un chef d'œuvre du cinéma des années 1960, *Blow Up* (real. M. Antonioni) sorti en France en 1967, qui avait fait scandale en Angleterre avant d'obtenir la Palme d'Or au Festival de Cannes, la même année. Ce film décalé, sur lequel repose l'effet de zoom du protagoniste, un photographe, reste un film culte en Europe, à l'instar de *Metropolis*. La réalisation particulière du film, qui jouait sur les symboles, les sens, les détails, l'importance des interprétations de la réalité, correspond très bien au format proposé par ARTE, et s'ancre qui plus est dans une dimension internationale, puisque italo-britanno-américain.

Le magazine *Square*, fait, dans son titre, référence à la *rencontre* des idées. Un titre pleinement représentatif du format qui propose de faire se rencontrer des artistes, scientifiques, penseurs afin de débattre sur diverses idées sociales, actuelles, artistiques ou politiques. Certains formats requièrent une traduction, parfois simplement mot-à-mot, ainsi, le magazine *Court-Circuit* trouve son parfait équivalent *Kurzschluss* sur l'antenne allemande, alors que le magazine *Zu Tisch*, produit en Allemagne, qui signifie textuellement « à table » voit sa traduction adaptée en France, *Cuisine des Terroirs*, afin de rendre plus claire la notion de visites, de découvertes, un ancrage culturel dans le culinaire, qui correspond mieux à la ligne éditoriale de la chaîne, là où « à table » pourrait suggérer qu'il s'agit d'une émission de recettes en plateau, et non d'un format documentaire. À l'inverse, le magazine *Invitation au voyage* est produit par la France, traduit pour la partie allemande de sorte à mieux expliciter le contenu. Le concept de l'émission est de présenter trois voyages, en conservant un angle patrimonial, artistique, culturel ou simplement proche de la nature, et surtout en suivant toujours la même construction, une première présentation en lien avec un artiste, une deuxième plus proche de la nature, du lieu en tant que tel, le troisième, au sujet d'un lieu méconnu, présenté par un spécialiste (historien, guide touristique...). Afin de rendre lisible le contenu, la partie allemande a opté pour *Stadt, Land, Kunst* (ville, campagne, art), qui résume parfaitement la construction triptyque du format et ces thématiques.

Il est intéressant de constater que, globalement, malgré quelques nuances afin de s'adapter au mieux aux attentes et à la langue de chacun des deux pays, les titres français et allemands sont

conçus avec un objectif similaire, celui d'être particulièrement représentatifs du contenu, tel que le font toutes les chaînes de télévision certes, mais aussi afin de rendre visible la dimension européenne des programmes tout en attisant la curiosité, et en impliquant le téléspectateur. Les traductions allemandes actent bien plus cette notion d'intégration du spectateur dans leur discours, leurs contenus là où les versions françaises semblent plus neutres. Le magazine *Reportage*, dans la version allemande de son sous-titre, s'adresse ainsi directement à ses publics ; *Was Sie bewegt*, que l'on pourrait traduire par « ce qui **vous** anime », une apostrophe que l'on ne retrouve pas dans la version française, « *Des Histoires d'Européens* ». L'émission étant produite en Allemagne, cette interpellation des publics est son titre d'origine, rendue plus sobre par la partie française. C'est aussi le cas de *Tracks*, dont l'aspect décalé semble bien plus assumé par la partie allemande avec « *Die Sendung, die Grenzen sprengt und Mauern einreißt!* » littéralement « L'émission qui fait tomber les barrières, et abat les murs ! », traduit en France par « *Aux avant-postes de la culture* », qui permet tout de même de conserver l'étiquette avant-gardiste du format, mais l'assagit considérablement. Avec *Philosophie*, l'Allemagne joue une fois encore sur la notion d'accessibilité avec *Treffpunkt für alle, die Spaß am Denken haben*, / Lieux de rencontre pour **tous ceux** qui ont plaisir à penser, qui intègre finalement tout citoyen, alors que la version française, *Parole aux penseurs de notre temps* la rattache plutôt à la parole des philosophes et autres spécialistes penseurs, et ce malgré la tentative d'accroche à l'actualité.

La comparaison des titres français et allemands de chacune des émissions donne ainsi quelques indices au sujet de la constitution de cette programmation commune, des grands enjeux qui en découlent. Le discours produit est-il réellement un discours de promotion et de formation à l'interculturel ? Dans quelle mesure le discours produit favorise-t-il le dialogue entre les cultures ? Participe-t-il réellement à une forme de dialogue, de rapprochement entre les peuples européens ? Quelle(s) forme(s) prend le discours interculturel d'ARTE selon les formats proposés à l'antenne ? Quelles évolutions connaît la chaîne ? Ces dernières sont-elles profitables à l'interculturel télévisuel ou actent-elles une forme de recul ? Le rapport d'analyse ciblé de la programmation nous permettra de répondre à ces questions.



a) ***Histoire Parallèle* : Faire du traumatisme un lieu de mémoire collective, une rencontre interculturelle.**

Ein Fenster nach Europa und in die Welt aufzustoßen und Neugier zu wecken für die Kulturen der anderen, ohne die wir unsere eigene nicht verstehen können.<sup>938</sup>

*Histoire Parallèle*, émission historique diffusée de 1989 à 2001 se nommait *Die Woche vor 50 Jahren* (littéralement : *la semaine d'il y a 50 ans*) de l'autre côté du Rhin. Une légère variante qui corrobore nos réflexions précédentes. Si chacun des deux titres reflète parfaitement les intentions de l'émission, et permettent de comprendre rapidement qu'il s'agit bien d'un format historique, cette traduction acte une fois encore des stratégies et des esthétismes inégaux en France et en Allemagne. Le titre français cible plus particulièrement l'aspect interculturel de l'émission, qui proposait de comparer, de faire se confronter les opinions sur des extraits d'actualités passées grâce à l'intervention d'historiens européens, et donc d'avoir plusieurs perspectives nationales, alors que le titre allemand met plutôt en avant la période traitée, il y a cinquante ans au moment de la création de l'émission, donc la Seconde Guerre Mondiale. Le terme « parallèle », qui n'est pas présent dans le titre allemand, fait en outre référence au concept, particulièrement singulier, de l'émission. En écho au 50<sup>e</sup> anniversaire du début de la guerre, Marc Ferro, historien, André Harris, alors directeur des programmes d'ARTE, et la productrice Louissette Neil, qui à l'origine, proposait une étude sur le traitement de la propagande lors de la Deuxième Guerre Mondiale, mettaient sur pied une émission historique ***de plateau*** ayant pour but de montrer les actualités pendant la guerre, chronologiquement et donc en temps réel mais avec 50 ans d'écart, chaque semaine sur la Sept ; émission qui se poursuivra sur ARTE. En s'appuyant sur des documents d'archives, des images d'actualité diffusées dans les cinémas, les historiens en plateau retraçaient, discutaient des grands moments de la Deuxième Guerre Mondiale, mais aussi des actualités plus légères puisque diffusées telles qu'elles l'étaient à l'époque, sans coupure, sans montage. Les concepteurs de l'émission tâchaient de proposer un format particulièrement exhaustif, très proche de la réalité, à l'aide de ce format d'autant plus singulier qu'il était sérialisé. La chaîne créait ainsi un véritable rendez-vous, créait un lien fort avec son public, en simplifiant l'accès

---

<sup>938</sup> « Pour ouvrir une fenêtre sur l'Europe et le monde, éveiller la curiosité pour les cultures des autres, sans quoi nous ne pouvons pas comprendre la nôtre. », dans ARTE GEIE (2003): Der Europäische Kulturkanal, Pressemappe 2003, Vorwort von J. Clément und G. Langenstein (p.3).

à des sujets à l'origine très fouillés, et propice, du fait de l'impact traumatisant de la guerre, au rejet. L'émission, contre toute attente, et alors qu'elle n'était prévue que pour quelques épisodes, connut un grand succès. Comment les programmeurs d'ARTE sont-ils parvenus à rassembler Français et Allemand sur un sujet si délicat ? Quelle forme prend le discours d'*Histoire Parallèle* afin d'entrer dans la ligne éditoriale d'ARTE ? L'émission est-elle parvenue à promouvoir le rapprochement franco-allemand ou européen ?

[...] 50 ans plus tard, c'est-à-dire aujourd'hui, La Sept et la télévision allemande, c'est une sorte de dérision, d'une certaine manière, tentent ensemble de construire une télévision commune. Ce que nous avons voulu faire ici à la Sept pour commémorer cet anniversaire c'est d'essayer de retrouver ce que l'Allemand moyen et le Français moyen voyaient du monde extérieur au début de la Deuxième Guerre Mondiale, puis plus tard. Comment faire ? Vous avez vu vous-mêmes de nombreux extraits de ces journaux d'actualité dans de nombreuses émissions consacrées à cette période. Mais les journaux, dans leur intégralité, ceux que vous allez voir, sans que nous les coupions du tout, la matière brute de ces journaux d'actualité cinématographique, c'est ce que voyaient les gens chaque semaine, et ils n'avaient que cela car la télévision n'existait pas, pour considérer le monde extérieur. Ces journaux étaient naturellement soumis à la propagande, totalement du côté allemand, partiellement du côté français, puis totalement du côté français à partir de 1942. C'est cela que vous allez voir. Et c'est cela qui est original. Naturellement, pour nous aider à suivre, et à comprendre, et à interpréter ces événements, nous aurons à faire appel à deux historiens, deux hommes, deux générations différentes, marqués l'un et l'autre par la deuxième guerre mondiale à des titres différents : Le Français est Marc Ferro, l'Allemand est Klaus Wenger.<sup>939</sup>

*Histoire Parallèle* est un fameux mélange de témoignages oraux et visuels, qui contraste extrêmement avec les codes habituels de la télévision.

*Histoire Parallèle*, c'était le zéro de la créativité pour un réalisateur. Et les chaînes ne veulent pas admettre la légitimité d'une production qui serait le zéro de la créativité esthétique.<sup>940</sup>

Avec *Histoire Parallèle*, ARTE construit son discours autour de l'*image*. Si l'émission tranche avec l'esthétisme courant de la télévision, elle connut un franc succès, en France

---

<sup>939</sup> [https://film-history.org/sites/film-history/files/videos/2018-11/04\\_Steinle\\_HistoireParallele1.mp4](https://film-history.org/sites/film-history/files/videos/2018-11/04_Steinle_HistoireParallele1.mp4)

<sup>940</sup> Ferro Marc, « De la BDIC à Histoire parallèle. Regards d'historiens et de témoins sur les archives », *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, 2008/1 (N° 89-90), p. 147-155. DOI : 10.3917/mate.089.0025. URL : <https://www.cairn.info/revue-materiaux-pour-l-histoire-de-notre-temps-2008-1-page-147.htm>  
Consulté le 03.07.2020

comme en Allemagne, avec cependant des audiences plus élevées du côté de la réception francophone, une différence qui s'explique en grande partie par les méthodes de captation. La partie allemande de l'audience montrait tout de même une forte implication avec l'envoi régulier de courriers à la rédaction. Un vrai dialogue a ainsi pu se mettre en place entre les publics et le média. En septembre 1995, il était impossible de poursuivre le format tel qu'il était, puisqu'il s'agissait, à cinquante ans près, de la défaite du Japon. L'émission a alors été repensée pour devenir thématique, dans la période d'après-guerre (guerre froide, reconstruction, l'Europe...), proposait de décrypter des phénomènes culturels, et élargissait son cercle d'invités avec des personnalités importantes, notamment politiques (Kissinger, Gorbatchev...)

Lorsqu'*Histoire Parallèle* a été créée, la coopération franco-allemande télévisuelle était à ses débuts, et déjà se mettait en place cette volonté de créer un dialogue en plateau, en s'appuyant sur un point d'ancrage en particulier, la Seconde Guerre Mondiale, un passé certes tragique, mais cependant commun. Un message fort allait alors être envoyé, un message à l'aspect émotionnel important, et permettant d'esquisser, nous allons le voir avec l'analyse de la dernière émission, un avenir européen, commun. La sérialisation, le fait donc qu'elle soit diffusée toutes les semaines et chronologiquement, était à l'époque un vrai pari, et renouvelait la manière de proposer des documents historiques en télévision. La Sept, forte de ses qualifications en termes d'expérimentation et d'innovation, parvenait à attirer un public fidèle. À l'heure actuelle, la sérialisation est désormais monnaie courante en télévision et fait partie des stratégies de fidélisation.

Grâce à ce format d' « actualités de guerre », les spectateurs étaient invités à plonger dans les souvenirs, et donc les images mentales, la mémoire collective des citoyens ayant vécu cette période. Une fois les archives diffusées, ces dernières étaient discutées en plateau, analysées non seulement par des historiens, mais avant tout par des *témoins*. En faisant appel à des témoins, et parce qu'il a lui-même vécu les événements évoqués, Marc Ferro faisait prendre à son émission une dimension universelle (une notion d'universalité partagée nous le verrons par Claire Doutriaux) et authentique. Si l'émission semble être au premier abord porteuse d'une fonction didactique, elle remplit avant tout un **devoir de mémoire**, propose de dialoguer avec le passé, et ce de manière intergénérationnelle grâce à l'outil télévisuel. La mémoire collective est belle est bien partagée, avec des points de vue différents, et ce pas uniquement entre Français et Allemands, mais bien des Européens, en témoigne la diversité des invités en plateau. Alors que l'histoire est de tradition enseignée, racontée, dans un paradigme national,

et ce même dans les écoles, ARTE propose de la raconter en prenant en compte des points de vue européens, en invitant les témoins des pays concernés par les images d'archives sélectionnées. En proposant de mettre des images sur les faits, de faire se confronter les images, en les commentant, les imaginaires et les représentations collectives se rencontrent aussi. Comme le constatait Marc Ferro, les textes et les images ne racontent pas les mêmes histoires, ce qui justifie ce choix de s'appuyer sur des documents d'archive cinématographique.

[...] un jour, en regardant des actualités filmées de l'époque, je me rends compte que le départ de l'ambassade d'Allemagne aux États-Unis, en 1971, avant la déclaration de guerre, ne correspondait pas du tout avec ce que j'avais lu sur le sujet. On y voit les diplomates des deux pays se faisant beaucoup de manières. [...] Et là je me suis dit que les images montrent autre chose que ce que l'on trouve dans les archives. Ce fut mon premier choc. Le deuxième, [...] ce sont les images que j'ai retrouvées sur l'armistice à Berlin en 1918. Ces images représentent l'allégresse, la joie de la foule qui lance des fleurs aux soldats de retour du front. Et c'est daté du 11 novembre 1918, c'est marqué. Incroyable ! Cela permet de comprendre ensuite la fureur et la désillusion quand les Allemands apprennent les clauses de l'armistice. Jamais on avait imaginé un 11 novembre aussi gai, fleuri et enthousiaste qu'à Paris, à Londres ou aux États-Unis. [...] Et c'est là que tout a démarré, à partir du moment où j'ai constaté que l'image ne dit pas exactement la même chose que l'écrit, ou du moins le dit autrement.<sup>941</sup>

C'est parce que les images sont parfois porteuses d'un tout autre sens, qu'elles permettent de décrypter les faits, que des plans d'actualité ont été choisis pour ponctuer les émissions d'*Histoire Parallèle*. Les spécialistes et témoins en plateau avaient ensuite pour rôle de proposer des commentaires analytiques sur ces faits, et d'en débattre lorsque les points de vue divergeaient. Un véritable dialogue interculturel se mettait en place à l'antenne chaque semaine, autour d'un sujet bien spécifique, un dialogue qui, parce qu'il est diffusé, se transforme ensuite en un discours. Ce discours promeut ainsi la diversité des opinions, des points de vue, des langages et des histoires. En proposant une grille de lecture des archives, avec un regard croisé franco-allemand – l'émission était présentée par le français Marc Ferro, et l'allemand Klaus Wenger, eux-mêmes témoins – le format se situe entre le documentaire et l'émission de plateau. Le point de départ d'*Histoire Parallèle* reste la propagande, la force des images, et les invités proposaient d'analyser ce discours, un discours médiatique puisque diffusé dans les cinémas, avec le regard le plus large possible. Cette rencontre en plateau

---

<sup>941</sup> Idem.

permettait de montrer que les pays européens – et pas uniquement d’ailleurs, puisque l’URSS, le Japon, les États-Unis étaient parfois au cœur des échanges – ont un passif commun, une histoire commune, commune mais marquée par la diversité. Le fait de mettre ainsi à disposition des téléspectateurs ces images d’archive montre en outre qu’il a existé une forme de propagande en France comme en Allemagne, que les esthétiques ne sont pas communes, ni lisses, que les styles de communication ont leurs propres codes, nationaux. En montrant cette diversité, ARTE légitime en outre ses choix de ne pas lisser sa programmation et rendre ses contenus insipides sous couvert de la neutralité. C’est aussi grâce au *contraste* qu’ARTE souhaite mettre les éléments en perspectives. En faisant se confronter les points de vue, *Histoire Parallèle* prouve que l’unité se constitue aussi dans la diversité, et que l’Alter, parfois considéré comme ennemi, demeure finalement, dans l’émotion et le traumatisme, très lié à l’Ego. C’est aussi en se détachant parfois des actualités de guerre, et en aidant ses spectateurs à se plonger dans tout un univers, grâce à des actualités plus légères, régionales, que Marc Ferro parvenait à les rassembler.

Notre idée avec Louissette c’était de montrer les actualités dans leur intégralité, pas seulement la mobilisation de 1939, mais aussi les matchs de foot, les vendanges dans le Languedoc etc., tout ça était important.<sup>942</sup>

Si les archives étaient uniquement franco-allemandes au départ, les suites de la guerre ont conduit à une diminution des archives françaises, Marc Ferro et ses équipes se penchaient alors sur les actualités anglaises, puis polonaises, russes, japonaises ou encore italiennes, et ce jusqu’en 2001, date de la dernière diffusion.

Si les gens ont tellement aimé ça, c’est qu’on ne les prenait pas par la main, on leur montrait les actualités d’un côté et de l’autre, et puis on les analysait, et puis l’invité, allemand, anglais, ou russe, disait : « je ne suis pas d’accord avec ça ! » et le spectateur était lui-même le destinataire de son commentaire. Les gens avaient le sentiment de mieux voir où était la vérité, le mensonge, la mystification. [...] Au total, à la fin, les gens ne s’intéressaient plus aux actualités, mais à la parole du témoin, à ce qui allait se passer la semaine suivante.<sup>943</sup>

La force du discours promulgué par *Histoire Parallèle* réside dans le *dialogue des cultures*, qui implique directement le spectateur, l’aide à mieux comprendre les événements, le contexte politique, économique et social de l’Europe de 1939-45. À l’aide d’un tel format, qui conduit

---

<sup>942</sup> Idem.

<sup>943</sup> Idem.

les publics à s'interroger, à dialoguer – même si ce n'est qu'un dialogue interne, individuel – à se détacher donc d'une forme de passivité. Le plateau, très simple esthétiquement, composé de fauteuils invite par ailleurs le public à se plonger dans le dialogue, à s'intégrer à ce décor. Cette « esthétique du salon » a par ailleurs été reprise par Annette Gerlach dans *Square Salon*, format auquel nous accorderons une analyse.

*Histoire parallèle* est particulièrement représentative des missions de la chaîne, puisque le format s'appuie, d'une part, sur la *confrontation*, une confrontation pacifique, intellectualisée, théorisée. Le langage audiovisuel façonné sur le plateau d'*Histoire Parallèle* offrait tout d'abord un double regard analytique sur les actualités de guerre. À partir de 1995, ses sujets se sont modernisés, tout en restant ancrés dans les actualités politiques d'après-guerre. Afin de mieux saisir la force d'imprégnation de ce format dans les imaginaires européens, nous avons procédé à une analyse de la dernière émission diffusée sur ARTE en 2001.<sup>944</sup>

L'introduction à elle seule met en lumière les fonctions du format. Sur fond de musique dramatique s'entrecoupent des images d'archive. L'écran se divise en deux horizontalement afin de laisser apparaître le titre de l'émission, en français puis en allemand, puis la semaine dont il va être question, le 1<sup>er</sup> septembre 1951 concernant l'émission numéro 630 retenue pour analyse. Le partage de l'écran en deux fait écho au deux destins français et allemands, à la rencontre des deux nations, au double regard. Le lancement plateau montre ensuite quatre personnalités assises autour d'une table, prêtes à dialoguer ; il s'agit de Marc Ferro, historien et présentateur, Rudolf von Thadden, coordinateur des affaires franco-allemandes au ministère des affaires étrangères à Berlin, Bronislaw Geremek, ancien ministre des affaires étrangères à Varsovie, et Jacques Rupnik, ancien conseiller du Président Ravel à Prague. Après avoir fait un tour de table pour présenter chacun de ses invités, Marc Ferro introduit rapidement les premières images d'archive en insistant sur leur caractère tragique, puisqu'il s'agit de la prise de Paris par les troupes allemandes, puis la visite d'Hitler dans les monuments parisiens, un document en allemand sous-titré en français. De retour sur le plateau, les historiens donnent leur propre avis sur les événements, et en particulier sur la construction de ce document. Tous débattent en langue française. L'émission balaye ensuite un large prisme historique, de 1943 à 1992, grâce à de multiples documents, d'origine variée : les actualités de Stalingrad en 1943 en russe, sous-titrées en français, suivies d'un débat germano-polonais entre R. von Thadden et B. Geremek, puis une nouvelle archive sur le

---

<sup>944</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=zzNAt2xSDh0>

débarquement anglais, suivi d'un rapide passage en plateau, avant de mentionner la Conférence de Yalta, l'ouverture des camps dans un document d'un peu plus d'une minute, en anglais sous-titré en français. La chronologie s'accélère encore pour permettre aux invités de débattre sur la Guerre Froide, la division de l'Europe, Budapest en 1956, Prague en 1968, Gdansk en 1981 en Polonais, sous-titré en français puis commenté par B. Geremek qui insistait, « nous avons des mémoires différentes » afin de témoigner de l'impact des événements sur les Polonais, que les autres européens méconnaissent. L'émission se clôt avec une analyse de documents montrant Gorbatchev à Bonn en 1989, la chute du Mur de Berlin, puis une évocation de la construction de l'Europe avec Maastricht en 1991 et Sarajevo en 1992.

Cette épisode traite de manière bien plus large que les précédents les événements marquants entre la fin de la guerre et la construction de l'Europe, puisqu'il s'agissait de la dernière émission, que toute l'équipe d'ARTE en était informée – Marc Ferro le confie d'ailleurs en introduction. Ces quelques observations montrent à quel point la confrontation des opinions participe à éclairer ces grands moments historiques, alors que ces derniers façonnent aussi les stéréotypes, parfois la méfiance, s'ils sont racontés dans un contexte trop national. En proposant à des témoins internationaux de débattre, d'expliquer, d'analyser et commenter ces actualités, ces événements et grands bouleversements, ARTE offre la possibilité à ses publics de mieux comprendre, d'élargir leurs points de vue, parfois de s'identifier aux intervenants, de réfléchir sur les conséquences de cette catastrophe et de mieux saisir les origines de la création de l'Europe.

Les fonctions d'*Histoire Parallèle* entrent ainsi totalement dans la définition de l'interculturel télévisuel proposée par Jérôme Clément lors de notre entretien, c'est-à-dire de « mettre son imaginaire en commun, [...] avoir une grille de lecture par la télévision et par la création, qui soit une façon de confronter, et non pas d'unifier les points de vue français et allemands, sur des sujets qui touchent à l'histoire, au regard sur le monde, au documentaire. »<sup>945</sup>

Les observations menées au sujet d'*Histoire Parallèle* démontrent que la Sept, devenue ARTE s'appuie sur la confrontation des opinions pour constituer un langage télévisuel interculturel paneuropéen, en *rejetant l'unification* au profit de la *diversité*. La confrontation n'a pas de valeur négative ici, comme cela pourrait être le cas avec les malentendus et déséquilibres au sein des rencontres interculturelles malsaines. Ici, la *confrontation favorise la*

---

<sup>945</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018, Paris.

*réflexion*, et le souhait des concepteurs de la chaîne et de ce programme en particulier est d’emmener les publics vers la réflexion, d’élargir leurs perspectives et leurs jugements, leur préhension de l’histoire, en montrant que leur vision des choses est dépendante de leur nationalité, qu’il existe d’autres imaginaires, d’autres interprétations. *Histoire Parallèle* fait en sorte que les uns et les autres se connaissent mieux, et l’émission est, en ce sens, particulièrement significative de ce qu’est et ce que doit apporter la télévision interculturelle.

La chaîne a plus de vingt-cinq ans, alors il n’y a pas une émission qui soit plus symptomatique. Mais *Histoire Parallèle* reste selon moi fondamentale, après cette confrontation brutale et guerrière entre deux pays, nous mettions face à face la vision que chacun avait dans les journaux de l’époque avec des dialogues entre deux experts. Le format a duré plus de six ans et ça a vraiment été essentiel.<sup>946</sup>

L’on peut, à ce sujet, citer un autre format, *Les Mercredis de l’histoire*, présenté par Alexandre Adler, qui lui aussi proposait de diffuser des images d’archives. Ces dernières ne sont pas discutées en plateau, il incombait au présentateur de contextualiser en amont le document à suivre, en français et en allemand afin d’éviter tout travail de sous-titrage en post-production. *Les Mercredis de l’Histoire* étaient plus porteurs de fonctions pédagogiques que ne l’était *Histoire Parallèle*, vraiment ancrée dans une dimension *dialogique, narrative* et *interculturelle* grâce aux interventions en plateau. Les deux émissions partageaient néanmoins des objectifs similaires, tel que l’éveil de la curiosité des publics, leur information à travers des archives, le lien avec le monde contemporain.

Le principe d’*Histoire Parallèle* était particulièrement inédit, et le fait de diffuser des archives sans montage, sans retouche, commentées par des témoins de nationalités différentes incite au dialogue, parfois concret, parfois psychique, du côté des publics. La pluralité des perspectives, des interprétations permet à la fois au spectateur partageant les mêmes points de vue de s’identifier dans les dires du témoin, mais aussi dans ceux d’un tout autre témoin, ne partageant pas la même expérience, de prendre du recul, et de se distancier de ses propres perceptions ; un recul nécessaire pour apprendre à mieux connaître l’*Autre* dans ses différences, de s’ouvrir à l’Histoire telle qu’elle a été vécue ailleurs. C’est donc par la *confrontation*, ainsi menée en plateau, qu’ARTE tâche de rapprocher les peuples. Une notion de confrontation qui rappelle nos conclusions émises lors de l’étude de la strate du dialogue, au sujet de la dialectique de toute rencontre interculturelle et de l’importance des

---

<sup>946</sup> Idem.



malentendus, qui, dans une sphère d'interculturel saine, deviennent productifs. Ici le constat est similaire, le débat, la confrontation offerts en plateau servent finalement l'Histoire, et participent à rapprocher les peuples. Ce qui se passe en plateau favorise le dialogue – qu'il soit interne et individuel, ou externe et partagée ensuite en communauté. Le discours produit par ARTE via *Histoire Parallèle* incite au dialogue, se présente comme déclencheur d'une réflexion plus profonde sur l'*Autre*.

C'est en rapprochant les peuples grâce à l'histoire, plus particulièrement en donnant un autre relief à la Seconde Guerre Mondiale et ses conséquences sur la construction européenne, qu'ARTE a choisi de participer à la compréhension entre les peuples, d'éveiller un intérêt, une curiosité pour l'*Autre*. À l'heure actuelle, l'émission n'existe plus, mais il nous a semblé fondamental de la mentionner en ouverture de cette dernière partie tant elle tranchait avec nombre de formats proposés par les autres chaînes. Avec *Histoire Parallèle*, ARTE plongeait ses publics dans les conflits marquants, et prenait ainsi part, à sa manière, à la réconciliation, à la construction européenne. Les sociétés multiculturelles exigent, si ce n'est l'acceptation, *a minima* la connaissance, la reconnaissance des cultures voisines. L'Europe est un espace multiculturel, et ARTE propose d'en être l'un des outils de mise en place d'un dialogue entre les cultures la constituant. L'approche *historique* est tout à fait légitime, pertinente, mais ARTE n'oublie pas pour autant les actualités, et sait aussi s'appuyer sur l'approche *ludique* pour tisser du lien entre les cultures, les faire dialoguer. Alors que la télévision semble renforcer l'ancrage territorial et national des cultures, ARTE propose de les faire se rencontrer dans un nouvel espace, de les faire dialoguer, afin d'aider à *penser européen*. Plutôt que d'aplanir la diversité, de la lisser, ARTE cherche à en être le forum. ARTE fait figure de médiatrice culturelle, nous pouvons aisément le constater grâce au format auquel nous venons d'accorder quelque réflexion, mais elle se profile également comme outil de création, dans ce cas précis en s'appuyant sur l'Histoire, le tragique, en donnant à voir différentes visions du monde à travers les sentiments, les souvenirs, les traumatismes. La création, au sein de la chaîne culturelle franco-allemande, ainsi que l'incitation à une meilleure connaissance de l'*Autre*, se développent en outre dans la sphère du ludique, particulièrement bien représentée par *Karambolage*, format dont les valeurs pédagogiques restent défendues par ses créateurs.

La brève étude consacrée à *Histoire Parallèle* révèle la force des images, du montage, du discours télévisuels. Devant leurs programmes, les publics regardent, et traitent les informations qu'ils reçoivent, des informations porteuses d'un contenu qui sera analysé, de manière consciente ou non, par le destinataire. Tout discours peut être vecteur d'une certaine

charge émotionnelle, nous avons pu le constater à travers les images d'archives de l'émission, le ton adopté par son présentateur, et cette émotion est en mesure, concernant notre objet d'étude, de grandement participer à un rapprochement des cultures, à déconstruire les stéréotypes et les clichés, ou bien à mieux comprendre leurs origines, et mieux comprendre l'*Autre*. ARTE s'appuie sur ce *pouvoir discursif* de l'audiovisuel. Si la communication est indirecte dans le cadre de la télévision, l'on peut cependant considérer qu'une forme de dialogue se met en place, un dialogue entre le spectateur et le message qu'il reçoit, tant la création audiovisuelle touche à l'affect, et participe à la création identitaire et sociale, à l'esquisse d'un certain imaginaire.

#### **b) *Karambolage*, ou la pédagogie à l'interculturel.**

Afin de vérifier notre hypothèse de recherche selon laquelle les médias seraient en mesure de participer à la *promotion* ainsi qu'à la *formation* interculturelle, nous avons procédé à une analyse herméneutique, sémiologique du langage et des images produites par *Karambolage*, l'un des formats les plus représentatifs d'une forme d'interculturalisme télévisuel. Après une présentation succincte de l'émission et son histoire, sera proposé un compte rendu d'enquête qualitative.

*Karambolage* est conçue, nous avons pu le constater lors de nos enquêtes de terrain, à l'Atelier de Recherche, pôle satellisé d'ARTE, relativement indépendant et surtout haut lieu de rencontre interculturelle puisque des équipes bilingues y évoluent quotidiennement. Il semblerait, nous tâchons de le démontrer, que le format soit le reflet, voire même la mise en image des discussions et des querelles émanant de cette rédaction binationale d'une part, mais aussi une forme de réponse aux questions que se pose tout Sujet confronté un jour à la rencontre avec l'*Autre* – parmi ces Sujets, les auteurs comme les téléspectateurs. L'ensemble des contenus est produit à l'Atelier de Recherche ; écriture, traduction, montage, et acte un travail participatif entre Français et Allemands particulièrement intéressant pour nos travaux. Les fondements de *Karambolage* tiennent de la double culture de sa créatrice, Claire Doutriaux, comme de ses collaborateurs.

Quiconque vit entre deux pays, deux cultures, connaît ce jeu de l'esprit qui consiste à être dans un va-et-vient constant entre ces deux mondes. Plus la connaissance de l'autre culture s'approfondit, plus le fossé se creuse avec sa propre culture, plus les nuances se dessinent et se font jouissives. Mais comment faire partager ce jeu de l'esprit à ceux qui

ignorent tout de cette autre culture sans tomber dans les clichés faciles, les vaines comparaisons ? Les Français sont nombreux, pour d'évidentes raisons historiques, à méconnaître l'Allemagne moderne, sa langue, sa culture quotidienne, ses coutumes.<sup>947</sup>

ARTE, qui souhaite favoriser la compréhension et le rapprochement entre les peuples, souhaite en outre prouver qu'il est possible de dépasser les frontières nationales de l'audiovisuel, et proposait ainsi ce programme commun qui décortique les héritages culturels, les rites, les traditions des Français comme des Allemands. En dressant ces portraits de l'*Autre*, et ce de manière ludique nous le verrons, parfois ironique, *Karambolage* semble chercher s'adresser à tous ; les francophiles, les germanophiles, mais tout autant les non-initiés, afin de s'ancrer dans la politique de curiosité de la chaîne, en évitant toute forme de clichés, cette fois-ci pour s'ancrer dans sa politique de chaleur, de respect, d'ouverture.

Nous avons procédé à l'analyse de cinquante émissions intégrales, sélectionnées sur le site en ligne de la chaîne, choisies en particulier pour leur caractère tantôt représentatif d'une forme de discours à destination des Allemands au sujet d'une coutume française, tantôt à destination des Français concernant une coutume allemande, ainsi que les éditions se détachant de ce système binaire pour se tourner vers quelque chose de plus européen, ou renseignant sur une coutume ou un objet commun à la France et à l'Allemagne. Certains sujets rapprochent assez aisément les Français et les Allemands, d'autres semblent au contraire les éloigner. Ces sélections nous permettront à terme de mieux comprendre comment se construit ce langage audiovisuel si particulier, propre à *Karambolage*. Quelques rubriques indépendantes des émissions intégrales ont en outre été ajoutées à l'analyse, dans le but d'élargir les conclusions. Ont été sélectionnées des éditions très récentes ainsi que quelques-unes plus anciennes, certaines même datant des premières années de diffusion, notamment grâce à l'une des versions papier de l'émission<sup>948</sup>, afin de cerner les grandes évolutions du discours produit. Parmi les cinquante émissions de notre corpus consacré à *Karambolage*, ont été retenues quelques émissions spéciales : « La chute du Mur », « Spéciale Europe », « Spéciale Pâques », « L'Armistice du 22 juin 1940 ».

Alors que la chaîne culturelle européenne cherche à produire un discours de rapprochement des peuples, et à renforcer le dialogue et l'amitié franco-allemande, nous avons tâché de répondre, à travers l'analyse de *Karambolage*, à quelques questions fondamentales à notre

---

<sup>947</sup> Doutriaux, Claire. *Karambolage : petites mythologies française et allemande*. 2004, Editions du Seuil, ARTE Editions. Page 8.

<sup>948</sup> Nous nous sommes procuré le livre de l'émission, dans sa version allemande, *Karambolage, kleines Buch der deutsch-französischen Eingenarten*, Doutriaux, Claire. ARTE Edition, 2006.

propos. Ces grandes problématiques constituent les fondements de notre méthodologie herméneutique : Dans quelle mesure *Karambolage* fait-elle la promotion de l’interculturel ? Dans quelle mesure forme-t-elle à l’interculturel ? Le discours produit par *Karambolage* est-il à la portée de tous ? Est-il nécessaire de disposer de certaines connaissances préalables, culturelles ou linguistiques, au sujet de l’*Autre*, pour saisir les contenus ? Puisque nous avons tâché de conserver un regard critique afin, ensuite, de pouvoir proposer quelques perspectives d’évolution, nous nous interrogerons sur la question du stéréotype. D’une certaine manière, *Karambolage* ne renforce-t-elle pas les stéréotypes<sup>949</sup> ? L’ironie suffit-elle à s’en détacher ? Une analogie peut effectivement être établie entre stéréotypes et télévision. Cette dernière, tout comme les stéréotypes, ressemble à la réalité, alors qu’elle est souvent déformée, et ce pour rendre les objets plus faciles d’accès, pour correspondre aux attentes des publics, alors qu’elle reste un instrument de communication et de séduction. Selon ces théories critiques, la télévision participe à intensifier les stéréotypes, alors qu’ARTE souhaite justement lutter contre, ou a minima les déconstruire, les faire connaître pour mieux s’en détacher. Mais la télévision participe aussi à créer un sentiment d’appartenance à un groupe, et ARTE profite de ce pouvoir si particulier. En reflétant l’Europe, ARTE crée un sentiment d’appartenance à l’Europe. Ce sentiment d’appartenance à un groupe est très visible dans *Karambolage*, qui s’appuie sur des scènes du quotidien, et donne à explorer ces objets pour rapprocher les publics. Afin d’aider les peuples à mieux se comprendre, les informations historiques et politiques au sujet de l’*Autre* ne suffisent pas. *Karambolage* est particulièrement représentative de l’interculturel télévisuel dans le sens où elle donne à voir les représentations du monde de l’*Autre*, son imaginaire, son quotidien, ses références culturelles.

---

<sup>949</sup> Cette question a par ailleurs été traitée au cours de notre formation universitaire, lors du Master Discours et Pratique des Médiations Culturelles / Diskurse und Praktiken der kulturellen Vermittlung, dans le module « Management interculturel / Interkulturelles Management ». Voir à ce sujet : Gemeaux, Christine (de), "Die besondere Bedeutung des historischen Ansatzes in interkulturellen Programmen"/ & Baric D. "Schlaglichter auf den binationalen Masterstudiengang Tours/Bochum", in: Choluj B. & Balfanz A. (Hrsg.), *Bilder eines Kaleidoskops, Interkulturalität und Wissensvermittlung. Didaktischer Umgang mit Differenzen*, Europa Universität Viadrina/ Collegium Polonicum, Frankfurt (Oder) /Slubice, 2017, p. 171-181.

<https://opus4.kobv.de/opus4-euv/frontdoor/deliver/index/docId/243/file/Interkulturalitaet.pdf>.

„Zur Anregung der Diskussion über deutsch-französische Differenzen werden schließlich ergänzend ganz konkrete Beispiele aus der Sendung *Karambolage* auf ARTE herangezogen. Der Sender thematisiert in der Tat sehr pädagogisch die deutsch-französischen Unterschiede und Gemeinsamkeiten. Es geht in der Sendung darum, mit Humor Neugier zu wecken und beide Kulturen im Rahmen der Freundschaft s- bzw. Versöhnungspolitik einander näher zu bringen.“, op.cit. « Enfin, afin de stimuler la discussion au sujet des différences franco-allemandes, des exemples concrets tirés du programme *Karambolage* sont utilisés. La chaîne thématise effectivement les différences et les similitudes franco-allemandes de manière très pédagogique. Le programme propose d’utiliser l’humour pour éveiller la curiosité et rapprocher les deux cultures dans le cadre de la politique d’amitié et de réconciliation. »

Si *Histoire Parallèle* touche, nous l'avons montré, à l'universel grâce à son esthétique parfois tragique, empreinte d'émotion, et particulièrement documentée, *Karambolage*, non moins documentée, semble quant à elle toucher à l'universalité parce qu'elle s'ancre dans une *culture du quotidien*. Mais ces deux émissions se font, finalement, profondément écho. Le concept de l'émission se fonde en effet lui aussi sur le *témoignage*, une esthétique que nous baptiserons *narration-témoin*, fondée sur l'*expérience*, et ce tout naturellement parce qu'elle a été pensée par un sujet, Claire Doutriaux, profondément enraciné dans l'interculturel et ses problématiques, et désormais écrite et montée par des individus tout autant imprégnés de cette double culture. Tout comme *Histoire Parallèle*, *Karambolage* se situe bien souvent dans le témoignage, ce qui aide à la transférabilité de ses contenus, à leur bonne réception.

Ce n'est pas une émission où il a été décidé par les instances dirigeantes d'une chaîne de faire une émission européenne. Cette émission, elle sort d'une nécessité d'une auteure – moi – de trouver la forme pour intéresser les autres à une chose qui était essentielle pour elle, qui est ce dialogue permanent que l'on mène avec soi-même quand on a deux cultures. En étant chez ARTE j'ai cherché à trouver un format qui intéresse les autres au sujet de cet échange permanent.<sup>950</sup>

C'est un succès car c'est une émission qui n'a pas été imposée. C'est un travail très personnel, et lorsque l'on travaille très fort dans le personnel et dans le **détail**, en profondeur, ça touche à l'universel.<sup>951</sup>

La notion de détail, citée ci-dessus par Claire Doutriaux, revête ici toute son importance. De notre analyse qualitative ressort effectivement toute l'importance donnée au détail dans les éditions de *Karambolage*. Le détail, parfois l'insignifiant, semble tout autant porteur de sens que le reste, tout autant représentatif des cultures et des traditions, et fait entière partie de toute la diversité des cultures, à laquelle ARTE, et notamment *Karambolage* accorde tant d'importance. Au cœur de *Karambolage* se trouve la culture dans son acceptation la plus étendue ; une culture du quotidien – *Alltagskultur*<sup>952</sup> – une culture du détail, du rite et des

---

<sup>950</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

<sup>951</sup> Idem.

<sup>952</sup> „Alltagskultur liegt außerhalb der falschen Alternative von Elitekultur oder Populärkultur. Sie erlaubt nicht nur, beide Kulturen nebeneinander bestehen zu lassen, sondern bietet darüber hinaus noch die Möglichkeit, Verbindungslinien zwischen den beiden zu ziehen. Während es früher nahezu keine Berührungspunkte zwischen Elite- und Massengeschmack gab, lassen sich heute – nicht zuletzt aufgrund der Vermittlung durch die Massenmedien- doch eine Reihe von Gemeinsamkeiten auffinden.“, dans Merkel, Katrin. *Europa auf den Bildschirm. Eine Untersuchung der europäischen Medienpolitik und-kultur am Beispiel des deutsch-französischen Kulturkanals ARTE*. Copengrave: Coppi-Verlag, 1955, p.33.

« La culture du quotidien se situe hors de la fausse alternative entre culture d'élite et culture populaire. Non seulement elle permet aux deux cultures de coexister, mais elle offre aussi la possibilité de tisser des connexions

traditions, bien plus proche de l'émotionnel et de l'humain que la culture dite « des beaux-arts », bien que *Karambolage* ait déjà consacré quelques sujets à des objets d'arts ou autres monuments historiques.

### ***Karambolage, le dialogue des cultures.***

Toutes les cultures font partie du patrimoine commun de l'humanité. L'identité culturelle d'un peuple se renouvelle et s'enrichit au contact des traditions et des valeurs des autres peuples. La culture est dialogue, échange d'idées et d'expériences, appréciation d'autres valeurs et traditions ; dans l'isolement, elle s'épuise et meurt.<sup>953</sup>

*Karambolage* a été conçue en 2004, à l'Atelier de Recherche, haut lieu d'interculturalité à Paris, dans lequel les langues française et allemande se mélangent en permanence, phénomène que nous avons déjà décrit dans notre partie dédiée aux relations internes. Ce pôle satellisé a souvent été oublié dans les recherches dédiées à ARTE, qui ne mentionnent en général que le trio Paris-Strasbourg-Baden-Baden. L'Atelier de Recherche se situe effectivement à Paris, non loin des locaux d'ARTE France à Issy-les-Moulineaux, mais dispose d'une grande autonomie, et rassemble Français et Allemands particulièrement compétents dans l'interculturel, la plupart ayant vécu dans le pays de l'*Autre*, tous bilingues, et tous porteurs d'une *histoire interculturelle*, constituée d'anecdotes, des anecdotes décrivant parfois des malentendus, parfois au contraire des élans de production communes, d'apprentissage, d'acquisition de nouvelles compétences. Le « taux d'interculturalité féconde » y semble même plus élevé qu'à Strasbourg, tant l'ensemble des collaborateurs ont développé un esprit de groupe franco-allemand, européen.

L'interculturel s'exprime complètement ici au sein de l'Atelier de Recherche, c'est le lieu le plus représentatif du franco-allemand. Et de ces contacts entre Français et Allemands sortent les sujets que l'on peut retrouver dans *Karambolage*.<sup>954</sup>

L'esprit de création est particulièrement exacerbé à l'Atelier de Recherche, qui dispose de tout le nécessaire pour produire des contenus seul ; banc de montage, studio, auteurs. Le magazine *Brut* y fut conçu avant *Karambolage*. *Karambolage* y est entièrement produite, dans

---

entre ces deux cultures. Alors qu'il n'existait dans le passé presque aucun point de contact entre le goût de l'élite et des masses, on trouve aujourd'hui un certain nombre de points communs notamment grâce à la médiation proposée par les médias. »

<sup>953</sup> Déclaration de Mexico, 1982.

<sup>954</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

sa version française et allemande, sans contacts préalables avec Strasbourg, et est reconduite presque automatiquement d'une année sur l'autre. Si Claire Doutriaux, qui a souhaité s'entourer presque exclusivement d'une équipe allemande, a pensé l'émission, sa rédaction en chef est à l'heure actuelle tenue par Janeth Konrad, auteure et collaboratrice. Tout comme *Histoire Parallèle*, *Karambolage* n'était prévue à l'origine que pour quelques épisodes.

L'émission, qui fonctionne très bien en France comme en Allemagne, souffre tout de même – tout comme l'ensemble des programmes d'ARTE – d'une différence de réception. Les audiences allemandes sont plus faibles, un état de fait dû, comme nous le confiait l'une des responsables des audiences, en partie à l'heure de programmation, qui n'est pas la même en France (20h35) qu'en Allemagne (18h55). Le format court est de surcroît plus inhabituel en Allemagne qu'en France, ce qui peut participer à cet écart d'audience, mais *Karambolage* reste, tout comme en France, en constante progression. Plusieurs fois, le créneau de diffusion s'est vu modifié, notamment en France où il se voyait déplacé à 20h35 le samedi en 2017, après avoir été de nombreuses années diffusé le dimanche soir à 20h. Alors que Claire Doutriaux se montrait très enthousiaste au sujet de ce nouvel horaire, *Karambolage* retrouvait rapidement sa place d'origine, le dimanche à 20h35, en témoigne la grille des programmes de 2018. La place qui lui est accordé demeure stratégique et pertinente, puisque juste avant le *prime-time* consacré au cinéma à 20h50.

En Allemagne nous sommes à 18h55 le samedi, ce que je trouve moins bien. Les audiences y sont plutôt bonnes mais variables, en France c'est formidable, et je pense que si nous étions en Allemagne à 20h30 ce serait formidable.<sup>955</sup>

D'un point de vue du concept, des contenus, *Karambolage* s'attache à décrypter les rites et traditions des Français et des Allemands, en tâchant notamment de suivre certaines grandes actualités (le jour de l'an, Noël, Pâques, les élections européennes), et de participer à une meilleure connaissance de la culture de l'*Autre*. L'émission a désormais plus de quinze ans, et les sujets ne semblent pas s'épuiser. La profusion des sujets s'explique par la très grande implication de ses auteurs, ainsi que les réactions des téléspectateurs. Ainsi, chaque sujet semble avoir pour origine une question que quelqu'un s'est réellement posée. Les rédacteurs notamment semblent raconter leur propre histoire, leurs propres expériences, leur vécu.

---

<sup>955</sup> Idem.

Et comme le dit très justement N.O., qui est l'une des rédactrices, c'est aussi en grande partie parce que c'est notre propre vie de franco-allemand que nous mettons à l'antenne.

956

J'ai vécu dix-huit ans en Allemagne. L'émission n'aurait jamais vu le jour autrement, cela n'aurait pas été imaginable sans cette expérience. Je n'aurais jamais imaginé cette émission si je n'avais pas cette double culture, en évitant le cliché, en faisant une émission très incarnée, et avec cette envie de changer l'image que les Français peuvent avoir de l'Allemagne, le tout dans une émission très gaie, très vive. L'idée n'était surtout pas de faire du prosélytisme mais d'intéresser les Français à l'Allemagne, tout comme intéresser les Allemands à la France, et pas uniquement ceux qui sont déjà germanophile ou francophile.<sup>957</sup>

Claire Doutriaux présente ainsi *Karambolage* comme une volonté très personnelle, en réaction à son propre vécu. Consciente des bénéfices comme des risques de l'interculturel, l'auteure a souhaité partager ses expériences, mettre à l'antenne ce que peut vivre toute personne étant partie vivre ou voyager dans le pays voisin, ses questions, ce qui a pu la surprendre, ce qu'elle a appris de l'*Autre* et d'elle-même, mettre à l'écran la rencontre et le dialogue des cultures, expliquer ces phénomènes de manière ludique, dans une perspective franco-allemande. Alors qu'ARTE souhaite rapprocher les peuples, *Karambolage* propose un *premier pas* vers l'*Autre*, une première approche certes théorique, par le biais de l'audiovisuel, mais qui, grâce à sa *narration-témoin*, pénètre particulièrement l'imaginaire des publics.

Le numérique apporte beaucoup à un format tel que *Karambolage*. Si l'émission est toujours conçue pour la télévision, elle est cependant diffusée sur les réseaux sociaux et *Youtube*, ainsi qu'en *replay* sur le site web de la chaîne. Sa courte durée la rend aisément accessible, et sa présence sur le *web* ne fait qu'accroître sa raison d'être, qui est le dialogue des cultures. En effet, chaque nouvelle publication conduit à diverses réactions en commentaire ; des partages d'expériences, des critiques, la réponse à la fameuse *devinette*, l'une des rubriques phare de l'émission. Les téléspectateurs sont invités à y répondre et sont tirés au sort pour recevoir un lot aux couleurs d'ARTE ou de *Karambolage*. Le ludique est ainsi poussé à son paroxysme, et l'on constate déjà que l'émission pousse à l'échange, au dialogue. Claire Doutriaux nous confiait lors de notre interview que nombreux sont les mails et courriers adressés à leur

---

<sup>956</sup> Idem.

<sup>957</sup> Idem.



rédaction, en notant que les Allemands sont bien plus actifs dans cet exercice, alors qu'ils sont moins nombreux à regarder le programme. L'on note par ailleurs que les Allemands semblent d'ailleurs toujours plus actifs que les Français dans le cadre d'exercices participatifs, là où les Français se montrent plus passifs, à l'instar du milieu scolaire et étudiantin.<sup>958</sup>

*Karambolage* tient donc aussi son caractère interculturel à sa capacité à initier une dynamique d'échanges concrets.

L'aspect ludique, avec cette esthétique de l'animé, permet en outre de ne pas intéresser uniquement les sujets qui ont vécu ou vivent la même chose, mais aussi des néophytes, et de tout âge. *Karambolage* se détache des autres formats de la chaîne, tout en respectant totalement les lignes éditoriales de la chaîne, fondées sur le rapprochement des peuples, la création, la culture, le franco-allemand.

Nous avons choisi ce format animé pour amener ces sujets avec un côté très ludique, et, venant du monde du documentaire, c'est un monde que je ne connaissais pas. Mais j'ai tout de suite su que c'était avec l'animation que je voulais le faire. Lorsque je l'ai proposé à la chaîne, ça a fait un drame ; ARTE était habitué à faire en sorte que les Français parlent de la France, que les Allemands parlent de l'Allemagne, mais pas comme je le proposais. Ils ont eu peur des conflits que cela pourrait générer, et ce même au sein de la chaîne. Ça a été une longue lutte de faire en sorte que cette émission arrive. Finalement tout le monde a été bienveillant, ça s'est imposé très vite.<sup>959</sup>

Il est vrai que *Karambolage*, en dépeignant avec humour les habitudes et traditions des Français et des Allemands, prend aussi le risque de froisser l'autre. L'ironie et l'autodérision se présentent alors comme meilleures solutions pour décrypter les stéréotypes sans tomber dans le cliché. Alors que l'environnement interculturel en place à l'Atelier de Recherche semble très stable, Claire Doutriaux ne cache pas qu'il existe encore des phases de querelles ou de mésententes entre Français et Allemands, mais elle n'y voit pas des facteurs bloquants, et en résultent au contraire des élans de création : « C'est pour ça que *Karambolage* existe !

---

<sup>958</sup> Nos quelques expériences en tant qu'enseignante de langue allemande contractuelle en collège le montrent elles-aussi ; les jeunes élèves allemands prenaient ainsi bien plus souvent part aux discussions de groupe, participaient d'avantage aux exercices, prenaient plus régulièrement la parole que leurs camarades français. L'enseignement en Allemagne semble plus représentatif d'une forme participative, là où l'enseignant français demeure la « figure autoritaire », symptomatique de la tradition de hiérarchie pyramidale que nous avons pu développer dans nos chapitres théoriques. Si ces retours d'expériences semblent anecdotiques, ils confirment néanmoins cette tendance.

<sup>959</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

Tous les jours nous en discutons, de là sortent les sujets, c'est du *Karambolage*... »<sup>960</sup> Les Français et Allemands de l'Atelier de Recherche ont atteint un tel degré d'interculturalité, que les conflits sont productifs, et ce d'autant plus qu'ils constituent ensuite les sujets de leurs émissions.

Ce n'est pas une émission européenne, c'est une émission faite par des Européens. C'est notre vie que l'on met à l'antenne et c'est ce qui explique son succès et sa longévité. Il fallait veiller à ne pas faire une émission uniquement pour les francophones d'Allemagne et inversement. Il fallait intéresser largement et c'est ce qui s'est passé. Cela a ouvert une sorte de compréhension sur l'Allemagne contemporaine.<sup>961</sup>

*Karambolage* dépasse largement la diffusion télévisuelle, et est initiatrice de concours de création vidéo, est diffusée dans les écoles pour les jeunes apprenants allemands ou français. Elle dépasse ses fonctions et se rapproche ainsi des institutions culturelles franco-allemandes telles que l'OFAJ ou l'Institut Goethe.

Parmi les particularités de ce format atypique, notons en outre son titre, *Karambolage*, qui, alors qu'elle doit faire la promotion de la rencontre interculturelle, selon notre hypothèse, met ici plutôt en avant la notion de choc, de collision. Le terme de *carambolage* ne manque pas de force, et inspire, visuellement comme intellectuellement l'impact destructeur. Il sous-entend l'idée de multiples chocs, d'accidents en série. Lors d'un carambolage, plusieurs véhicules s'amassent, se percutent, et bloquent le cours normal du trafic, et cela à cause d'un élément perturbateur, parfois insignifiant. Tout prend ainsi sens : en s'intéressant ainsi au détail, *facteur de collision interculturelle*, les rédacteurs de *Karambolage* font en sorte d'éviter le carambolage interpersonnel et communicationnel. En communication interculturelle, un petit détail peut mener au conflit, et toute la relation, tout le groupe peut en pâtir. Le terme demeure compréhensible tant par les Français que les Allemands, le K faisant plutôt référence à ses attaches allemandes, le terme de carambolage aux attaches françaises. Sont souvent relatées dans les diverses éditions, des malentendus et incompréhensions. Le point de départ de nombreux sujets est la confrontation, ou les faits pouvant potentiellement conduire au conflit. *Karambolage* dépeint certes des phénomènes méconnus de l'autre culture, mais aussi des éléments susceptibles de les rapprocher. En restant dans la comparaison et l'énumération des différences, les rédacteurs prendraient le risque d'éloigner les deux cultures plutôt que de les rapprocher. Quelle forme donner à la narration pour montrer les différences sans créer de

---

<sup>960</sup> Idem.

<sup>961</sup> Idem.

clivage ? L'analyse du discours produit par *Karambolage* nous apportera des éléments de réponses.

Il est impossible, sans recherche supplémentaire, de savoir si l'émission est produite en France ou en Allemagne, et l'émission a effectivement été conçue avec la volonté de ne pas être marquée par l'appartenance à l'une ou l'autre culture. Une rapide analyse de l'esthétique globale du format, en particulier son générique, montre à quel point elle reste neutre. Son introduction est toujours restée la même, sur fond de musique rythmée uniquement par des percussions, reconnaissable par tout habitué du format, les lettres constituant le mot *Karambolage* apparaissent progressivement, « sous les coups » de longues barres rectangulaires colorées. La notion de choc est ainsi représentée très simplement par ces à-coups, la diversité par les multiples couleurs.



Impression d'écran de l'introduction de l'émission.

La suite du format est – hors images d'archives – entièrement animée, un choix qui semble se justifier par cette volonté d'accessibilité à tous les publics, et qui permet une grande liberté d'illustration des propos tenus. Il n'est pas aisé de prévoir ni d'évaluer l'impact d'un programme en termes de perception cognitive, et ce d'autant plus dans le cadre d'une télévision multiculturelle, qui s'adresse à plusieurs cultures. Il aura donc fallu trouver un format correspondant aux usages de tous, un format en mesure de pénétrer tous les imaginaires...l'animé est une solution intéressante, d'autant plus qu'il correspond ici tout à fait à la teneur du discours, notamment parce qu'il s'ancre très bien dans ce système ludique et pédagogique, dont font usage les rédacteurs de l'Atelier de Recherche. Toujours au sujet de l'esthétique du format, l'on a pu observer de nombreux changements de styles, l'émission faisant appel à des graphistes et artistes variés. Nombreux sont les jeux de collage,

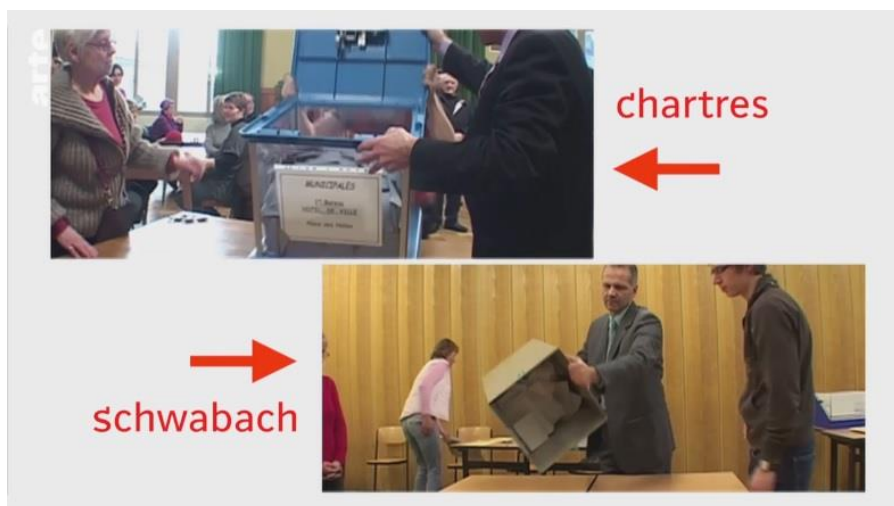
mélangeant dessin numérisé et images réelles, où les visages des protagonistes sont intégrés au format animé, en particulier lorsque ces derniers sont des personnalités ; politiques, culturelles, personnages historiques etc.



Angela Merkel et Emmanuel Macron dans le wagon de Rethondes, vu par *Karambolage*.

Impression d'écran de l'émission spéciale « L'Armistice du 22 juin 1940 ».

Sont en outre intégrées des prises réelles, non animées, des images d'archive, plus ou moins récentes, ou encore des images tournées par les équipes de *Karambolage*, sous forme de *micros-trottoirs*, ou bien encore les images filmées pour la rubrique de la *devinette*, puis des images prélevées depuis des clips musicaux, ou des extraits de film selon les besoins. Les formats très analytiques et comparatifs conduisent la rédaction à s'appuyer sur de vraies images, à l'instar d'un *Karambolage* dédié intégralement à l'analyse d'un rite bien français, celui de la Conférence de Presse Présidentielle à partir de vrais extraits, ou encore une comparaison des procédures de vote en France et en Allemagne, occasion pour laquelle *Karambolage* a installé ses caméras dans des bureaux de votes.



Comparaison de deux procédures de vote, à Chartres et Schwabach.

Impression d'écran de l'émission *La salade de crudités / Le vote en France et en Allemagne*.

Le programme, très court, entre dix et douze minutes, est de tradition divisé en trois rubriques, parfois moins si l'une des rubriques est traitée de manière plus approfondie, ou lors d'émissions spéciales, en rapport avec les grandes actualités. À ce sujet *Karambolage* tâche en effet de suivre l'actualité, non seulement politique ou historique avec certaines dates anniversaire ; l'on notera par exemple une émission dédiée aux trente ans de la Chute du Mur, deux émissions lors des Élections Européennes, mais aussi des émissions d'actualité culturelle, sociétale, évoquant les traditions et modes du moment, avec par exemple *La Draisienne*, petit vélo sans pédale qui revient à la mode en France alors qu'il existe depuis 1817, inventé par l'Allemand Karl Drais, ou encore un format sur l'histoire de la boisson alcoolisée *Spritz*, un peu désuète en Allemagne, et très à la mode en France. En somme, *Karambolage* propose de suivre tout ce qui ponctue la vie des Européens, en particulier des Français et des Allemands. Chaque émission se clôture sur *la Devinette*, sous forme de jeu puisque les publics sont appelés à participer et à être tirés au sort pour recevoir un lot ARTE, avec un plan court, tourné en France ou en Allemagne, au sein duquel se cache un détail permettant de situer les lieux. Aux téléspectateurs de trouver la réponse, qui est divulguée en fin d'émission suivante.

Grâce à toutes ces rubriques, dont la quantité est frappante, les auteurs de *Karambolage* sont en mesure de s'arrêter sur le détail, de le décrypter. Cette pluralité des contenus comme des formes renseigne sur la diversité des cultures. Le détail et le quotidien sensibilisent à l'*Autre*, permettent de s'en rapprocher. Ce qui semble appartenir au monde de l'insignifiant – un mot, un objet, un rite, une anecdote – constitue finalement les identités culturelles. En ce sens, *Karambolage* a développé un processus inédit d'apprentissage de la culture voisine, et se

présente comme outil de communication interculturelle. Si l'on peut se questionner sur l'identité interculturelle de certaines émissions d'ARTE, nous y reviendrons, *Karambolage* ne laisse pas le moindre doute.

Avant de développer notre compte rendu de l'analyse sémiotique du langage produit par *Karambolage*, nous proposons ici un tableau récapitulatif des rubriques traitées dans les cinquante émissions que nous avons retenues, que nous avons tâché de classer dans des catégories plus générales : langage, société, histoire(s)/géographie, rites/coutumes/traditions. Ces rubriques ont été classées selon l'angle avec lequel elles sont traitées, afin de mieux repérer comment peut se construire son discours, avec un angle parfois très pédagogique, c'est souvent le cas des rubriques de la catégorie histoire(s)/géographie, ou encore un angle très linguistique, et enfin un angle de type témoignage, que l'on retrouve plutôt dans les catégories société, rites/coutumes/traditions.

	<b>Langage</b>	<b>Société</b>	<b>Histoire(s) Géographie</b>	<b>Rites Coutumes Traditions</b>
<b>Rubriques</b>	le mail (3) la langue (3) la comptine (1) l'expression (9) l'onomatopée (15) le mot (12) parlez-vous allemand ? (1) parlez-vous français ? (1) la lettre (1) l'objet (1) la question (1)	le mail (1) la loi (2) la consultation (1) le lieu (2) l'inventaire (9) le club de foot (1) l'objet (5) l'institution (1) la tradition (2) citez des Allemands célèbres (1) Analyse d'image (1) le quotidien (2) le club (1) le portrait (1) la formule (1) l'archive (1)	le mail (1) le monument (2) l'histoire (3) la ville (2) l'animal (1) le lieu (1) l'objet (5) l'institution (1) la peinture (1) le quotidien (2) le symbole (2) le magasin (1) le look (1) le territoire (2) le portrait (1) la question (1) le style (1) la chanson (1) ma chute du mur (1)	le mail (4) le rituel (3) la boisson (4) ce qui me manque (4) la coutume (1) le mets (2) ce qui me surprend (4) l'usage (3) l'objet (4) le quotidien (3) ma recette (1)

L'on notera que la frontière est parfois très mince entre les rubriques de catégorie « société » et « rites/coutumes/traditions », mais nous avons pu les différencier grâce à l'angle adopté dans l'écriture de ces sujets. Les chiffres figurant entre parenthèses correspondent au nombre de sujets appartenant aux rubriques correspondantes, l'on constate ainsi que *l'onomatopée*, *le*

*mot, le mail, et l'objet* sont fréquemment traités, alors que d'autres restent rares, voire même exceptionnels, à l'instar de *la consultation, l'archive* ou encore *le style*. L'on constate aussi qu'une même rubrique figure parfois dans plusieurs colonnes, preuve que selon l'angle choisi, un sujet peut appartenir à diverses catégories, et cela montre à quel point *Karambolage* traite de toutes les formes de cultures, ne s'en tient pas à être uniquement un émission qui décortique les langues, ni uniquement les rites, et qu'elle ne s'en tient pas à de simples comparaisons franco-allemandes, mais qu'elle contient, dans sa narration, une diversité rendue visible par ce tableau.

Sous couvert d'un format ludique, presque enfantin, *Karambolage* tente de parvenir à « établir les liens communicatifs entre des membres de cultures différentes et de résoudre, par leur action pratique mais aussi communicative, les conflits qui peuvent en résulter. »<sup>962</sup> En établissant ces liens, *Karambolage* esquisse une forme de dialogue entre les cultures, et a dû trouver une forme de discours intelligible, cohérente, assimilable par les deux parties. Une émission telle que *Karambolage* fait ainsi figure de petit carnet de bonnes conduites à tenir dans le pays voisin, ses us et coutumes. Une communication, une rencontre interculturelle ne peut s'établir dans de bonnes conditions que s'il existe une forme, ou une volonté de compréhension de l'identité culturelle de l'*Autre*. *Karambolage* se prête à l'exercice, et tâche de constituer une sorte de sentiment d'appartenance à une culture plus large, grâce à la présentation d'éléments du quotidien, grâce à un discours exclusif constitué sciemment afin de remplir un rôle intégratif.

Notre étude se fonde sur la sémiologie du langage audiovisuel, langage élaboré par les auteurs de *Karambolage* de sorte, selon nos hypothèses, à constituer un discours promotionnel de l'interculturel, ainsi qu'un discours pédagogique, formateur à la rencontre interculturelle. Comment ces auteurs s'y prennent-ils ? Comment parviennent-ils à produire un texte, une image claire, lisible, à la portée des publics Français et Allemands, pourtant parfois si différents ? En ressort-il un langage particulier ? Le potentiel d'interculturalité de l'émission, de par son histoire et ses fonctions, est particulièrement fort, mais comment s'exprime-t-il ? L'observation critique des cinquante émissions sélectionnées, qu'elles nous semblent, par leurs titres, très représentatives d'un format franco-allemand ou moins, nous a finalement conduite à extraire trois grands types de narration dans ce discours ; un discours de *narration-*

---

<sup>962</sup> Lüsebrink, Hans-Jürgen, *Les concepts de « culture » et « d'interculturalité »*. *Approches de définitions et enjeux pour la recherche en communication interculturelle*. Université de Saarbrücken, Allemagne, *Les Bulletins* n°30, avril 1998.

*témoin*, fondé sur l'expérience et l'apostrophe, qui semble *impliquer* ses publics, puis un discours fondé sur le *double regard, franco-allemand*, pensé et rédigé pour convenir aux deux publics, et enfin, un discours *didactique*, aux codes parfois très pédagogiques. Ces trois formes narratives constituent un discours de promotion et de formation à l'interculturel.

### *Le discours de narration témoin.*

La forme que nous avons baptisée comme étant celle du discours de *narration témoin* se fonde, selon notre propre définition, sur deux principes, naturellement celui du témoignage, qui peut, nous allons le voir, prendre diverses formes, mais aussi sur le principe de l'apostrophe, c'est-à-dire que les auteurs de *Karambolage* semblent concevoir leurs textes de sorte à s'adresser, et ce de manière très directe, à leurs publics, les impliquant alors très rapidement, puisque certaines émissions comportent ces apostrophes dès l'introduction de leur premier sujet. Nombre d'exemples ont pu être relevés lors de notre phase analytique.

Dans l'édition spéciale consacrée à l'armistice du 22 juin 1940, la voix masculine introduisant le sujet interpelle directement les auditeurs : « 22 juin 1940, cette date vous dit quelque chose ? » avant de laisser la parole à la narratrice, Claire Doutriaux dans le cas présent, qui conserve par ailleurs le même angle de narration, « cher amis de *Karambolage* ». Notons de surcroît l'usage d'un discours de proximité, que l'on a pu retrouver dans de multiples éditions du programme, et qui participe sans nul doute à un processus d'identification, d'appartenance à un groupe, qui pousse même les auteurs à s'appuyer sur quelques néologismes, « chers automobilistes *Karamboligiens* » (*Karambolage* : Le Walhalla / Le Pistolet à essence) « nous *karambolons* à l'euro péenne aujourd'hui et dimanche prochain » (*Karambolage* : spéciale Europe ½), néologismes par ailleurs tout autant présents dans les versions allemandes correspondantes, « Liebe *Karambolage*-Freunde » « Liebe *Karambolaner* » « Zur Einstimmung *karambolieren* wir am Heuten und am nächsten Sonntag... ». La version allemande de cette édition spéciale armistice contient les mêmes apostrophes, bien qu'il s'agisse, pour cette version, d'une voix d'introduction féminine<sup>963</sup> : « Wissen Sie, was

---

<sup>963</sup> Il n'est pas aisé de tirer des conclusions au sujet des choix de genre. Sur 83 émissions analysées, la voix de présentation française est constamment masculine, alors qu'elle est toujours féminine en langue allemande. Seule une émission est contée dans les deux versions par Claire Doutriaux ; l'émission au sujet du 30<sup>e</sup> anniversaire du Traité Interétatique fondateur d'ARTE. Ce fait semble s'expliquer par la plus forte proportion de collaboratrices que de collaborateurs germanophones au sein de l'équipe de *Karambolage*. ARTE s'inscrit en outre dans une réelle démarche de parité : <https://www.arte.tv/sites/corporate/egalite-femmes-hommes/>  
La télévision allemande semble en outre bien plus ouverte à la gente féminine et à la parité, en témoignent nos analyses du discours de l'information et l'exemple des binômes du *Heute Journal* de la ZDF. La différence est



am 22. Juni passiert ist ? ». Une façon d'introduire les sujets particulière, représentative de ce format ludique et participatif. De multiples apostrophes ont ainsi été relevées, tant dans les versions françaises qu'allemandes du programme, « vous êtes prêts ? / sind Sie bereit ? » « vous connaissez sûrement.../ Sie kennen sicher... »<sup>964</sup>, « [...] mais, voyez plutôt / aber sehen Sie lieber selbst »<sup>965</sup> des apostrophes en introduction de sujets ainsi que dans les sujets, qui stimulent régulièrement les auditeurs, suscitent leur intérêt, « elle nous présente aujourd'hui un mets allemand très particulier qui risque d'étonner plus d'un Français ». <sup>966</sup> Les auteurs s'appuient en outre sur des interrogations directes « connaissez-vous Cherbourg ? » avant de lancer leurs sujets, ainsi que sur l'ironie pour susciter la curiosité, l'amusement, éventuellement rendre un sujet complexe plus léger dans sa présentation, à l'instar de cette émission au sujet de la Guerre franco-prussienne de 1870 : « Comme vous le savez peut-être, la France et l'Allemagne n'ont pas toujours été les meilleures amies du monde. / Wie sie vielleicht wissen waren Frankreich und Deutschland nicht immer die besten Freunde. »<sup>967</sup>

Les mises en situation font entière partie de ce discours de témoignage, participatif, impliquant les publics, grâce à de courtes insertions, en témoigne l'une des rubriques dédiées à l'explication de la numérotation des rues berlinoises, et son ouverture : « vous êtes à pied, évidemment bien chargé »<sup>968</sup> avant d'expliquer leur particularité, et le fait que tout non initié risque de s'y perdre. En effet, contrairement à la tradition, tant en France qu'en Allemagne, qui veut que les numérotations de rue se construisent sur un système pair/impair, la numérotation berlinoise a conservé les traces d'une décision de 1798. Le préfet de police de l'époque, Eisenberg, numérotait les rues de manière croissante, les unes à la suite des autres, choisissant pour point de départ le Château de Berlin, l'Hôpital de Berlin comme point d'arrivée. Le système étant bancal et complexe, Berlin a finalement adopté la nouvelle numérotation pair/impair, tout en conservant l'ancienne, probablement pour des raisons historiques, ce qui rend l'exploration de Berlin parfois très perturbante. Pour faire découvrir à ses téléspectateurs l'engouement des Allemands pour la spécialité italienne qu'est le Latte Macchiato, *Karambolage* se sert, une fois n'est pas coutume, de ce

---

d'autant plus marquée dans le monde du sport télévisé. En 2018, alors que des femmes ont commenté la Coupe du Monde en Allemagne (Claudia Neumann, ZDF), Hanna Marklund sur TV4 (Suède) et Vicki Sparks sur la BBC (Royaume-Uni), une polémique naissait côté français quand le commentateur Denis Balbir annonçait se positionner contre les commentaires sportifs par des femmes, dont les voix, trop aigües à son goût, seraient désagréables pour les téléspectateurs.

<sup>964</sup> Karambolage : Monter à Paris / Apfelwein / Le rhinocéros de Dürer.

<sup>965</sup> Karambolage : Kekes / Manger séparément / Le phare d'Eckmühl.

<sup>966</sup> Karambolage : Götterspeise / Cerf-volant / Parlez-vous allemand ?

<sup>967</sup> Karambolage : Reclam / L'Ours de Berlin.

<sup>968</sup> Karambolage : La mauvaise foi / Les statues de Bismarck / La numérotation des rues de Berlin.

discours de mise en situation « Imaginez, vous déjeunez dans un sympathique restaurant de Berlin, disons dans le quartier de Friedrichshain par exemple. »<sup>969</sup> Le narrateur explique aux « *Karamboligiens* » que tout ce qui vient d'Italie fascine les Allemands, et que cette spécialité s'est imposée dans les quartiers branchés d'Allemagne, à tel point que les Allemands eux même leur donnent le surnom de « Latte Macchiato Viertel » / « Quartier Latte Macchiato ». Ainsi, *Karambolage* renseigne non seulement sur la culture et l'histoire de l'*Autre*, mais aussi sur ses mœurs actuelles, ses modes, ses tendances, l'actualité faisant elle aussi tout à fait partie de la culture.



Impression d'écran de l'émission consacrée au Latte Macchiato, puis à Johnny Hallyday.

Cette narration participative, incitant au dialogue, est ainsi perceptible par touches, mais pas uniquement, *Karambolage* propose parfois de prendre le spectateur par la main. Ces sujets sont d'ailleurs présentés ainsi, et *Karambolage* endosse alors un rôle *médiateur*, ainsi que dans sa version allemande, au ton similaire :

Petite sortie culturelle au Louvre / En français on l'appelle La Joconde, en Allemagne on dit Mona Lisa / J'en étais sûr que ça vous disait quelque chose.

Nimmt uns zu einem kleinen Besuch in den Louvre mit. / Was ? Sie wissen nicht, welches ich meine? Sind sie sicher? Die Franzosen nennen sie La Joconde, die Deutschen Mona Lisa. / Jetzt ist der Groschen aber gefallen oder? Hätte ich mich auch gewundert.<sup>970</sup>

Une Française en vacances en Allemagne raconte le rite des *Kneippbecken*, qu'elle a découvert lors d'une randonnée. Ces bassins d'eau froide ont été inventés par Sebastian Kneipp et se sont répandus en Allemagne, le principe étant d'y tremper ses jambes pour une meilleure circulation sanguine. Le label *Kneipp-Kurort* est aujourd'hui encore très recherché

<sup>969</sup> *Karambolage* : Latte Macchiato / Johnny Hallyday.

<sup>970</sup> *Karambolage* : Des Allemands célèbres / La Joconde.

par les villes allemandes. Sous forme de simple anecdote de vacance, le téléspectateur est renseigné sur un rite typiquement allemand, totalement méconnu en France.

En Allemagne, elle a fait une découverte insolite qu'elle aimerait bien faire partager à tous les Français. On la suit ?<sup>971</sup>

Nous avons pu noter qu'il existe finalement deux sortes de témoignages. La première est une narration contée par les auteurs mêmes, les rédacteurs de *Karambolage*, qui, en bons professionnels de l'interculturel, confrontés eux même à des situations enrichissantes, parfois amusantes, parfois délicates, les racontent à leurs téléspectateurs. La seconde est participative, et rendue possible notamment par la rubrique du *mail*, qui donne la parole aux téléspectateurs afin que ces derniers racontent eux-mêmes leurs expériences. S'agit-il réellement de la mise en image d'histoires envoyées à la rédaction, ou ces derniers mettent-ils simplement en scène ces situations ? La réponse importe peu, car l'important demeure l'effet produit, et le fait est que le discours s'ancre ici profondément dans le témoignage, et le fait qu'il soit présenté comme étant l'expérience d'un téléspectateur, et donc d'un *sujet lambda*, renforce le sentiment de partage d'expériences que propose ce programme.



Ainsi, *Karambolage*<sup>972</sup> propose par exemple de suivre l'histoire d'un téléspectateur français, dont le nom, Michel Vincent, est donné pour mieux l'identifier, marié à une femme allemande offensée de voir sur le chéquier de leur compte commun français la désignation « Monsieur et Madame Michel

Vincent ». En Allemagne, l'équivalent « Herr und Frau Peter Müller » ou encore « Herrn Peter Müller und Frau » sont désuets depuis longtemps. Michel Vincent raconte alors les procédures administratives – très longues – qu'il a menées pour arranger ce sujet de discorde et faire apparaître, sur leur chéquier commun, le nom complet de sa femme.

Parmi les autres mails reçus et mis en image par la rédaction, celui d'un Allemand, conté dans la version française en langue française, mais par un Allemand, reconnaissable par son accent afin de rendre la plus authentique possible la narration. Ce dernier, à Paris, raconte sa déception dans les brasseries lorsque sa femme commandait une salade de crudité, et de voir

<sup>971</sup> *Karambolage* : Saoul comme un Polonais / Les tuyaux de Berlin / Le bassin.

<sup>972</sup> *Karambolage* : Compte Commun / Jeux de langue / La prononciation allemande.

arriver une assiette bien frugale, quelques grains de maïs, quelques morceaux de betteraves sur un lit de salade. L'Allemand précise qu'il ne s'agit en outre aucunement d'aliments crus, et se consterne de voir les Français accepter une telle bévue. « Voilà, il fallait que je vous dise ma déception » / « So ! Ich musste meiner Enttäuschung einmal Luft machen » conclut l'auditeur allemand. Il est intéressant de noter que *Karambolage* ne met pas uniquement en scène des situations interculturelles d'enrichissement, d'apprentissage ou d'échange, mais aussi des malentendus et déceptions, et ne masque pas que l'expérience interculturelle peut parfois être déstabilisante, décevante, source de conflits, nous y reviendrons dans nos conclusions.

Parmi les sujets dont la nature peut justement être qualifiée de « témoignages dépréciatifs », retenons le mail d'une Française, qui compare les versions linguistiques de ces particularités physiques que sont les grains de beauté et les taches de rousseur. Si les Français usent de termes bienfaisants, presque poétiques, leur traduction allemande est plus surprenante. Les grains de beauté deviennent des *Leberfleck*, littéralement « tâches du foie », qui peuvent inspirer la maladie, et les taches de rousseur des *Sommersprossen*, « germes d'été », dans leur version sympathique, mais aussi des *Mückschiss*, « chiures de moustique » concernant la version familière. La Française relève une dernière différence marquante, puisque les « dents du bonheur » françaises deviennent en Allemagne des *Affenlücke*, « l'interstice du singe », avant de conclure, « comme si tout ce qui ne rentre pas dans la norme était jugé de façon négative en Allemagne, et je trouve ça bien dommage. »<sup>973</sup> Une journaliste allemande s'est elle aussi retrouvée désarçonnée en France alors qu'elle cherchait un logement à Paris, et note toute la complexité de l'administration française, ainsi que le prix des loyers. Ainsi, pour être logé à Paris, tout candidat doit au moins gagner au minimum trois fois le loyer demandé, être en CDI, avoir fini sa période d'essai, trouver un garant...choses auxquelles elle n'est pas habituée.

Dans une autre édition de *Karambolage*, une autre histoire plonge cette fois-ci les téléspectateurs en Allemagne, chez une jeune mère Française. Cette dernière vit Outre-Rhin et raconte son accouchement « à l'allemande ». Elle y conte la perception bien différente qu'ont les Allemandes de l'accouchement, grâce à la *Geburtshaus*, la *maison d'accouchement*, qui prône l'accouchement naturel, sans péridurale, une pratique finalement très peu courante en Allemagne. Le ton adopté par la rédaction – ou le témoin – y est original puisque teinté de

---

<sup>973</sup> *Karambolage* : Dents du bonheur / Robe d'avocat.

jalousie : « La femme allemande accouche sans douleur, elle, la veinarde. » « À ceux qui m'auraient demandé comment était l'accouchement, j'aurais répondu, avec le sourire épanoui de la jeune mère fraîchement accomplie : Alles wunderbar ! Eine flotte Geburt ! Merveilleux, une naissance hyper rapide ! » « Peut-être que la fameuse hormone de l'oubli, qui met quatre mois à agir sur l'hypothalamus des Françaises, a un effet immédiat sur le cerveau des Allemandes ? » « Décidemment les Allemandes sont de vraies *superwomen*, et nous, les Françaises, de belles chochottes. »<sup>974</sup> Un véritable discours de comparaison, agrémenté de quelques clichés est ici mis en place, mais l'ironie permet tout de même de s'en détacher, et de mieux comprendre l'expérience vécue par cette Française, et permet de s'identifier.

Le mail permet ainsi de conter des expériences, mais aussi d'expliquer quelques particularités linguistiques. Ainsi, une Allemande propose de s'arrêter sur l'expression « Monter à Paris », qu'elle a pu entendre en France, et qui l'a déconcertée puisqu'elle vit à Lille, qui lui semble donc que l'on devrait plutôt « descendre à Paris ». L'Allemande qui se présente ici comme témoin, n'a pas d'explication particulière, et les auteurs de *Karambolage* n'interviennent pas dans cette rubrique du mail. L'expression y est donc décryptée avec ce regard allemand, et analysée comme étant une « sorte de révérence inconsciente pour le statut hors du commun de Paris, capital de ce pays encore et toujours très centralisé qu'est la France ». / « [...] besonderen Status von Paris, der Hauptstadt eines noch heute sehr zentralisierten Landes. Nach Paris aufsteigen, darin steckt Prestige, Ehrgeiz. » Elle précise qu'il n'existe aucun équivalent en allemand, « Wir **steigern** nicht nach Berlin, München oder Hamburg. Nous ne **montons** pas à Berlin, Munich ou Hambourg. Wir **fahren** nach Berlin, München oder Hamburg. Nous **allons** à Berlin, Munich ou Hambourg. »<sup>975</sup>

Les témoignages par mail, racontés à travers de courts formats animés, permettent de faire jour sur une particularité, une tradition, et semblent toujours être contés par le sujet porteur d'une culture au sujet de l'autre culture. *Karambolage* ne pouvait pas omettre de traiter la tradition de l'*Abendbrot*, racontée par une Française de retour d'échange scolaire à Francfort. Cette dernière raconte sa surprise lorsque sa famille d'accueil lui proposait de passer à table à 18h, pour un repas froid constitué de charcuteries, légumes crus, fromages, œufs durs ou harengs. Une fois évoqué ce passage strictement narratif, l'histoire de l'*Abendbrot* est ensuite contée, une tradition remontant aux années 1920, ainsi que la très fameuse *Brettchen*, planchette en Résopal ou en bois sur laquelle les Allemands font leurs tartines du soir.

---

<sup>974</sup> *Karambolage* : L'accouchement à l'allemande / Le bébé / La maison de naissance.

<sup>975</sup> *Karambolage* : Monter à Paris / Apfelwein / Le Rhinocéros de Dürer.

D'autres témoignages font en outre référence à des expériences du quotidien, ainsi, un journaliste français en Allemagne se voyait refuser tous ses paiements par carte bancaire, méthode de paiement peu appréciée par les Allemands, qui lui préfèrent le liquide. La signification de « nur Bar »<sup>976</sup>, que l'on retrouve sur nombre d'écriteaux près des terrasses allemandes, est ainsi enseignée aux Français visionnant l'émission. Le journaliste évoque un « fossé franco-allemand », indiquant que 16% des dépenses des familles allemandes sont réalisées par carte bancaire, contre 35% en France, et donne l'origine de cette divergence. Si certains Allemands avouent ne pas utiliser de carte bancaire afin que l'État ne puisse suivre la trace de leurs achats, attitude que le journaliste français analyse comme une « conscience citoyenne découlant du traumatisme de la dictature nazie et de la RDA », une autre explication est ensuite développée : les commerçants allemands assimileraient la carte bancaire aux *credit-cards* américaines, distribuées aux Américains endettés dont les dépenses sont financées par un institut de crédit. Le journaliste précise en conclusion que le mot « dette » en allemand est en plus porteur d'un double sens, si *Schuld* signifie la « dette », il signifie aussi la « faute », ce qui aide à justifier que ce mode de paiement est assez invraisemblable pour les Allemands.

Nombreuses sont les expériences liées à la culture culinaire, ainsi une stagiaire française à Leipzig apprend avec étonnement que les Allemands adorent un fromage français estampillé « Original Französischer Weichkäse »<sup>977</sup> alors qu'il n'est pas vendu en France, et qu'elle trouve particulièrement fade : « Chers amis Allemands, je ne voudrais pas être trop chauvine, mais croyez-moi, un vrai fromage, ça vit, ça se transforme, ça doit sentir mauvais, et plus son odeur est forte, meilleur c'est, car son goût s'intensifie avec le temps. » Une autre française propose de faire découvrir une boisson typique d'Allemagne, le *Herrengedeck* et le *Damengedeck*, ainsi que l'histoire de sa création.

Les mails ne permettent pas uniquement de raconter des expériences vécues, mais aussi de répondre à des questions de téléspectateurs, ce fut le cas dans l'une de nos cinquante émissions. Ainsi, un Parisien interrogeait la rédaction de *Karambolage* au sujet du célibat des institutrices allemande, une loi de 1880, le *Lehrerinnenzölibat*, aboli depuis 1951 dans toute l'Allemagne, en 1956 dans le Bade-Wurtemberg.

---

<sup>976</sup> Liquide uniquement. *Karambolage* : La Draisiennne / L'expression / La Carte de Crédit.

<sup>977</sup> *Karambolage* : Le fromage Gérard / Comment sonne une fanfare / L'Île des Faisans.

Si les témoignages sont racontés par des téléspectateurs, présentés comme tels, les auteurs de *Karambolage* se prêtent eux-aussi au jeu, « Corinne Delvaux nous parle d'un col, très à la mode en ce moment, qui ravive chez elle des souvenirs d'enfance. Écoutez bien. »<sup>978</sup> Paul Ouazan, ancien collaborateur de Claire Doutriaux, à l'origine notamment du programme *Brut*, raconte son départ d'Alger pour la France, un épisode marquant de son enfance, raconté à la première personne, empreint d'émotion « je me souviens du bruit des bombes... »<sup>979</sup> mais aussi de mauvais souvenirs, leur voiture vandalisée à Marseille le jour de leur arrivée, les moqueries de ses camarades à l'école, l'impossibilité d'acheter des cocos, spécialité culinaire, sorte de chausson fourrés à la viande et aux légumes, que les Français confondent de surcroît avec la boisson américaine. L'une des journalistes allemandes de *Karambolage* évoque son incompréhension, ayant mené à un quiproquo, « Kleines Missverständnis beim Kauf eines Bilderrahmens in Frankreich »<sup>980</sup> lorsqu'un encadreur de photographie lui a tendu le portrait de sa grand-mère fraîchement achevé en disant « voici votre Marie-Louise », et elle de lui répondre que sa grand-mère se prénomme Gisela... La Marie-Louise étant le nom, donné en France à cet élément permettant d'embellir les encadrements. Claire Doutriaux, lors d'une émission spéciale *Les trente ans de la Chute du Mur*, raconte sa chute du mur « Mein Mauerfall / Ma Chute du Mur ». La créatrice de *Karambolage* raconte sa journée face à la caméra, il ne s'agit pas ici du format animé habituel. Elle raconte n'avoir été au courant de la chute que le lendemain, n'ayant alors ni télévision ni téléphone dans son logement parisien. Maija-Lene Rettig, l'une des auteures allemandes de *Karambolage*, raconte dans cette même émission l'un de ses voyages dans l'enclave de Berlin Ouest en tant qu'Allemande de l'Ouest, son passage par cette voie de transit historique, la *Transitstrecke*. L'auteure raconte les miradors, les soldats, les mitraillettes, l'autre vocabulaire de l'Est, qui leur semblait alors si étranger, « l'autre Allemagne, un pays dont le régime cherche à empêcher ses citoyens de fuir. »<sup>981</sup>

---

<sup>978</sup> *Karambolage* : Le col Claudine / Les gâteaux / Le Rotspon.

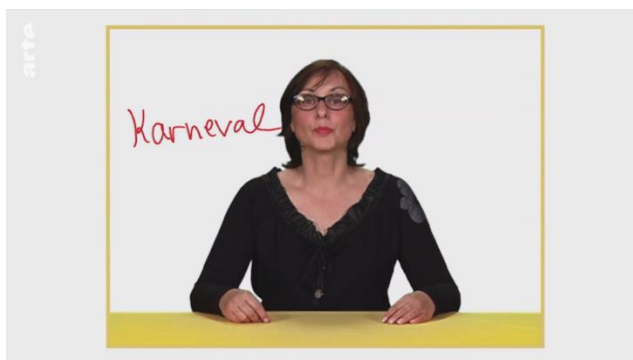
<sup>979</sup> *Karambolage* : Gendarme / Les accès pompiers / Départ d'Alger.

<sup>980</sup> *Karambolage* : La Marie-Louise / La Prusse.

<sup>981</sup> *Karambolage* : spéciale Chute du Mur.

La rubrique du mail compte parmi les témoignages participatifs, mais ces derniers font aussi partie du discours propre à *Karambolage* grâce à la rubrique *ce qui me manque*.

Une Allemande à Paris raconte, cette fois-ci non pas à travers un petit format animé, mais en étant présente dans les studios de la chaîne, face caméra, sa nostalgie du *Karneval* allemand, et finit par chanter



l'un de ses airs préférés, en patois : « mir schenken der Ahla poor Blömscha a poor Blömscha fia ihr Fensterbrett. Mir schenken ihr a poor Blömscha, denn die all Frau Schmidt, die is so nett. Helau. »<sup>982</sup>

Grâce à ces diverses citations et résumés de sujets, l'on constate bien que le discours de *narration témoin* fait entière partie des stratégies d'écriture de *Karambolage*, permettant de développer chez ses spectateurs un processus d'identification, ainsi que les apostrophes et interrogations directes, impliquant directement ses publics, prodiguant cette fois-ci un sentiment d'appartenance à un groupe, amplifié par l'utilisation de néologismes propres au programme, et ce tant dans les versions allemandes que françaises de l'émission. Cette forme discursive est perceptible dès les introductions de sujets, présentés par une voix différente de celle qui témoigne quelques secondes après. Si la majorité des sujets est écrite sous forme d'expérience, de témoignage, et que cela correspond tout à fait au désir *d'universalité* dont fait preuve *Karambolage*, notons que le programme ne donne à voir que très peu de visages. L'on retrouve bien sûr, grâce au procédé du collage, quelques photographies et archives permettant d'identifier certaines personnalités, quelques sujets sont en outre tournés face caméra, comme le montre notre impression d'écran ci-dessus, au sujet du *Karneval*, mais le format, animé, et présenté par une voix-off, se détache des procédés de « starification » que l'on prête à la télévision.

En règle générale, en télévision, l'on cherche à montrer des têtes, avoir des têtes à vendre.

La forme sur laquelle j'ai souhaité travailler ne s'appuie pas sur ce principe. Nous en souffrons peut-être, mais c'est ainsi que j'imaginai l'émission.<sup>983</sup>

Quelques rédacteurs de l'émission témoignent cependant suffisamment souvent pour être reconnus par les téléspectateurs, d'autant plus qu'une petite photo d'identité animée défile à

<sup>982</sup> *Karambolage* La Weiberfastnacht / Le Carnaval / Le béton.

<sup>983</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.



l'écran lors de la présentation du sujet. L'on a pu relever différents types de témoignages, certains contés par les auteurs de la chaîne, d'autres par les téléspectateurs, en grande partie grâce à la rubrique du *mail*, mais aussi via la rubrique *ce qui me manque*, lors de laquelle l'on quitte cette fois le format animé pour une narration face caméra. Cette forme de narration, et l'esthétique donnée au programme conduisent au dialogue, un dialogue mental concernant les sujets qui parviennent à s'identifier aux témoignages, mais aussi un dialogue concret, entre les publics, des élèves par exemple si l'émission est diffusée à une classe. Ces témoignages incitent à dialoguer, questionnent, soulèvent parfois d'autres problématiques. Ce discours fondé sur l'expérience touche autant les sujets ayant vécu des situations comparables, que les non-initiés à l'interculturel.

Ces témoignages ont de particulier qu'ils se fondent cependant presque toujours sur le même principe : un porteur d'une culture A évoque une particularité de la culture B, ou bien un porteur de culture A raconte ce qui lui manque parce qu'il évolue désormais dans une sphère de culture B. Cette spécificité nous a conduits à mener une réflexion sur la mise en place d'un langage franco-allemand, et sur la notion de regard croisé, déjà évoquée à l'aide d'*Histoire Parallèle*.

### ***Le regard-croisé, le langage franco-allemand.***

Ce que je trouve assez paradoxal, c'est de voir *Karambolage* fonctionner, mais toute seule, sans que l'on ait à la mettre en avant. J'ai tout fait pour faire une forme qui ne donne aucun indice sur sa provenance, France ou Allemagne. Nous faisons très attention dans les premières années à ne jamais le marquer, nous ne donnions d'ailleurs aucune adresse de rédaction pour ne pas avoir à le divulguer. Nous ne pouvions pas savoir, ni dans les sujets, ni dans l'esthétisme, si l'émission était française ou allemande.<sup>984</sup>

Le principe de construction narrative ainsi que l'esthétique de *Karambolage* lui confèrent une nature franco-allemande. Tout comme *Histoire Parallèle*, *Karambolage*, propose nous l'avons vu en grande partie grâce aux témoignages, aux retours d'expérience, de *confronter* les regards, de les faire se *croiser*. En déclinant ses sujets en rubriques courtes et variées : l'objet, le rituel, l'onomatopée, l'inventaire, le mot, etc. la rédaction de *Karambolage* s'assure de traiter des cultures dans leur acception la plus large, de se situer au plus proche de la réalité, de la vie des Français et Allemands, des Européens. *Karambolage* a mis en place une

---

<sup>984</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

écriture au double regard, aux *regards-croisés*, et le spectateur est, en règle général, mené à écouter et observer une analyse d'un élément de culture étrangère.

Dans une rubrique dédiée à l'explication de l'expression « midi-pétante », la narratrice-témoin est une Allemande à Paris. Pour introduire le sujet, elle se sert d'un stéréotype bien connu des Français au sujet des Allemands, « je suis Allemande et contrairement aux clichés je ne suis pas très ponctuelle / Ich bin Deutsche und allen Klischees zum Trotz eher unpünktlich. »<sup>985</sup> Mécontent de son retard, son ami Français lui rappelle qu'il l'attendait à « midi-pétante », expression qu'elle ne connaissait pas, qui tient ses origines du canon de bronze miniaturisé installé au Palais Royal à la fin du 18<sup>e</sup> siècle, qui tirait mécaniquement lorsque le soleil atteignait son zénith, et donc à midi, « midi pétante ». En 1910, l'heure solaire fut abandonnée au profit de l'heure de Greenwich, et le canon, restauré par le Lions Club en 1974, fut dérobé en 1998. À partir d'un fait banal donc, d'une mise en situation avec cette Allemande en retard, les publics, même Français, sont menés à comprendre les origines d'une expression. Le sujet est, d'une part, dédié aux Allemands qui ne connaîtraient pas l'expression et peuvent désormais l'utiliser, mais aussi à destination des Français qui n'en connaissent peut-être pas l'origine. Le regard, quant à lui, est bel et bien croisé, puisque *Karambolage* propose de se plonger dans les réflexions d'une Allemande face à cette expression française, qu'elle entend pour la première fois, et dont elle ne comprend pas l'origine, bien qu'elle en comprenne le sens grâce à la situation dans laquelle elle se trouve.



Impression d'écran : *Karambolage* « Midi-Pétantes »

Le regard croisé, ou étranger, est fréquemment d'usage chez *Karambolage*, puisqu'inhérent à la méthode de mise en situation, de narration-témoin propre à l'écriture du format. Dans l'une

---

<sup>985</sup> *Karambolage* : Midi-pétantes/Le poussin/L'enterrement turc.

des rubriques *coutume*, *Karambolage* propose de suivre un Français à Cologne, le 52<sup>e</sup> jour avant le dimanche de Pâques. Dans cet épisode, le sujet n'est pas rapporté à la première personne, mais conté par une des auteures de l'émission. La narration se rapproche ici plutôt d'un cadre fictionnel plus que témoin. Alors que ce Français pensait simplement pouvoir visiter la ville, il se retrouve finalement au beau milieu d'une horde de femmes hystériques, qui lui coupent sa cravate. L'homme vient de découvrir, à ses dépens, la coutume du *Weiberfastnacht*, la journée des femmes



qui inaugure le *Karneval*. L'image que nous avons choisi de prélever montre comment *Karambolage* procède ici pour illustrer toute la détresse dans laquelle se trouve l'homme français, en plein *choc culturel*. L'on quitte ensuite ce plan situationnel pour passer à l'histoire des origines de la *Weiberfastnacht*, ainsi que les origines du terme *Fastnacht*, la nuit avant le jeûne, *Fasching* dans le sud de l'Allemagne. Tout comme le sujet précédent, *Karambolage* s'appuie donc sur un fait inattendu, et même dans ce cas précis choquant pour le porteur d'une culture, cette fois-ci française, en Allemagne à Cologne en plein *Karneval*. Le Français découvre malgré lui cette coutume, bien éloignée des habitudes et traditions françaises, et la notion de choc, de « carambolage » est ici aisément palpable.

Les rédacteurs de l'Atelier de Recherche parviennent ainsi à trouver, dans de nombreux sujets *a priori* peu représentatifs d'élan interculturels, quelques touches, quelques détails permettant de toujours faire référence à l'autre culture, à l'inclure dans son sujet, l'intégrer, l'intéresser. Ces derniers s'appuient sur le regard de l'*Autre* pour relever ces différences. Un objet aussi anodin que le timbre fiscal français par exemple, a fait l'objet d'un sujet. Une Allemande le découvre en France alors qu'elle doit constituer un dossier administratif, et les auteurs ne manquent pas de rappeler que ces timbres fiscaux ont aussi existé en Allemagne, mais ont disparu depuis 2005. Une fois encore *Karambolage* plonge son public dans l'étonnement d'un sujet porteur d'une culture A dans un environnement de culture B, en tâchant de créer du lien entre ces deux systèmes culturels, afin de participer à cette mission de rapprochement des peuples dont ARTE est garante. Sur le même mode, nous avons pu relever le sujet consacré à la chanson *99 Luftballons* de Nena, hit allemand non moins célèbre en

France, ou encore l'histoire du club de foot Sankt Pauli, dont le drapeau à la tête de mort est connu des Français férus de football, sans qu'ils n'en connaissent réellement les origines, une histoire dont le témoin est ici un Français en voyage à Hambourg, ou encore un sujet sur la *Birkenstock*, sandale typiquement allemande, plus pratique qu'esthétique, et que *Karambolage* présente donc comme étant tout l'inverse du « bon goût à la française », mais qui se développe tout de même après que Jean-Paul Gaultier et Paco Rabane aient fait défiler leur mannequins avec ces sandales aux pieds.

Mais les techniques d'écriture varient, et, outre ces retours d'expériences sur le mode du récit, l'on relève aussi dans le discours de *Karambolage* une écriture proche du mode du documentaire pour conter l'interculturel. L'on constate que les sujets choisis permettent toujours de tisser un lien entre les cultures françaises et allemandes, en témoigne à titre d'exemple un sujet sur le Phare d'Eckmühl, bien français, implanté au cœur du pays bigouden en Bretagne, et qui tient pourtant son nom d'une commune de Bavière, anciennement Eckmühl, aujourd'hui Eggmühl. Le 22 avril 1809, les troupes Napoléoniennes mettaient à mal l'armée Autrichienne dans cette commune. Le Maréchal Davout y jouait un rôle décisif, et fut nommé Prince d'Eckmühl. Sa fille, Adélaïde Louise d'Eckmühl de Blocqueville léguait 300 000 francs pour faire construire un phare de granit, afin de faire perdurer son nom, et racheter tous les morts de guerre en sauvant des vies en mer. Le phare d'Eckmühl est ainsi porteur d'un passé franco-allemand, dévoilé par *Karambolage*, grâce à la curiosité de ses auteurs, qui, dans leur quotidien baigné d'interculturel, se sont naturellement interrogés sur ce nom de phare à consonance allemande en plein cœur de la Bretagne.

D'autres sujets ont ainsi été composés selon ce mode du documentaire, nous avons ainsi retenu l'histoire du *Champagne* français et du *Sekt* allemand, qui, contée tel un court documentaire, apprend à ses auditeurs que les Allemands ont un rôle important dans l'histoire du champagne français. Au 18<sup>e</sup> siècle de nombreux Allemands migraient en Champagne pour y faire carrière en tant que commerciaux, et s'associaient ainsi aux producteurs Français. C'est pour cette raison notamment que de nombreux champagne portent aujourd'hui des noms allemands, Krug, Mumm, Deutz, Bollinger, Koch etc. L'Allemand Florenz-Ludwig Heidsieck fut le premier à fonder sa maison de Champagne à Reims en 1777. Georg Christian Kessler quant à lui, formé en France dans la Maison Veuve Clicquot, décidait de repartir en Allemagne et y fondait en 1826 la première manufacture de *Sekt*, le Champagne allemand. Aux auteurs de *Karambolage* de conclure : « Aujourd'hui leurs noms évoquent le luxe et le

raffinement à la française, et peu de gens se souviennent encore de leurs origines teutonnes.»<sup>986</sup>

*Karambolage* parvient ainsi à trouver de nombreux exemples de *destins croisés*, franco-allemands, comme on peut le constater avec le portrait de Rudolf Diesel, inventeur certes allemand, mais natif de Paris, expulsé en 1870 à cause de la guerre franco-prussienne, qui reviendra à Paris plus de 30 ans après, pour décrocher le grand Prix de l'Exposition Universelle pour son carburant<sup>987</sup>, ou encore grâce au sujet dédié au *Lübecker Rotspon*, vin rouge typiquement allemand, et pourtant originaire de Bordeaux. Les villes de la Hanse échangeaient beaucoup avec le port de Bordeaux, notamment du vin rouge et du sel. Le narrateur explique que le vin français, disposé dans les tonneaux allemands de meilleure qualité, aurait alors mieux vieilli. Entre 1806 et 1813, les armées Napoléoniennes investissaient Lübeck et trouvaient ce vin dans les caves, un vin auquel Thomas Mann fait par ailleurs référence dans ses célèbres *Buddenbrook*.

L'on constate que les sujets historiques<sup>988</sup> demeurent une grande source d'inspiration franco-allemande pour les auteurs de *Karambolage*, qui tâchent de ne pas mettre l'accent sur le conflit uniquement mais bien sur les différentes relations qu'on put entretenir certaines grandes figures historiques françaises et allemandes, et les conséquences sur le long terme et l'actualité. L'histoire du canon *Vogel Greif* en est un exemple notable. Au 16<sup>e</sup> siècle, alors que l'Allemagne fonctionnait sur le principe des duchés et principautés, le Prince Électeur Richard von Greiffenklau faisait construire le plus gros et le plus grand des canons, une arme de dissuasion n'ayant jamais servi, et entreposée à la forteresse de la cité d'Ehrenbreitstein, non loin de Coblenze. Les troupes révolutionnaires françaises s'en empareront en 1799, avec le canon. Jusqu'en 1815, alors que toute la Rhénanie est sous occupation française, la Prusse réclame à nouveau le canon, que les Français disent avoir scié. En 1866, Napoléon III le fait acheminer à Paris, devant les Invalides, où il restera jusqu'à la Deuxième Guerre Mondiale. Hitler fit rapatrier le canon, devant sa forteresse d'origine, pointé sur la France. En 1945,

---

<sup>986</sup> Sujet prélevé hors de l'émission complète, disponible sur la page Youtube de l'émission à l'adresse suivante : <https://www.youtube.com/watch?v=eNURcji6SF4>

<sup>987</sup> Karambolage : La merguez / Plouf / Diesel.

<sup>988</sup> Nous avons évoqué l'importance du recours à l'histoire dans la recherche interculturelle dans nos chapitres théorique et introductif. Voir en particulier page 32 et suivantes ainsi que 571 et suivantes. À ce sujet consulter Gemeaux, Christine (de), "Die besondere Bedeutung des historischen Ansatzes in interkulturellen Programmen"/ & Baric D. "Schlaglichter auf den binationalen Masterstudiengang Tours/Bochum", in: Choluj B. & Balfanz A. (Hrsg.), *Bilder eines Kaleidoskops, Interkulturalität und Wissensvermittlung. Didaktischer Umgang mit Differenzen*, Europa Universität Viadrina/ Collegium Polonicum, Frankfurt (Oder) /Slubice, 2017, p. 171-181. <https://opus4.kobv.de/opus4-euv/frontdoor/deliver/index/docId/243/file/Interkulturalitaet.pdf>.

Ehrenbreitstein redevint française, et le canon voyagea de nouveau vers Paris, en juillet 1946, au musée de l'armée. La ville de Coblenche a toujours souhaité le récupérer, sans succès, ni même sous la présidence de Valéry Giscard d'Estaing, pourtant natif de Coblenche. La France ne restitua le canon que sous l'ère du couple Kohl/Mitterrand, qui voyait en ce canon le symbole d'une paix durable. Notons tout de même que la France a fait signer un contrat de prêt à l'Allemagne, qui n'est donc toujours pas propriétaire de son canon. Ce dernier est désormais dans sa forteresse, et a été placé de sorte à tourner le dos à la France et non la viser. L'histoire du canon *Vogel Greif*, ainsi contée par *Karambolage*, permet en outre de revenir sur toute la symbolique de l'amitié franco-allemande et l'importance du couple Kohl/Mitterrand dans les relations actuelles. Les auteurs parviennent à balayer près de quatre siècles de relations politiques et militaires franco-allemandes grâce à cet objet dont l'histoire ne peut sembler, à l'origine, qu'anecdotique.

De la même manière, nous avons relevé lors de notre analyse un sujet initiant à l'histoire de la Prusse, narré avec les codes du conte : « il était une fois »<sup>989</sup>, et qui semble en particulier s'adresser au public français, « Les Français ont tendance à confondre Prusse et Allemagne » / « évoque automatiquement toute une série de clichés peu flatteurs ». Grâce à ces insertions de l'auteur, les objectifs de *Karambolage* sont clairement énoncés : se débarrasser des clichés grâce à la connaissance. Mieux connaître l'*Autre*, son histoire, sa culture, c'est mieux le comprendre. Dans son court sujet, l'auteur revient sur l'histoire de la Prusse. Au 17<sup>e</sup> siècle, alors que l'Allemagne était constituée de comtés, de duchés, les Princes de Brandebourg ont hérité du duché de Prusse, à l'Est de Berlin, le long de la Baltique. Les origines du Royaume de Prusse en tant que tel remontent à 1701, lorsque Frédéric Ier / *Friedrich I.* s'est autoproclamé Roi de Prusse. Son fils Frédéric Guillaume Ier / *Friedrich Wilhelm I.* prit la suite en renforçant ses armées, en enrôlant de force la population masculine. Celui que l'on appelle *der Soldatenkönig* / *le roi soldat* a fait en sorte de constituer son armée d'hommes très grands. Pourtant, ce dernier ne conduira qu'une unique guerre. Son fils et successeur au contraire, Frédéric II / *Friedrich II.*, surnommé Frédéric le Grand / *Friedrich der Große*, est parvenu à augmenter considérablement la superficie du territoire de Prusse lors de son règne, de 1740 à 1774 en conduisant de nombreuses guerres. La Prusse devint alors l'une des grandes puissances militaires, économiques et politiques européennes. Frédéric le Grand y a en outre développé la culture et les sciences, et ce en partie grâce aux Huguenots, protestants exclus de France. Frédéric le Grand admirait par ailleurs la philosophie française et

---

<sup>989</sup> Karambolage : La Marie Louise / La Prusse.

échangeait avec Voltaire, en langue française, au château de Sanssouci. La conquête européenne amorcée par Napoléon Bonaparte en 1806 contribue elle aussi aux grandes modifications territoriales et culturelles de la Prusse. La Prusse a capitulé lors des batailles d'Iéna et Auerstedt en 1806. Fragilisée par une importante indemnité de guerre, la Prusse vit son territoire amputé de moitié, et Napoléon déroba le quadrige de la porte de Brandebourg au profit de la France. Le Congrès de Vienne de 1815, au lendemain de la bataille de Waterloo, a ensuite conduit à une délimitation de nouvelles frontières au sein de l'Europe, participant au regain de pouvoir de la Prusse. En 1870, Otto von Bismarck et Napoléon III sont entrés en guerre. Victorieuse, la Prusse fit proclamer Guillaume Ier / *Wilhelm I.* empereur d'une Allemagne tout juste unifiée, et annexait l'Alsace et la Lorraine. S'en suivit la première guerre mondiale de 1914. L'Allemagne de 1918, battue, devint une République dont la Prusse restait la région la plus importante. En 1933, lors de la prise de pouvoir d'Adolf Hitler, la Prusse était alors un *Land*. En 1945, l'Allemagne vaincue se vit découpée géographiquement par les Alliés. Staline se vit attribuer une part à l'Est, tout comme la Pologne. L'Est de l'Allemagne devint zone d'occupation soviétique avant de devenir la RDA, et l'Ouest fut divisé en *Länder*, la future RFA. L'auteur conclut ensuite son sujet à l'aide d'une anecdote ancrée dans quelque chose de plus actuel, le fait que *Saupreiß* soit une insulte en Bavière, signifiant mot-à-mot « cochon prussien », et qui permet, tant à un Allemand d'une autre région, qu'à un Français germanophone de se rendre averti en Bavière. Ce sujet nous montre bien que les auteurs conçoivent leurs sujets en pensant bien aux deux peuples concernés. Si l'introduction du thème mène à croire qu'il s'adresse plutôt aux Français, le développement est ensuite adapté aux Français comme aux Allemands.

Dès leur conception, toutes les éditions de *Karambolage* sont pensées, montées, animées, de sorte à être accessibles aux deux publics, à n'être ni germano-allemandes, ni franco-françaises. La rubrique du *mot* est particulièrement respectueuse de cette double réception, et cela est perceptible très rapidement visuellement, à l'aide d'un format unique, que seul un programme tel que *Karambolage* peut mettre à l'écran. L'écran est effectivement coupé en deux, et laisse apparaître les deux versions en simultané. L'auteur, Hinrich Schmidt Henkel, apparaît donc deux fois face caméra et s'adresse aux Français et aux Allemands. Le narrateur est toujours positionné dans la partie basse de l'écran, afin que puissent apparaître sur le fond noir libéré dans la partie haute quelques illustrations participant à la compréhension par les deux parties, ou pour rédiger les quelques mots clés de l'explication donnée par le linguiste. Le montage est ensuite géré par l'ingénieur son, qui augmente la voix française pour la

diffusion en France, et laisse la voix allemande en fond, comme tout programme bilingue dont la version multilingue est gérée par *voice-over*. Dans le cas inverse, la voix allemande est augmentée pour les Allemands, la voix française passe en arrière-plan. Le texte est donc écrit de sorte à respecter le même timing, les mêmes pauses, comme pour tout programme traduit par *voice-over*. L'exception notable est le fait que l'auteur s'auto-traduit, et écrit lui-même les deux versions de son texte.



Impression d'écran : Karambolage : Blümchenkaffe / Delikatessen / Pupille de la Nation.

La rubrique du mot est réservée à l'étude de l'origine des mots, avec ce même regard franco-allemand, et fondé, tout comme beaucoup d'autres rubriques, sur l'anecdote, le détail, les retours d'expérience. Le linguiste ne cache d'ailleurs pas ses origines, et conserve parfois un regard très allemand dans ses réflexions : « Certains de mes compatriotes qui ont séjourné en France ont constaté que vous les Français, vous êtes assez exigeants vis-à-vis des étrangers qui s'efforcent de parler votre langue. »<sup>990</sup> / „Manche Deutsche, die sich in Frankreich aufgehalten haben, konnte erleben, dass die Franzosen ziemlich anspruchsvoll sind, was das Französisch ihrer ausländischen Gesprächspartner angeht.“

Dans cette édition, qui traite de l'expression « parler français comme une vache espagnole », l'auteur ne fait référence à l'Allemagne que grâce à ces touches d'ironie, les origines du terme étant franco-espagnoles. Il conclut d'ailleurs son sujet, jusqu'alors relativement objectif, par un dernier clin d'œil à ce cliché attribué aux Français : « Et nous les Allemands, que disons-nous quand quelqu'un parle très mal une langue étrangère ? Nous avons moins d'expressions colorées, ce qui prouve notre très grande tolérance », et ce aussi dans la version allemande : „Und wir Deutschen? Was sagen wir, wenn jemand eine Fremdsprache wirklich sehr

<sup>990</sup> Karambolage : La draisiennne / L'expression / La carte de crédit.



unbeholfen spricht? Wir haben dafür weniger farbige Ausdrücke, was vielleicht unsere Toleranz zeigt.“

Dans son sujet à propos de ce faux ami qu'est le terme *Delikatessen*, le lien entre la France et l'Allemagne est plus facile à tisser, l'auteur n'a donc pas à ajouter de formules supplémentaires et subjectives pour créer ce lien. Une rapide comparaison des traductions française et allemande montre que les auteurs, dès qu'ils le peuvent, s'adressent directement à l'un des deux publics, afin de conserver une certaine proximité, et même si cela conduit à repenser le texte destiné à l'*Autre*.

Delikatessen a commencé à désigner tous ces mets délicieux qui nous viennent souvent **de chez vous**, il faut l'avouer.

Ici, le narrateur s'adresse en français, aux Français. Dans la version allemande, une traduction mot-à-mot du texte ne conviendrait pas.

Nach und nach bedeutete es nur noch Köstlichkeiten zum Essen, die ja tatsächlich oft **aus Frankreich** kommen.“ Textuellement „Petit à petit, cela ne signifiait plus que les délices à manger, qui, en fait, **venaient souvent de France**.<sup>991</sup>

Si chacun des sujets, chacune des éditions est pensée et écrite pour convenir aux deux cultures françaises et allemandes, les traductions sont avant tout des adaptations. Les textes des deux versions seront parfois rendus plus neutres pour mieux convenir à l'*Autre*, ou simplement pour respecter un certain temps de parole et garder la simultanéité désirée dans ce format. Nous reviendrons plus précisément sur cette question de l'adaptation à l'aide d'autres exemples.

Dans la rubrique du *mot* les références sont bien plus larges qu'uniquement franco-allemandes, mais le point de départ de la réflexion de l'auteur est très souvent ce regard franco-allemand, comme le montre l'épisode consacré à l'étude du terme « avocat ». L'auteur s'interroge sur le fait que les mots français et allemand, concernant le fruit, semblent avoir la même racine, puisque l'on dit « avocat » et « *Avocado* ». À l'inverse, concernant le terme utilisé en droit, l'« avocat » français devient un « *Rechtsanwalt* » en Allemagne. La raison est en fait très simple. Concernant le terme français, ces derniers ont conservé ses origines latines « *Ad vocatus* », « celui qu'on appelle », qui a d'ailleurs déjà été d'usage en Allemagne, et l'on désignait alors ce métier par le terme « *Advokado* » avant de lui préférer son terme

---

<sup>991</sup> Karambolage : Blüchenkaffe / Delikatessen / Pupille de la Nation.

allemand de « *Rechtsanwalt* ». Au sujet du fruit, Allemands et Français ont pour référence le mot aztèque « *ahuacatl* », qui s'est intégré en Europe en passant par l'Espagne, « *aguacate*. »<sup>992</sup>

Le format étant animé, l'image fait partie intégrante de cette double réception, et semble elle aussi être conçue de sorte à pouvoir être diffusée des deux côtés du Rhin sans modifications ni ajustements supplémentaires. Nous avons à ce titre retenu le *Karambolage* consacré au terme « *Blümchenkaffe* », qui désigne, en Allemagne, un café très léger. Avec ce terme, les Allemands font en fait référence aux tasses de porcelaine de la maison Meissen, reconnaissable en Allemagne grâce à ses petites fleurs bleues. Le café serait tellement clair qu'il serait possible d'apercevoir les petites fleurs sur la porcelaine. Lorsqu'un café est encore plus léger, l'on dit même « *Schwerterkaffe* » de l'allemand « *Schwert* : l'épée », puisque le symbole de la maison Meissen est constitué d'épées, visible au fond de la tasse. Lorsque l'on parle de « *Doppelblümchenkaffe* », c'est que l'on voit jusqu'aux fleurs de la sous-tasse. Les Français quant à eux utilisent surtout le terme de « jus de chaussette ». Afin de clarifier leurs propos, les responsables de la rédaction de *Karambolage* ont opté pour la comparaison entre la porcelaine de Limoges française et celle de Meissen, allemande.



Impression d'écran : Karambolage 39 : Blümchenkaffe / Delikatessen / Pupille de la nation.

L'on constate à quel point l'image sert le texte, et participe à la compréhension des deux parties. L'illustration est très simple, ne nécessite aucune connaissance annexe, et peut de surcroît être diffusée de part et d'autre du Rhin sans travail supplémentaire d'adaptation.

Faire du détail, de l'anecdote, un véritable bagage interculturel, est l'une des grandes forces du discours franco-allemand de *Karambolage*, qui participe ainsi, sans jamais faire dominer une culture sur l'autre, à rapprocher les peuples. Allemands et Français partagent en outre

---

<sup>992</sup> Karambolage : Le célibat des institutrices / l'avocat / la praline.

certaines coutumes, certaines modes, que *Karambolage* ne manque pas de relever. L'histoire des chaussures *Doc Martens*, à l'origine des chaussures orthopédiques conçues par l'Allemand Klaus Märtens en 1946, dont les droits furent rachetés par l'Anglais Bill Griggs en 1959, popularisées par la communauté punk en 1970, puis à grande échelle grâce au film *Orange Mécanique* de Kubrick, jusqu'à la haute couture grâce à Vivienne Westwood et Jean-Paul Gaultier, montre à quel point un objet d'apparence si commune permet finalement de rapprocher les peuples et les cultures.

Les auteurs de *Karambolage* ne s'appuient pas uniquement sur ce qui peut rapprocher les Français et les Allemands, mais aussi sur ce qui les différencie. Une rubrique a par exemple été dédiée à l'écriture de la musique, puisque les Français utilisent le do, ré, mi, fa, sol, la, si, alors que la gamme des Allemands, qui fait bien évidemment références aux mêmes hauteurs de son, s'écrit et se chante c, d, e, f, g, a, h. Les auteurs proposent alors de revenir sur l'histoire de la musique. L'on apprend que les Français ont conservé la tradition latine, le moine Guido d'Arezzo ayant inventé la gamme de six notes sur ces portées de quatre lignes, et enseignait pour les mémoriser, les syllabes de chaque premier vers de l'hymne des Vêpres de la fête de la naissance de saint Jean-Baptiste, « ut – ré – mi – fa- sol – la – si » avant que le « ut » ne devienne « do » pour des raisons de fluidité dans la prononciation des six notes. Les Allemands quant à eux s'appuient sur le système grec et romain, avec les lettres de l'alphabet. *Karambolage* prépare l'*Autre*, l'initie à la culture de l'autre, à ces traditions, et ce à travers tout type de sujet : historiques, quotidien, linguistique, et même culinaire. Ainsi, un sujet sur la praline peut sembler tout à fait superflu, mais l'évocation de cette sucrerie est pour *Karambolage* un excellent prétexte pour revenir sur un contact historique franco-allemand, et qui explique pourquoi le mot « praline » n'évoque pas la même chose aux Allemands et aux Français. Le sujet est d'ailleurs ainsi introduit, « selon que vous êtes Français ou Allemands, vous ne salivez pas pour la même chose. »<sup>993</sup> Les Français l'associent effectivement à l'amande grillée, et l'auteur précise la traduction allemande aux Français, « gebrannte Mandel ». Les Allemands quant à eux associent la « Praline » aux petites bouchées de chocolat. Les origines de cette différence sont ensuite contées, dans leurs différentes versions, en lien avec une rencontre franco-allemande. Le cuisinier allemand du Comte Français de Choiseul Plessis-Pralin aurait fait tomber des amandes grillées dans du chocolat lors d'un grand rassemblement de Princes et Empereurs à Ratisbonne en 1663, histoire forcément inventée puisque le chocolat n'existait pas en Europe à cette époque. Les vraies origines

---

<sup>993</sup> *Karambolage* : Le célibat des institutrices / L'avocat / la praline.

dateraient de 1857, alors qu'un pharmacien Belge enrobait ses médicaments de chocolat. Son petit-fils devint confiseur et s'en inspira pour fabriquer les pralines. Quelle que soit la véracité de l'histoire racontée ici, *Karambolage* donne à voir nombre de situations de rencontres, de déplacements en Europe, et rend très naturelle la rencontre des cultures. Les frontières s'estompent, et le moindre objet, la moindre tradition semble tirer ses sources d'un passé commun.

*Karambolage* parvient à créer du lien entre des objets ou expressions qui ne semblent en avoir aucun, à l'instar du mot familier « flic » très utilisé en France, et qui ne semble avoir aucune racine allemande. Et pourtant, selon un linguiste français, le terme a bel et bien un rapport avec l'Allemagne. En argot, langue parlée notamment par les voleurs en France, les façons de désigner les policiers sont multiples, les hirondelles, les poulets...mais au 14<sup>e</sup> siècle, on parlait de « mouches ». L'argot se déplace avec les voleurs, et en Allemagne, la « mouche » devient « Fliege » son nom allemand, et les voleurs Alsaciens, à force de voyages de part et d'autre du Rhin, l'auraient ensuite ramenée en France, devenue, à force d'usage, l'actuel « flic ».

Si le format se prête à ce jeu de la comparaison, du rapprochement franco-allemand, notons tout de même la présence de sujets a priori très nationaux. Dans ce cas, quelle forme prend le discours, afin de toujours conserver sa perspective binationale ?

Lors de notre analyse, le *Karambolage* contenant une rubrique *archive* dédiée à l'anniversaire de la mort de Johnny Hallyday a retenu notre attention. Lors de nos entretiens au siège de la chaîne, à Strasbourg, certains responsables nous ont exposé toute la difficulté de traiter de sujets à l'origine très nationaux, mais qui méritent d'apparaître dans les programmes de la chaîne, tant ils touchent l'un des deux publics, Français ou Allemand, et font donc entière partie de sa culture. Johnny Hallyday entre très précisément dans ce type de réflexions. Si les Allemands ne le connaissent pas, il est tout de même fondamental d'être capable de leur montrer à quel point ce dernier a pu passionner les foules françaises. Un tel sujet a tout à fait sa place dans *Karambolage*, puisque l'émission propose de faire découvrir des éléments culturels de l'*Autre*. Dans ce cas précis, l'auteur du sujet s'est servi d'images fortes, et a conçu le texte de sorte à ce qu'il convienne aux non-adeptes du chanteur. La version française contient quelques touches de subjectivité, et s'adresse au public français comme s'il était un tout, uni par la mort du chanteur : « Il y a un an, la France entière pleurait la mort de Johnny Hallyday, C.D. revient sur l'enterrement de **notre** rockstar préférée, un enterrement démesuré,

à bien des égards. »<sup>994</sup> L'introduction allemande contient deux éléments permettant aux Allemands de saisir l'envergure de l'évènement aux yeux d'un bon nombre de Français, mais des éléments qui figurent finalement aussi dans le texte français. « Vor einem Jahr **trauerte ganz Frankreich** um Johnny Hallyday. C.D. kommt auf das Begräbnis des **französischen Rockstars** zurück, ein in jeglicher Hinsicht außergewöhnliches Ereignis. »<sup>995</sup> Il semblerait donc que, comme l'ensemble des sujets, le texte ait été pensé de sorte à ne pas avoir à être trop retravaillé pour l'un ou l'autre public. Ainsi, l'auteur de *Karambolage* a opté, et ce même pour la version française, pour une écriture presque éducative, qui renseigne sur le personnage comme si ce dernier n'était pas connu de tous. Et pour cause, concernant la chaîne franco-allemande, la célébrité française n'est pas connue de l'autre partie. L'auteur le précise en introduction, comme pour justifier aux Français le fait qu'il s'adresse ici à ceux qui ne le connaissent pas, ou moins. « Johnny, c'est le plus grand rockeur que la France ait jamais connu, mais aussi le plus totalement ignoré hors des frontières francophones. » / « [...] dass Johnny der größte Rockstar war, den sie hatten. Auch wenn er nur im französischsprachigen Ausland bekannt war. » L'angle choisit par l'auteur lui permet de s'appuyer sur cette narration particulière, ne s'adressant finalement pas vraiment pas aux grands admirateurs du chanteur, bien que le sujet contienne quelques anecdotes sur ses débuts de carrière qui pourront les intéresser. L'auteur, en précisant en ouverture de sujet qu'il souhaite expliquer pourquoi l'enterrement de la star est si surprenant, démesuré, attise la curiosité de tous, Français comme Allemands, admirateurs ou non. Grâce à de brèves références, l'auteur semble chercher à susciter la curiosité des Allemands, à conserver leur attention, en tissant quelques liens, comme par exemple le service militaire du chanteur à Offenbourg dans les années 60. L'on constate que le texte, même français, contient des incises destinées au public d'Outre-Rhin : « une sorte d'Elvis Presley tricolore » / « der blau-weiß-rote Elvis Presley », « nos amis Allemands s'interrogent peut-être, pourquoi rendre un hommage d'envergure à un exilé fiscal ? », des précisions dont n'a pas besoin le public français. Notons que l'auteur n'a pas tenté de comparer Johnny Hallyday avec une célébrité Allemande. Cela aurait nécessité quelques explications supplémentaires pour renseigner le public français cette fois-ci, pour justifier le choix de la comparaison. En choisissant Elvis Presley, l'auteur fait référence à une figure mondialement connue, et touche ainsi un imaginaire communément partagé d'un côté et de l'autre du Rhin. Finalement, l'on constate que, concernant ce sujet français, l'auteur a

---

<sup>994</sup> *Karambolage* : Latte Macchiato / Johnny Hallyday.

<sup>995</sup> « Il y a un an la France perdait Johnny Hallyday. C.D. revient sur les funérailles de la Rockstar, un évènement exceptionnel à bien des égards. »

fait le choix de s'adresser aux Allemands afin de s'assurer de convenir à tous, et s'adresse d'ailleurs directement à eux, et ce même dans la version française. « Chers amis Allemands vous l'aurez compris, le 9 décembre 2017 la France honore plus qu'un petit chanteur qui mouille la chemise en se dandinant. Johnny est la figure légendaire du rock franco-belge. » Afin de préserver son regard franco-allemand, *Karambolage* semble faire le choix de s'adresser plutôt aux Allemands lorsque les sujets sont très franco-français, pour ne surtout pas délaisser l'autre public.

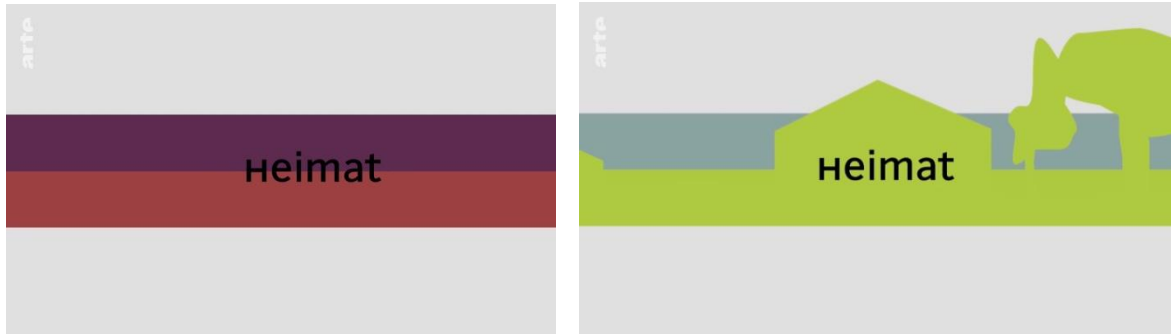
Lors de notre analyse, nous avons tâché de trouver un sujet qui, à l'inverse, est plus méconnu des Français, et évident pour les Allemands.

Nous avons retenu un thème du domaine de la linguistique, bien éloigné de Johnny Hallyday, mais qui permet d'observer au plus près les stratégies de narration et de construction du discours des auteurs de *Karambolage* lorsqu'un sujet doit être expliqué avec précision à l'un des deux publics. *Karambolage* s'est en effet prêté au jeu – ou plutôt à la lourde tâche – d'expliquer un mot allemand n'ayant aucune traduction française : *Heimat*. « un mot allemand qu'il est impossible de traduire par un seul vocable français » / « Eines der deutschen Wörter, für das es im Französischen keine direkte Übersetzung gibt, ist das Wort « Heimat » ». <sup>996</sup> En Allemagne, le terme est très utilisé, et peut désigner tant le pays natal, que la ville dans laquelle on a évolué, grandit, dans laquelle on s'est construit. *Heimat* désigne un lieu dans lequel on se sent chez soi, que les Allemands déclinent ensuite, en *Heimweh* par exemple pour exprimer leur mal du pays. L'*Heimat* est en outre synonyme de bonheur, de bien-être, et faisait même référence au paradis jusqu'au 17<sup>e</sup> siècle, et s'opposait à l'*Elend*, « l'ici-bas », que l'on utilise désormais dans le langage courant pour désigner la misère. L'auteure précise que l'*Heimat* est donc l'opposé de la misère. Puisqu'il n'existe aucune traduction française de ce terme, l'auteure n'en donne pas, mais explique le concept, en faisant référence à d'autres concepts, allemands eux aussi. Finalement, la narratrice parvient d'une part à expliquer le terme aux Français, sans jamais avoir à ne donner de traduction, mais renseigne aussi les Allemands sur les origines du terme. Le texte semble avoir été écrit pour les Français, mais contient suffisamment d'informations neutres, historiques et linguistiques pour intéresser les Allemands. Cette grande neutralité est perceptible visuellement, et fait s'apparenter le format à un cours de linguistique, simplement illustré à l'aide de ces barres colorées que l'on associe à *Karambolage*, avant que ces grands rectangles ne s'animent pour se mouvoir en quelques

---

<sup>996</sup> *Karambolage*: Abida Feghouli / *Heimat* / Les noms de chiens.

formes traduisant la signification des mots à l'écran. Dans le texte comme dans ses graphismes, le sujet prend ainsi une tournure très didactique.



Parmi les sujets a priori très marqués par une appartenance territoriale, nationale, nous avons pu relever le numéro consacré au *Bon Marché* parisien.<sup>997</sup> Un tel sujet semble difficilement exportable à l'étranger, tant il est représentatif d'une partie de la vie parisienne. *Karambolage* plonge effectivement ses téléspectateurs allemands et français dans le Paris du 19<sup>e</sup> siècle. Et pourtant, les auteurs sont bien parvenus à trouver quelques points d'ancrage alléguant une dimension franco-allemande au sujet. Les auteurs font effectivement référence à Émile Zola et son livre *Au Bonheur des Dames* (1883), *Das Paradies der Damen* dans sa version allemande, suffisamment connue Outre-Rhin pour pouvoir l'évoquer aussi librement, sans explication supplémentaire. *Le Bon Marché* a été copié dans quelques villes, notamment Berlin qui trouve un équivalent avec le *KaDeWe*. Fidèle à ce discours direct, impliquant, le narrateur s'adresse aux Allemands pour mieux les guider dans le sujet tant dans la version française qu'allemande ; « Rappelons-le à nos Allemands, « bon marché » signifie « peu onéreux » » / « Der französische Ausdruck « bon marché » bedeutet nämlich « billig ». Der « Bon Marché » ist aber inzwischen zu einem Luxuskaufhaus avanciert, in dem die Pariser Bourgeoisie alles findet, was den guten Geschmack « à la française » ausmacht. »<sup>998</sup>

Alors qu'une grande partie des rubriques que nous avons pu analyser ont été écrites et montées selon le mode du regard croisé, franco-allemand, d'autres éditions semblent plutôt avoir été construites à l'aide d'une pratique de la comparaison, tant d'un point de vue de l'écriture, que du montage des illustrations. Ainsi, *Karambolage* propose par exemple de

<sup>997</sup> *Karambolage* : Le « Herrengedeck » / Manger Bio / Le Bon Marché.

<sup>998</sup> *Karambolage* : Le « Herrengedeck » / Manger Bio / Le bon Marché.

« Le Bon Marché est devenu un grand magasin de luxe dans lequel la bourgeoisie parisienne trouve tout ce qui constitue le bon goût 'à la française' ».

comparer une boulangerie-pâtisserie française avec une *Bäckerei* en Allemagne. Deux femmes se tiennent debout, en studio, derrière leurs comptoirs reconstitués. Elles tiennent un rôle de figurantes, la voix d'une des auteures de l'émission est en charge de l'analyse. « Commençons en Allemagne si vous le voulez bien par les petits pains, les délicieux *Brötchen* avec lesquels les Allemands commencent leurs journées. »<sup>999</sup> Sont ensuite comparés les *Bretzel* et toutes sortes de *Brötchen* avec les croissants et brioches, puis les pâtisseries, et les techniques d'emballage françaises et allemandes. Aux Français préférant les grandes boîtes en carton pour protéger la pâtisserie de tout remous, les Allemands s'opposent, avec un emballage en papier, et quelques feuilles de cellophane pour séparer les différentes parts. « Les Allemands adorent les gâteaux pleins de crème, allez-savoir pourquoi ils les enfouissent sous des couches et des couches de papier juste bons à aplatir irrévocablement ces œuvres d'art ? » conclut simplement l'auteur. Dans cas précis et grâce à la comparaison, *Karambolage* plonge ses auditeurs dans le quotidien de l'un et de l'autre pays, sans apporter d'analyse historique ou culturelle. Ici, *Karambolage* propose de montrer l'Autre, dans un environnement choisi, ici les boulangeries-pâtisseries.



Impression d'écran : *Karambolage* : La boulangerie-pâtisserie.

Sur le même mode de la comparaison, *Karambolage* proposait de s'intéresser aux robes d'avocat en France, de *Rechtsanwalt(in)* en Allemagne. Plutôt que de faire appel à deux figurantes, les réalisateurs n'ont fait appel qu'à une femme. Celle-ci est « clonée », elle apparaît en double à l'écran. Elle est française à gauche, allemande à droite. La voix de commentaire analyse alors les deux tenues, les compare, avant de proposer une courte explication au sujet de la remise de diplôme et du serment d'avocat.

<sup>999</sup> *Karambolage* : La boulangerie-pâtisserie / La confiture aux cochons / Ü.





Impression d'écran : Karambolage : Dents du bonheur / Robe d'avocat.

Afin de traiter le sujet des fonctions du Président allemand, qui divergent beaucoup de celles du chef d'État français, les rédacteurs de *Karambolage* ont ici aussi préféré le mode de la comparaison. Après avoir justifié, en introduction, que le sujet concerne autant ses deux publics ; « il peut être très utile, même pour nos amis Allemands, de revenir sur les tâches du chef de l'État Allemand », le narrateur montre les contrastes entre les deux postes, français et allemand. Tout en expliquant que le Président français a plus de pouvoir sur l'exécutif, qu'il est le chef des armées, alors qu'en Allemagne, c'est le Chancelier qui gouverne, que le Président Allemand ne « fait pas grand-chose », les illustrations choisies renforcent l'effet de contraste.



Impression d'écran Karambolage : La fonction.

Le *Bundespräsident* a pour tâche d'examiner chaque loi, est en droit de dissoudre le parlement, représente l'Allemagne, est présent lors de grandes remises de médaille. Il s'agit plus d'une instance morale, et il est élu par la *Bundesversammlung*, une instance dont le rôle est lui aussi expliqué dans le sujet, en particulier pour les Français, « expliquons en deux mots aux Français de quoi il s'agit. »

Cette façon, très visuelle, de comparer les mœurs, les traditions, les objets, les grandes instances françaises et allemandes est très répandue dans les sujets de *Karambolage*, et ce même quand le texte, le discours, est moins comparatif. Prenons l'exemple du chocolat de marque allemande *Ritter Sport*, dont les origines nous sont contées non pas sur le mode de la

comparaison, mais bien en suivant l'historique allemand uniquement. Avant de développer l'histoire d'Alfred Ritter à Waldenbuch, près de Stuttgart, le lien avec la France est tissé dès l'introduction, cette fois-ci sur le mode de la comparaison : « Demandez à un Français : Quelle est la forme d'une tablette de chocolat ? Il va vous répondre : Mais c'est évident, c'est rectangulaire ! Posez maintenant la même question à un Allemand. Il y a de fortes chances pour qu'il hésite et finisse par répondre : carré. », introduction accompagnée d'une illustration typique de *Karambolage*, écran coupé verticalement en deux, un Français d'un côté, un Allemand de l'autre, chacun s'imaginant sa tablette de chocolat, selon ses codes. *Karambolage*, qui ne manque pas de jouer avec les symboles, laisse apercevoir la Tour Eiffel derrière le Français, qui ne lâche par ailleurs pas son journal, et l'Allemand, à droite, devant la Porte de Brandebourg.



Impression d'écran Karambolage : Ritter Sport.

Bien d'autres sujets se fondent sur le principe de la comparaison, dans son édition *Spéciale Pâques*, *Karambolage* enseigne à ses publics une différence importante entre la tradition allemande et la tradition française, peut-être simplement due à une erreur de traduction ; puisque le légendaire *Osterhase*, littéralement le *lièvre* de Pâques, est devenu, en traversant la frontière, un *lapin* de Pâques. Sur un ton humoristique, la narratrice donne raison aux Allemands, « Chers Français il va falloir être très courageux maintenant car je vais vous annoncer quelque chose. Vous vous trompez d'animal ! / Die Franzosen müssen jetzt ganz stark sein. Ich habe nämlich eine schlechte Nachricht für Sie. Ihr „Lapin de Pâques“ ist gar kein *Osterhase*.<sup>1000</sup> L'auteure du sujet précise que cette différence ne s'arrête pas uniquement à Pâques, puisque les Allemands ont aussi tendance à parler de *Hase* (lièvre) lorsqu'ils rencontrent un lapin ; à l'inverse les Français préfèrent le mot lapin (*Kaninchen*) et ce même s'ils se trouvent face à un lièvre. La même différence se retrouve dans les surnoms que se donnent les amoureux Allemands « *meine Hase* » et Français, « mon lapin ». Si

<sup>1000</sup> Karambolage *Spécial Pâques*.

plusieurs exemples sont ainsi donnés, aucune explication historique ou linguistique n'est fournie ici.

### ***Karambolage et la problématique de l'adaptation linguistique.***

Nous l'avons déjà évoqué, ARTE joue sur différentes techniques pour gérer ses tâches multilingues. Concernant *Karambolage*, nous nous sommes intéressée à la conception linguistique du programme. Comme le confiait Claire Doutriaux, tout est pensé de sorte à ce que l'émission n'ait aucune attache spécifique, française ou allemande, mais qu'elle soit bien, par nature, franco-allemande. Lors de notre analyse qualitative, nous avons donc tâché de trouver des indices montrant qu'en effet, le format n'est pas destiné plus aux Français qu'aux Allemands, qu'il est, dès sa conception, pensé pour les deux peuples, et ce tant dans l'image que dans le texte.

Dans ce format spécifique, animé, le travail de traduction peut sembler plus simple : inutile de faire coïncider les paroles avec les lèvres des acteurs, il suffit de traduire la voix de commentaire, qui est une *voix off*. Cependant, nous l'avons vu, le format est visuellement conçu de sorte à convenir aux deux publics sans la moindre retouche. Ainsi, le texte, qu'il soit en Français ou en Allemand, doit coïncider avec les animations. Quelles solutions sont donc mises en place lorsque que l'un des deux textes nécessite une incise, une explication supplémentaire, dont l'autre public n'a pas besoin ? Les contenus sont-ils simplement traduits textuellement, *mot-à-mot* ? Comment se construit l'*adaptation linguistique* dans chacune des deux versions ? Nous avons procédé à une comparaison des versions françaises et allemandes de chacune des cinquante émissions afin d'être en mesure de répondre à ces questions.

Le sujet consacré à l'expression « Monter à Paris »<sup>1001</sup> est assez révélateur des problématiques auxquelles doivent faire face les auteurs de l'émission. Dans cet épisode, une Allemande explique son étonnement quant à la fréquence d'utilisation de cette expression par les Français, et ce même s'ils se situent, géographiquement, plus haut que Paris. Si la version française ne semble a priori pas poser de problème, la version allemande se doit de contenir au moins une fois une traduction instantanée de l'expression : « Wenn ein Franzose aus der Provinz nach Paris fährt, sagt er nämlich : Je monte à Paris also ich steige nach Paris auf. », soit littéralement : « Quand un Français de province va à Paris, il dit je monte à Paris, donc ich steige nach Paris auf. » En langue française, nul besoin de passer par cette répétition en

---

<sup>1001</sup> Karambolage : Monter à Paris / Apfelwein / Le Rhinocéros de Dürer.

allemand de l'expression française. Et pourtant, dans les deux versions, *Karambolage* a choisi d'illustrer l'expression par un collage de mots en forme d'escalier, qui apparaissent de manière synchrone lorsque la narratrice la prononce pour la première fois. Le texte français devrait a priori être plus court, les auteurs doivent le rallonger, ce qui donne pour la version française un tout autre ton : « J'ai remarqué que lorsqu'un Français de province se rend à Paris, il dit : je monte à Paris. Je monte à Paris ? »



Notons l'ajout « j'ai remarqué que » dans la version française, totalement absente de la version allemande, ainsi qu'une répétition de l'expression, cette fois-ci sous forme d'interrogation, alors que la version allemande n'est qu'une traduction. Ce sujet précisément, du fait de sa nature linguistique, contient d'autres exemples du même type.

Doch zur Côte-d'Azur « ils descendent », **wie sie sagen**, zum Mittelmeer fahren sie runter.“ / „**J'ai aussi remarqué que**, si les gens du Nord „montent“ à Paris, ils descendent sur la côte quand ils vont sur la Côte-d'Azur.

Alors que la narratrice souhaite ensuite donner des exemples en langue allemande, elle se doit de donner les deux versions pour les spectateurs français. C'est donc désormais la version française qui risque d'être très longue, par rapport à la version allemande, si cette dernière n'est pas adaptée différemment.

Wir „steigen“ nicht nach Berlin, München oder Hamburg auf, nous ne „montons“ pas à Berlin, Munich ou Hamburg, wir „fahren“ nach Berlin, München oder Hamburg, nous „roulon“ à Berlin, Munich ou Hamburg. (version française)

**In Deutschland käme es niemandem in den Sinn**, nach Berlin, München oder Hamburg „aufzusteigen“. **Wenn wir nach Berlin, München, oder Hamburg wollen**, dann „fahren“ wir nach Berlin, München oder Hamburg (version allemande)

Ainsi, dans la version allemande est ajouté un « Il ne viendrait jamais à l'esprit d'un Allemand... » en gras dans notre citation, ainsi que la construction particulière en allemand, et qui ne trouve pas vraiment d'équivalent français, très pratique dans ce sujet en particulier puisqu'elle permet de contourner l'utilisation du verbe « aller » comme du verbe « monter à », grâce au verbe « wollen » : « vouloir/souhaiter » précédé de la préposition « nach » qui indique une direction. La combinaison des deux suffit aux Allemands pour comprendre quelque chose que nous pourrions traduire, en conservant la construction germanique, ainsi : « Lorsque nous souhaitons nous rendre vers Berlin, Munich ou Hambourg ». Dans ce sujet, nous nous trouvons précisément dans le cas de la traduction/adaptation. Les auteurs tâchent de rester le plus fidèles possible à chacune des deux versions, mais sont forcés, pour respecter le caractère synchrone de l'image et du texte, de modifier et de rallonger la version qui serait plus courte que l'autre.

Outre l'adaptation nécessaire au respect du *timing*, les auteurs de *Karambolage* font en outre en sorte que les deux publics se sentent concernés, que l'on s'adresse directement à eux. Cette spécificité propre au format conduit à quelques différences dans chacune des versions linguistiques d'une même émission. Ainsi, alors que l'une des auteures de *Karambolage* décrit l'histoire du Palais Royal, bien connu des Français, elle ajoute « la plupart d'entre vous le savent »<sup>1002</sup>, qui n'est évidemment pas présent dans la version allemande. Au sujet du mot *Keks*<sup>1003</sup>, les Allemands sont cette fois-ci dans la posture des connaisseurs, contrairement aux Français qui ne connaissent sûrement pas le slogan des Leibniz-Cakes. Pour les biens de la version française, les auteurs traduisent le slogan : « Was isst die Menschheit unterwegs ? Na selbstverständlich Leibniz-Cakes ! Que mange l'humanité sur les routes ? Des Leibniz-Cakes bien sûr ! » Pour compenser le *timing* de cette version trop longue en français, les auteurs ont ajouté pour la partie allemande un « vielleicht haben Sie ihn schon einmal gehört. »<sup>1004</sup> Dans un autre numéro de *Karambolage*<sup>1005</sup>, alors qu'un sujet est uniquement dédié aux Français, puisqu'il traite de la prononciation du son « ch » en langue allemande, celui-ci contient justement dans sa version allemande une petite incise pour préciser à ses spectateurs Outre-Rhin qu'ils ont aussi eu leur cours de prononciation dans un autre numéro « Wir haben z.B. versucht, Ihnen die verschiedenen französischen Nasale nahezubringen : on, en, un,

---

<sup>1002</sup> *Karambolage* : Midi Pétantes / Le poussin / L'enterrement turc.

<sup>1003</sup> *Karambolage* : Keks / Manger Séparément / Le phare d'Eckmühl.

<sup>1004</sup> « peut-être l'avez-vous déjà entendu. »

<sup>1005</sup> *Karambolage* Compte Commun / Jeux de Langue / La Prononciation Allemande.

in. »<sup>1006</sup> Nombre de sujets contiennent de petits apartés, une rapide traduction, afin de conserver dans la langue d'origine un terme clé ou typique de la culture de l'*Autre*, tout en restant le plus clair possible : « [...] aménagés en *Imbiss*, sorte de kiosque où l'on peut boire et manger, comme celui-ci »<sup>1007</sup> pour la version française, « [...] zu Imbissen umfunktioniert worden, wie bei diesem hier. »

Ici, la traduction allemande étant plus longue, l'ajout en français de « où l'on peut boire et manger » ne pose aucun problème de *timing*.

Dans le *portrait* consacré au jeune politicien allemand Kevin Kühnert<sup>1008</sup>, l'on a pu relever un des modes d'adaptation les plus récurrents chez ARTE, que l'on retrouve très fréquemment dans l'information. Dans ce sujet politique, *Karambolage* fait référence à la CSU, aile bavaroise rattachée à la CDU, ou encore à la « Grosse Coalition », le mariage entre le SPD et la CDU/CSU. Alors que dans la version allemande, aucune explication supplémentaire n'est nécessaire, la traduction française doit contenir ces précisions, sans quoi le téléspectateur français moins informé sur le système politique allemand risquerait de décrocher.

### ***Un discours didactique.***

Comme nous avons pu le constater dans les paragraphes précédents, *Karambolage* s'inspire beaucoup de faits historiques, s'apparente parfois même à court programme documentaire. Cette forme en particulier nous a mené à développer quelques réflexions au sujet de la nature didactique de certains sujets, tant le discours semble empreint de pédagogisme. Après analyse de plus de cinquante émissions, notons que de nombreuses thématiques ont été traitées comme telles, et ce de manière particulièrement visible, assumée. L'esthétique de l'émission contribue nous l'avons vu à ancrer le format dans le champ de l'éducatif. Son format, court, et animé, en font un programme ludique, facile d'accès et de ce fait, en partie pédagogique. Indépendamment de la question du format – ainsi que de l'heure de diffusion, en particulier en France, qui favorise les familles à se rassembler devant le programme, adultes et enfants – plusieurs sujets contiennent des indices indéniables d'une forme de pédagogie.

Nous avons à ce sujet retenu l'une des émissions au sujet du style *Bauhaus*, à l'occasion de ses cent ans. Dans ce cas précis, *Karambolage* revient sur cet incontournable de l'histoire

---

<sup>1006</sup> « Nous avons par exemple essayé de vous présenter les différentes nasales françaises : on, en, un, in. »

<sup>1007</sup> *Karambolage* : La Malzbier / Les Urinoirs Berlinoises / Le Schmilblick.

<sup>1008</sup> *Karambolage* : La Mayonnaise / Haut comme trois pommes / Kevin Kühnert.

culturelle allemande. Les grands noms et grands événements liés au *Bauhaus* y sont évoqués, dans une écriture très objective à destination des Français comme des Allemands, ce qui, nous allons le voir, n'est pas toujours le cas.

L'une des éditions de *Karambolage* proposait ainsi parmi ses sujets de s'intéresser à la prononciation allemande. Notons qu'outre le caractère didactique de la thématique en question, nous avons été surprise de constater que *Karambolage* pourtant passé maître dans l'art du regard croisé, dédiait ici un sujet entier aux Français. Les codes de la pédagogie y sont très développés, et ce dès l'introduction, dans laquelle le narrateur évoque un *cours* à venir, introduction complétée par une première apostrophe l'ancrant dans le participatif.

Claire Doutriaux nous offre un petit cours de prononciation allemande, vous êtes prêts ? <sup>1009</sup>

L'auteure y explique toute la difficulté pour un Français de prononcer le son « ch », à partir du mot « ich » (je)

Notre petite entreprise de salut public continue aujourd'hui sa difficile mission et s'attèle à un autre problème de la prononciation allemande.

Les auteurs de *Karambolage* positionnent ici très nettement le programme dans le didactique, conçu pour enseigner, dans ce cas précis enseigner non seulement les cultures, les rites, les traditions, mais aussi la langue. Claire Doutriaux propose un véritable cours de linguistique, et s'adresse directement à son public français, « écoutez bien mes chers compatriotes ». Après avoir décrit le positionnement de la langue, des dents, de la bouche pour prononcer correctement, elle joue encore la carte du participatif, « répétez après moi. » Elle les incite ensuite à essayer de s'entraîner, de travailler, tout comme le ferait un enseignant devant sa classe, « Bon, chers amis français, exercez-vous et quand vous aurez progressé nous pourrons passer à des mots beaucoup plus difficiles, comme ceux qui font se succéder les deux sons [ç] et [ʃ] sur deux syllabes, comme dans Griechisch, écoutez : Griechisch, ou encore mieux, trois syllabes, comme dans Tschechisch, tchèque. » Avant de conclure en ironisant sur la difficulté de l'exercice pour un Français « Ah oui, là, si vous y arrivez, vous méritez une médaille...euh, quelle médaille ? Je crois que nous allons fabriquer une médaille *Karambolage* tout exprès pour vous.... »

---

<sup>1009</sup> *Karambolage* : Compte Commun / Jeux de langue / La prononciation allemande.

Si la nature pédagogique de ce sujet ne fait aucun doute, ce dernier a aussi attiré notre attention puisqu'il ne semble s'adresser qu'aux Français, ce qui irait à l'encontre de ce pourquoi *Karambolage* est conçue. Une rapide analyse de la version allemande nous a ainsi semblé nécessaire pour comprendre comment les auteurs parviennent aussi à s'adresser à la partie allemande, a priori très peu concernée par le sujet. L'on constate une première différence majeure dès l'introduction, « Und nun weiht Claire Doutriaux die Franzosen in die Geheimnisse der deutschen Aussprache ein. Keine einfache Angelegenheit », en français « Claire Doutriaux plonge les Français dans les secrets de la langue allemande. Pas une mince affaire. » Alors que l'on relevait dès l'introduction en langue française un aspect participatif, la version allemande n'en contient pas. Les Allemands sont prévenus, ce sujet est destiné aux Français. Cependant, le fait de ne pas dévoiler entièrement le contenu du sujet à suivre, en s'appuyant de surcroît sur l'expression « les secrets de la langue allemande » puis soulignant le fait que ce n'est « pas une mince affaire », attise probablement la curiosité des Allemands. Dans la suite du sujet, Claire Doutriaux n'oublie pas de les mentionner, de les intégrer. Avant de commencer son cours de prononciation, la narratrice rappelle aux Allemands que ces derniers ont aussi accès à un programme spécial linguistique, puisqu'il existe un sujet sur la prononciation des nasales *in, en, on, un*, sonorités très difficiles à prononcer Outre-Rhin puisqu'inexistante dans leur langue natale. Dans la version allemande, Claire Doutriaux introduit ensuite le cœur du sujet de la même façon, « Heute nimmt unser Verein zur Förderung des Allgemeinwohls seine Arbeit wieder auf und widmet sich einem anderen deutschen Ausspracheproblem: dem Laut « ch » »<sup>1010</sup>. Dans la phase participative du sujet, alors qu'elle fait répéter la prononciation, Claire Doutriaux montre bien dans la version allemande qu'elle s'adresse aux Français, „noch einmal für die Franzosen »<sup>1011</sup>, comme le ferait une enseignante face à une classe franco-allemande. Ainsi, les auteurs de *Karambolage* parviennent tout de même à impliquer la partie allemande. Ces derniers assument le fait de s'adresser surtout aux Français dans ce sujet précis, mais les deux thèmes précédents de la même édition de *Karambolage*, *Le compte commun* et *Jeux de langue* ont quant à eux bel et bien été écrits sur le mode du regard croisé, l'émission complète respecte donc un certain équilibre et ne s'adresse pas uniquement aux Français de toute sa longueur.

Un tout autre sujet, mais lui aussi linguistique, s'ancre dans la construction d'un discours pédagogique et ludique. Nous avons pu relever de nombreuses similitudes dans la

---

<sup>1010</sup>« Notre petite entreprise de salut public se remet au travail et se consacre à une autre problématique de la prononciation allemande : le son 'ch'. »

<sup>1011</sup> « Encore une fois pour les Français. »



construction de ce dernier, comparé à celui consacré à la prononciation du [ch] allemand. Ce sujet classé dans la rubrique de l'*usage*, a pour objet les chiffres français. Dans ses formulations, l'auteur s'adresse cette fois-ci plutôt aux Allemands, puisqu'il leur propose de compter de dizaine en dizaine, en français, avant de s'arrêter sur le soixante-dix, qui semble particulièrement incohérent par rapport aux chiffres précédents, et qu'un Allemand pourrait avoir envie de prononcer « septante » s'il conservait la même logique que les dizaines précédentes. « Septante ? Vous avez dit septante ? Comment pouvez-vous ? Attention, les Français vont se moquer de vous et de votre impardonnable archaïsme linguistique. Ils vont vous prendre, comble du ridicule, pour un Belge ou un Suisse, et vouloir vous apprendre à parler le bon français et à dire, pour septante, soixante-dix, donc à effectuer l'addition de soixante et de dix. Pour huitante ? C'est quatre-vingt, la multiplication de quatre et de vingt. Pour nonante, quatre-vingt-dix, une multiplication suivie d'une addition... facile ! Mais d'où leur vient cette drôle de façon de faire en effectuant un calcul mental aussi absurde qui complique la vie à tous ceux dont le français parlé en France n'est pas la langue maternelle ? »<sup>1012</sup>. Sous couvert d'ironie, les Allemands sont ainsi invités à apprendre à compter en français, et sont préparés à la réaction de ces derniers s'ils venaient à se tromper lors d'une excursion chez leurs voisins. Tout comme le sujet précédemment analysé par nos soins, celui-ci ne semble s'adresser qu'aux non francophones, et pourtant, il contient suffisamment de références supplémentaires pour intéresser les Français, nombreux à ne pas connaître les origines de cette façon de compter et pour qui le sujet aura donc un caractère lui aussi pédagogique.

En évoquant les accords des adjectifs en Français et en Allemand dans la rubrique *la langue / Die Sprache*, les rédacteurs de *Karambolage* mettent en lumière une grande différence grammaticale entre les deux pays. Alors que les adjectifs, situés après le verbe, sont toujours invariables en langue allemande, les adjectifs français s'accordent après le verbe être. L'auteur pointe du doigt une règle grammaticale enseignée aux jeunes Français malgré son caractère très machiste : « le masculin l'emporte sur le féminin », d'autant plus que ce moyen mnémotechnique est une erreur en soi, la forme masculine que l'on retrouve au pluriel étant finalement une forme neutre, similaire à la forme masculine. Lorsqu'un groupe est composé d'hommes et de femmes, et qu'on cherche à les désigner, le « ils » que l'on emploie n'est pas du masculin. *Karambolage* revient sur le fait qu'au 17<sup>e</sup> siècle, en France, la règle dite de « la proximité » s'appliquait, ainsi, l'on aurait dit « les hommes et les femmes sont charmantes »

---

<sup>1012</sup> Karambolage : Les chiffres / Le froid / l'origine des présidents.

en accordant avec « les femmes », le nom le plus proche de l'adjectif. *Karambolage* en profite pour évoquer une problématique d'actualité en France, celle de la féminisation des noms de métiers, doit-on dire « auteur », « auteure », « autrice », lorsqu'il s'agit d'une femme écrivain ? Tout en rappelant que le problème ne se pose pas en Allemagne grâce à une grammaire moins fournie en exceptions, et que tous les noms de métier au féminin prennent simplement la terminaison -in, ainsi, le *Schriftsteller* au masculin deviendra une *Schriftstellerin*, sans débat possible. Tout en conservant un regard croisé, *Karambolage* renseigne ainsi sur les particularités de la langue de l'*Autre*.

L'un des épisodes faisait même office de petit répertoire de vocabulaire pour les Français, puisque le narrateur proposait simplement d'indiquer aux téléspectateurs Français quel mot décrit le fait d'avoir une rengaine en tête, sans pouvoir s'en débarrasser ; le *Ohrwurm*, textuellement *ver d'oreille* ou *pince-oreille*, précisant ensuite à la partie allemande que les Français parlent de « rengaine », ou de « scie. » pour décrire ce phénomène. Toujours dans les rubriques linguistiques, les spectateurs allemands apprennent lors d'une petite leçon sur les origines de l'expression « jouer aux gendarmes et aux voleurs », qui existe aussi en Allemagne, « *Räuber und Gendarm spielen* » qu'il ne faut surtout pas confondre gendarmes et policiers en France, au risque de froisser les concernés. Un sujet qui semblerait tout à fait anodin sur l'utilisation du mot « marron » en France permet aux Allemands d'apprendre que ce dernier est très répandu dans la langue française, puisqu'il a même remplacé la couleur « brun » autrefois utilisée, et toujours d'actualité Outre-Rhin, « *braun* », et que de nombreuses expressions sont fondées à partir de ce mot, « tirer les marrons du feu », « le marronnier » pour désigner un sujet de presse stéréotypé qui revient régulièrement en fonction des saisons, uniquement destiné à remplir le journal...la rubrique du mot se transforme alors en une sorte de petit dictionnaire pratique fort utile pour les Allemands, mais non moins pour les Français, qui ne connaissent pas nécessairement toutes ces expressions.

Ces épisodes sont particulièrement représentatifs de l'existence d'un discours didactique, mais d'autres cas ont pu être relevés lors de l'analyse qualitative. Ainsi, en pleines élections municipales en France, *Karambolage* proposait de comparer des bureaux de vote français et allemands, à l'aide d'une narration pédagogique, une fois encore très assumée, « nous allons regarder ensemble les procédures de vote dans l'un et l'autre pays et nous arrêter sur les principales divergences »<sup>1013</sup>, comme pourrait l'introduire un professeur face à ces élèves. Le

---

<sup>1013</sup> *Karambolage* : La salade de crudité / Le vote en France et en Allemagne.

format change ici un peu des habitudes puisqu'il n'est pas animé, mais que les responsables de l'émission ont réellement tourné quelques scènes dans les bureaux de vote de Chartres en France, Schwachbach en Allemagne. Visuellement, l'aspect pédagogique est lui aussi très présent, puisque les images se succèdent pendant que le narrateur compare le déroulement des votes. Contrairement au sujet précédent, le regard croisé est totalement respecté.

Sur le mode de la comparaison, les auteurs de *Karambolage* semblent être en mesure de remplir leur mission pédagogique d'apprentissage interculturel, en témoigne le sujet des maisons de naissance allemandes, les *Geburtshaus*<sup>1014</sup>, dans ce cas précis, le témoignage de cette Française ayant accouché en Allemagne fait presque figure de carnet de conseils. Tout en conservant son discours de témoignage, sur lequel nous nous sommes longuement arrêtés, *Karambolage* parvient à inclure un discours didactique. C'est aussi le cas avec la thématique du *Schmilblick*<sup>1015</sup>. *Karambolage* permet ici aux Allemands d'apprendre une expression très française, « cela ne fait pas avancer le Schmilblick », un mot à consonance allemande qui est pourtant bien français. En revenant sur l'histoire de l'expression, et donc sur les sketches de Pierre Dac, puis sur le jeu télévisé de 1969 animé par Guy Lux, et enfin sur les parodies de Coluche, les rédacteurs de *Karambolage* plongent les Allemands dans la culture populaire française, les initient à cette culture. Une autre manière, non moins pédagogique, de donner un cours d'interculturalité. Les sujets historiques renforcent le caractère didactique des émissions de *Karambolage*. Les rédacteurs de *Karambolage*, d'une certaine manière, donnent des cours de langue, d'histoire, d'interculturalité à leurs publics. C'est le cas avec la *tradition*, rubrique dans laquelle l'un des auteurs propose de revenir sur l'origine des présidents, leur parcours, en proposant une introduction faisant lumière sur les couples franco-allemands, avant d'expliquer comment ces derniers ont pu arriver au pouvoir, sur le mode de la comparaison. Il en ressort que les Présidents Français sont tous issus des Grandes Écoles, ou de grandes familles, alors que les familles de plusieurs Chanceliers allemands étaient plus modestes, un père forain concernant G. Schröder, une mère vendeuse pour W. Brandt, avant de conclure « On voit bien que si vous êtes de classe moyenne ou issu d'un milieu prolétaire mieux vaut être Allemand pour avoir une chance d'accéder à la fonction suprême...et encore plus si vous êtes une femme ! »<sup>1016</sup> toujours sur le ton de l'ironie, mais qui permet de faire un point sur les systèmes politiques français et allemands, des fondamentaux des théories de l'interculturalité. De la même manière, l'un des numéros de *Karambolage* proposait de

---

<sup>1014</sup> *Karambolage* : L'accouchement à l'allemande / Le bébé / La maison de naissance.

<sup>1015</sup> *Karambolage* : La Malzbier / Les urinoirs berlinois / Le Schmilblick.

<sup>1016</sup> *Karambolage* : Les chiffres / Le froid / L'origine des Présidents.

s'intéresser aux origines de la division *gauche et droite* dans le système politique, héritage de la Révolution Française lorsque fut instaurée la toute première Assemblée Nationale en 1789. Les Royalistes et les Monarchistes se sont naturellement installés à droite et à gauche du président de l'Assemblée. La tradition remonte aussi à l'Antiquité : être à la droite de quelqu'un, c'est occuper la place d'honneur. Les places à la droite du roi sont ainsi plus honorifiques, c'est la raison pour laquelle les Monarchistes ont fait en sorte de s'y trouver. Le modèle se serait ensuite étendu au fil du 19<sup>e</sup> siècle dans toute l'Europe. *Karambolage* n'omet pas les actualités et proposait par exemple de présenter Kevin Kühnert, jeune espoir de la politique allemande pour le parti socio-démocrate. Les Français sont ainsi renseignés sur ce qui fait l'actualité en Allemagne, et ce dans de nombreux domaines.

Nous avons pu relever nombre d'indices révélateurs d'une forme de pédagogie à l'interculturel, tant avec des sujets d'apprentissage linguistique, mais aussi culturel, incluant en outre un aspect très pratique, permettant par exemple de préparer un voyage dans le pays voisin, et incitant même les publics à s'y déplacer.

J'ai pensé que cela pourrait intéresser les Français, surtout avant un petit voyage en Allemagne / Ich dachte, das könnte Ihre französischen Zuschauer vielleicht interessieren. Vor allem bevor sie nach Deutschland fahren.<sup>1017</sup>

Leçon de savoir vivre dans le métro parisien. Alors écoutez-moi bien et surtout retenez bien la leçon. / N.O. bringt nun etwas Lebensart in der Pariser Metro bei. Hören Sie gut zu und versuchen Sie, sich bei Ihrem nächsten Paris-Urlaub zu erinnern.<sup>1018</sup>

Voilà donc un conseil pour mes compatriotes en goguette à Paris“ / „Deshalb rate ich meinen Landsleute auf Paris-Besuch.“<sup>1019</sup>

À partir d'un sujet aussi futile, de prime abord, que la mayonnaise, présenté au départ comme un cours de cuisine : « Faites-vous votre mayonnaise vous-mêmes ? Si vous répondez oui, il y a des chances que vous soyez Français. [...] Moi avant d'arriver en France, en tant que fille au pair je n'avais jamais, au grand jamais vu quelqu'un faire sa mayonnaise. »<sup>1020</sup>, *Karambolage* parvient à enseigner aux Allemands quelques expressions courantes de la langue française, « faire monter la mayonnaise » ou encore « la mayonnaise prend. »

---

<sup>1017</sup> *Karambolage* : Saucisse au thé / La moquerie / Le Vogel Greif.

<sup>1018</sup> *Karambolage* : Les Strapontins / l'Emmaillotage des bébés / Le FC Sankt-Pauli.

<sup>1019</sup> Idem.

<sup>1020</sup> *Karambolage* : La mayonnaise / Haut comme trois pommes / Kevin Kühnert.

Si *Karambolage* enseigne ainsi quelques notions linguistiques, l'émission participe très clairement à une forme d'apprentissage interculturel. Nous l'avons évoqué, à titre d'exemple, grâce à *Karambolage* un Allemand saura qu'il ne doit pas confondre policier et gendarme, ne doit pas dire septante mais soixante-dix, etc. Claire Doutriaux a consacré l'une de ses interventions à une particularité indissociable de l'interculturel franco-allemand : la perception difficile du second degré français par les Allemands. Grâce à son témoignage, particulièrement captivant pour les spectateurs en quête d'anecdotes interculturelles, puisqu'il est présenté comme un fait réel au sein même de la rédaction de *Karambolage*, la créatrice du programme raconte que l'une de ses stagiaires allemandes ne comprenait pas son attitude vis-à-vis d'un autre collègue : Alors que Claire Doutriaux s'amusait à contredire et embêter l'un de ses collègues – et ami – avec beaucoup de second degré, la jeune Allemande s'offusquait, pensant à une forme de harcèlement. “ Die Franzosen haben manchmal eine ganz eigene Form von Humor. Manche Deutsche finden das gar nicht lustig.“<sup>1021</sup> Claire Doutriaux explique alors à son public allemand que les Français jouent beaucoup sur le second degré lorsque leurs relations le permettent, chose que les Allemands comprennent difficilement, la franchise étant dominante dans leur système de communication interpersonnelle<sup>1022</sup>. Le second degré, « une expression intraduisible en allemand et qui ne se laisse pas définir par les approximations *ironie, humour, etc.* » / « Kommunikation *au second degré* » explique-t-elle dans la version allemande, « also *zweiten Grades*. Dieses Second Degré ist auf Deutsch ganz und gar unübersetzbar. Auch die Wörter Ironie und Humor treffen den Ausdruck nur ungefähr.“

Nous avons ainsi montré que le discours prend réellement la forme d'un discours didactique. La pédagogie à l'interculturel se met cependant aussi en place uniquement par le fait que *Karambolage* donne à découvrir de nombreux objets typiques de la culture de l'*Autre*. Les Allemands connaissent par exemple tous les fameux petits livres jaunes *Reclam*. Dans ce cas précis, on ne retrouve pas le regard témoin et croisé d'un porteur d'une culture A au sujet d'un fait de la culture B, mais un sujet de culture A décrivant à l'autre culture un objet de la sienne. C'est donc une Allemande qui raconte ici son rapport avec les petits livres *Reclam*, pour mieux renseigner leur importance aux Français aux yeux des élèves et étudiants Allemands. Ces petits livres de poche, à la couleur jaune, édités pour la première fois en 1867 ont tous été dans les mains des jeunes Allemands. Au départ seulement dédiés à la littérature allemande, ils se déclinent maintenant, pour les textes antiques, juridiques, ou encore les

---

<sup>1021</sup> *Karambolage* : Le second degré / Parlez-vous Français ? / Le Sauna Finlandais.

<sup>1022</sup> Voir partie théorique, sur la problématique de la communication interculturelle, page 99 et suivantes.

livrets d'opéra. Si les livres jaunes contiennent les textes originaux, il existe aussi les livres verts, pour les explications de texte, les rouges en langue étrangère, les oranges en version bilingue. La narratrice allemande raconte avec une pointe de nostalgie toute l'exaltation qu'elle a vécue lorsqu'elle a reçu son premier *Reclam*.

*Karambolage*, qui semble donc inciter les Allemands et les Français à se déplacer dans le pays de l'*Autre*, ne manque pas d'enseigner quelques bonnes conduites à tenir pour ne pas choquer ou contrarier l'*Autre*. Dans sa rubrique « le quotidien », *Karambolage* répond à la suggestion d'un téléspectateur allemand, au sujet de la découpe du fromage en France. Il est vrai que si cela paraît anodin, les Français ont un rapport tout à fait différent avec le fromage que les Allemands, et cela se répercute sur leur façon de le découper, et de le déguster, un *rite* auquel les Allemands ne sont bien sûr pas habitués. Dans ce format particulier, l'on quitte le monde de l'animé après une introduction pour passer à une reconstitution : autour d'une table, deux hommes. Il s'agit en fait de la même personne, clonée, et ce même homme joue le rôle du Français d'un côté, de l'Allemand de l'autre. Ni l'un ni l'autre ne parlent, seule une voix de commentaire décrit leurs actions, de la même manière qu'au sujet des boulangeries, auquel nous avons accordé une courte analyse.



1023

Au cours de la dégustation, l'Allemand ne coupe évidemment pas le fromage comme il le devrait, et le Français lui apprend les bons gestes. Ainsi, tout Allemand curieux des rites culinaires des Français devient un expert en la matière, « tout un art en France » selon les dires de *Karambolage*. Les grandes coutumes allemandes sont elles aussi dépeintes de manière pédagogique, à l'aide d'une narration accessible à tous, des coutumes telles que la couronne de l'Avent, l'*Adventskranz*, coutume adoptée par les catholiques en 1925. *Karambolage* justifie par ailleurs son choix, puisque les Français utilisent eux aussi cette décoration à Noël, sans en connaître les origines, « Voilà que depuis quelques années, sous

---

<sup>1023</sup> *Karambolage*, rubrique *Le Quotidien : Couper le Fromage*.

Sujet prélevé isolément, disponible sur la chaîne Youtube de *Karambolage* à l'adresse suivante <https://www.youtube.com/watch?v=SEaiALtr0E4>.

une forme purement décorative, elle envahit la France, sans que les Français ne sachent en aucune façon ce qu'elle représente. Il fallait le leur expliquer.»

Les rites et traditions sont ainsi décrits par *Karambolage*, et permettent certes de renseigner l'autre culture au sujet de ses mœurs et coutumes, mais offrent d'autres possibilités, comme l'apprentissage d'une expression en lien avec une coutume, comme nous avons pu le relever dans l'émission spéciale Pâques, avec la fameuse « Meine Name ist Hase, ich weiß von nichts », que l'on pourrait traduire par « Mon nom est Hase, je ne sais rien » ou encore « Mon nom est lièvre, je ne sais rien. » pourquoi le lièvre dans cette expression ? Si cette dernière est totalement méconnue des Français, les Allemands l'utilisent encore parfois, pour éviter de donner leur avis, ou préciser qu'ils n'ont rien à voir avec l'évènement dont on leur parle, mais sont, pour beaucoup, persuadés qu'il s'agit du mot « lièvre/Hase », alors qu'Hase était le nom de famille d'un étudiant, dont les papiers furent volés par un autre, en 1854, après que celui-ci eut tué son rival et cherchait à fuir en France. Le jeune Karl Victor Hase fut questionné au tribunal et se défendra d'un « Mein Name ist Hase, ich weiß von nichts. » La phrase s'est imposée dans le milieu étudiant, puis au-delà. Une chanson populaire au début des années 1970 a fait renaître l'expression, mais a fini de faire croire aux jeunes Allemands qu'Hase fait référence à un lièvre, puisqu'un lièvre était mis en scène dans le clip de la chanson. Des images du refrain sont alors diffusées par *Karambolage*, qui s'inscrit ici dans un discours didactique pour plusieurs raisons : les auteurs apprennent aux Français une expression allemande, en revenant sur des faits historiques, mais permettent aussi aux Allemands de connaître les origines de l'expression, a priori toujours floue pour la majorité de ses utilisateurs à cause de cette chanson populaire. Non seulement *Karambolage* parvient à se positionner comme outil d'apprentissage, mais autant pour les Français que pour les Allemands.

Parmi les incontournables de la culture allemande, *Karambolage* n'oublie pas la *Schultüte*, que tous les jeunes écoliers Allemands connaissent, qui marque leur entrée en « première classe », l'équivalent allemand du CP français, mot à mot le « cornet d'école », un grand cornet de papier crépon rempli de tout ce dont l'élève aura besoin, crayons, gomme, mais aussi quelques petits cadeaux, des bonbons, des balles, des peluches. Cette tradition date du début du 19<sup>e</sup> et sa description figure par ailleurs dans l'un des écrits d'Erich Kästner, dont le narrateur lira même un extrait. Quelques objets plus récents font eux aussi partie des investigations de l'émission, comme le *Pfandring*, ou anneau à consigne, dont l'inventeur fut récompensé en 2012 par le prix du design écologique du Ministère Allemand de

l'Environnement. *Karambolage* revient, afin d'expliquer tout l'engouement autour de cet objet, sur la pratique de la consigne en Allemagne, qui existe en France mais n'est que très peu répandue, alors que tous les magasins allemands sont équipés de machines à consignes, dans lesquels les citoyens allemands déposent les bouteilles en verre, en plastique, et les canettes en échange de bons de réduction, et qui a par ailleurs donné naissance à un phénomène méconnu des Français, les *Flaschensammler* qui collectent ces déchets lorsqu'ils sont jetés dans les poubelles de ville communes ou laissés au sol, afin de profiter de ce système et récupérer de l'argent, parfois jusqu'à 20 euros par jours. Le narrateur en profite d'ailleurs pour préciser que ce phénomène s'étend et ne concerne désormais plus uniquement les sans domicile fixe, mais aussi les étudiants et retraités, et tous ceux ayant des difficultés financières. Un jeune designer allemand a donc inventé le *Pfandring*, un anneau à fixer autour des poubelles de villes, pour des questions d'écologie et que les Allemands ne jettent pas ces déchets au sol, mais aussi pour permettre aux gens dans le besoin de les récupérer sans avoir à fouiller dans les poubelles. Les avis sont cependant mitigés et l'objet ne se répand que très lentement, puisqu'à l'origine maintenant de bris de verre autour des poubelles, et parce quelques citoyens n'étant pas particulièrement dans le besoin en profitent eux aussi pour les récupérer. Un simple fait de société permettant tout de même aux publics Français de se plonger dans le quotidien des Allemands.

Outre le commentaire, les faits historiques, ou encore les détails du quotidien, *Karambolage* propose très concrètement quelques fractions analytiques. Ainsi, dans l'édition dédiée à l'armistice de juin 1940, après un long rappel des faits historiques autour du wagon de Rethondes, le sujet bascule dans l'actualité avec la rencontre entre Angela Merkel et Emmanuel Macron dans ce même wagon, à Compiègne le 11 novembre 2018, incluant de vraies images informatives commentées par Claire Doutriaux :

La Chancelière visiblement impressionnée par ce lieu – et on la comprend – semble plutôt mal à l'aise. Petit mouvement du bras d'Angela Merkel qui semble déjà vouloir se lever, mais le Président Français qui sait les caméras à l'affût « du » geste, lui prend la main et la serre avant de regarder droit devant les caméras. La Chancelière, qui aurait peut-être préféré abréger, répond de bonne grâce à ce geste d'Emmanuel Macron. Espérons l'histoire du wagon de Rethondes définitivement close.<sup>1024</sup>

---

<sup>1024</sup> *Karambolage* : L'armistice du 22 juin.



Lors de cette phase de commentaire, alors que Claire Doutriaux décrit le mouvement du bras d'Angela Merkel, une flèche, ajoutée en post-production par les monteurs de l'émission, augmente l'effet analytique et pédagogique de cet extrait.



Concernant les sujets politiques en général, *Karambolage* semble faire le choix du discours analytique afin de renseigner au mieux ses téléspectateurs au sujet des rapports franco-allemands, ou pour mieux comparer deux systèmes politiques divergents. Le sujet consacré à la Conférence de Presse Présidentielle en est un paragon, et s'ancre d'ailleurs dans la rubrique *analyse d'image*. La Conférence de Presse Présidentielle y est présentée comme étant un « rite républicain français », avant d'être décrite, analysée au fil des années et des Présidents, et ce grâce à des images d'archives et non de l'animé. Dans ce numéro, sont décrites les attitudes des Présidents De Gaulle, qui instaurait l'exercice en 1959, puis Pompidou, Giscard d'Estaing, Mitterrand, Chirac, Sarkozy, Hollande et Macron. Les spectateurs sont pris par la main, Français comme Allemands, afin de décrypter les images données à voir ; Le sens de l'humour du Général de Gaulle, particulièrement à l'aise lors de cet exercice, l'apparition du drapeau européen avec François Mitterrand, la sobriété demandée par Jacques Chirac, qui faisait masquer les dorures de l'Élysée et se présentait sans ses ministres, l'aisance scénique de Nicolas Sarkozy, l'arrivée plus pompeuse et solennelle de François Hollande, le décor épuré et plus moderne autour d'Emmanuel Macron ... *Karambolage* décrit les styles de chacun des Présidents avant de rappeler qu'il s'agit d'une pratique assez incongrue pour les étrangers, qui met en scène le Président de façon très majestueuse, aux côtés de ses Ministres, qui, pendant cette Conférence de plusieurs heures, ne travaillent donc pas, des journalistes installés face au Président tels des écoliers...l'évènement est décrit comme un processus très monarchique, très éloigné de la conférence de presse allemande.

Eine Pflichtung im politischen Leben Frankreichs ist in vielen anderen modernen Demokratien unvorstellbar. Schauen wir uns dieses ach so französische Ritual einmal an, dann verstehen Sie's! <sup>1025</sup>

Inspiré par les élections européennes, *Karambolage* proposait deux émissions consécutives « spécial Europe », qui contiennent elles aussi les marques d'un discours didactique, avec, par exemple, l'histoire du drapeau européen et ses douze étoiles, mais aussi, et ici le format choisi est tout à fait particulier ; l'explication d'une expression avec Mathilde Sobottke. Cette dernière, sur le même principe que celui que nous avons pu relever avec ce petit cours de découpe du fromage, ou encore dans la rubrique du *mot* avec Hinrich Schmidt-Henkel, est clonée, et s'exprime simultanément en Français et en Allemand. La narratrice se tient debout, devant une carte de l'Europe, et s'exprime telle une enseignante, afin d'apprendre à ses publics les expressions d'usage dans différents pays d'Europe afin d'exprimer l'incompréhension. « Comment dit-on en Europe quand on y comprend rien ? », « Das sind böhmische Dörfer für mich/ Ce des villages de Bohèmes pour moi »<sup>1026</sup> en Allemagne, accompagné d'une explication historique, les Monarques Habsbourg étaient effectivement en possessions de terres en Bohème, région de Tchéquie, dont les noms de village étaient, à leurs yeux, incompréhensibles et imprononçables. Les Tchèques quant à eux font référence à l'Espagne lorsqu'ils ne comprennent pas, pendant que beaucoup d'autres pays préfèrent dire « c'est du grec », et les Français, tout comme les Ukrainiens, Hongrois et Roumain, sortent de l'Europe pour dire « c'est du chinois », lorsqu'ils ne comprennent pas. Ici, l'aspect pédagogique est totalement assumé, et est visible jusque dans la posture de la narratrice, renforcé en outre par ses dires, ses questions directes pour animer son discours et susciter l'intérêt.



<sup>1025</sup> Karambolage : La Conférence de Presse Présidentielle.

« Une obligation dans la vie politique française, qui demeure impensable pour de nombreuses autres démocraties. Regardons ensemble ce rituel si ô combien français, ainsi vous comprendrez ! »

<sup>1026</sup> Karambolage : Spécial Europe 2/2.

Afin de mener nos observations, nous n'avons pas uniquement utilisé le site web de la chaîne, ni sa plateforme *Youtube*, mais avons aussi pu prélever quelques sujets dans l'un des livres consacré à l'émission, que nous nous sommes procuré dans sa version allemande.<sup>1027</sup> L'ouvrage se présente comme un recueil de nombreux sujets traités dans l'émission, et sa date de sortie, 2006, soit deux ans seulement après la naissance du programme, nous a permis de nous intéresser à quelques sujets n'étant plus disponibles sur le *replay* de la chaîne. Le livre se construit de la même manière que les émissions, et est divisé en rubriques : *der Gegenstand* / l'objet, *das Büro* / le bureau, *das Ritual* / le rituel, *das Inventar* / l'inventaire, *das Wort* / le mot, *die Lautmalerei* / l'onomatopée. L'ouvrage fait en quelque sorte office de carnet d'apprentissage des rites et coutumes de l'*Autre*, voire même de carnet de bonne conduite en cas de déplacement d'un côté comme de l'autre du Rhin. Y sont contés, tout comme dans l'édition télévisée, quelques malentendus et particularités françaises et allemandes, afin de mieux les comprendre. La nature pédagogique de l'émission est ici exacerbée, on peut le constater notamment grâce au sujet de *La Meringue – Das Baiser*, qui évoque les fortes probabilités de malentendus linguistiques : En langue allemande, la meringue se dit *das Baiser*, et N.O. propose une mise en situation amusante avec un Allemand, ayant appris le français à l'école, mais qui ne saisit pas le double sens du terme et commande « un baiser » dans une boulangerie française : « Ein Deutscher auf Durchreise in Paris hat Lust auf ein Eiweißgebäck. Er kramt sein Schulfranzösisch hervor und erklärt der Bäckerin, dass er gerne ein *Baiser* hätte. Die Bäckerin wird ihr Erstaunen durch eine hochgezogene Augenbraue oder ein höfliches „Pardon?“ kundtun und ihn, falls er nicht lockerlässt, aus dem Laden werfen. Vielleicht erliegt sie aber auch seinem Charme und küsst ihn – man kann nie wissen. »<sup>1028</sup>

À compter parmi les quelques conseils de bonne conduite, notons le sujet du bouquet de fleurs / *Der Blumenstrauß*, qui permet d'apprendre que, si, en France, le paquet fait partie du cadeau, le papier disposé en Allemagne ne sert qu'à cacher ou protéger les fleurs, et doit être retiré au moment de les offrir, au risque de faire un mauvais pas, les Allemands préférant donner l'illusion que ces dernières sont fraîchement cueillies.

---

<sup>1027</sup> Doutriaux, Claire. *Karambolage, Kleines Buch der deutsch-französischen Eigenarten*, ARTE edition. München: Knesebeck, 2006.

<sup>1028</sup> Un Allemand de passage à Paris à envie d'un biscuit. Il fouille dans son français scolaire et dit à la boulangère qu'il aimerait un « Baiser ». La boulangère exprimera son étonnement par un sourcil levé ou un « Pardon » poli, et, s'il ne lâche pas prise, elle le jettera hors du magasin. Ou peut-être qu'elle succombera à son charme et l'embrassera – on ne sait jamais », Doutriaux, Claire. *Karambolage, Kleines Buch der deutsch-französischen Eigenarten*, ARTE edition. München: Knesebeck, 2006, page 17.

Hier der deutsche Drang nach wahren Sein, dort das französische Faible für den schönen Sein.<sup>1029</sup>

Le terme français „Rendez-vous“ méritait lui aussi d’être traité par *Karambolage*. Ce dernier est effectivement utilisé par tous les Français pour désigner la moindre rencontre programmée, aussi bien chez le coiffeur, qu’avec un collègue, son patron, son banquier. En Allemagne, das « Rendez-vous » pourtant emprunté au français<sup>1030</sup>, désigne uniquement la rencontre amoureuse, ce qui peut générer quelques malentendus.

Wenn ein Deutscher einen Franzosen ganz ungeniert von seinem Rendez-vous mit dem Zahnarzt, dem Friseur, ja sogar mit dem gesamten Finanzamt reden hört, ist er erstaunt, vielleicht sogar schockiert. Denn für Deutsche ist ein Rendez-vous ein Stelldichein für Liebespaare.<sup>1031</sup>

Dans la rubrique du mot / das Wort, Waltraud Legros, linguiste, rappelle à quel point les préjugés peuvent être source de malentendus, « Vorurteile können manchmal zu Missverständnissen führen. »<sup>1032</sup> avant de raconter l’histoire d’un couple allemand sur les autoroutes françaises, interpellés par l’annonce « Bouchons, 15km ». La femme allemande connaît le français et la signification première du terme « bouchon », et le couple est persuadé qu’ils vont pouvoir s’arrêter dans une cave à vin, alors qu’il s’agit d’un embouteillage.

Dans sa version papier, *Karambolage* donne aussi à découvrir des objets méconnus de l’*Autre* culture, la très célèbre *Brettchen*, que nous avons déjà mentionnée, ou encore l’ampoule à baïonnette parfois utilisé en France, un système différent des ampoules à vis que les Allemands utilisent tous, ou encore l’Opinel, le couteau que tout bon Français aime acquérir.

À partir d’un objet classique comme le bol, *Karambolage* s’amuse à décrire des pratiques bien différentes d’un pays à l’autre, ainsi, le fait de tremper sa tartine ou son croissant dans le lait ou le café est décrit comme impensable en Allemagne : « Andere Länder, andere Sitten [...] Sein Brot in den Kaffee zu tunken ist in Deutschland verpönt. »<sup>1033</sup>

---

<sup>1029</sup> « Ici la soif d’être vrai à l’allemande, la faiblesse du paraître à la française » op.cit. page 9.

<sup>1030</sup> Depuis le 18<sup>e</sup> siècle, l’on emprunte en effet à la France une réputation sulfureuse de séduction, l’art de la conversation se mêlant à l’art de la séduction. La politesse et les bonnes manières, les échanges de flatterie ou encore la galanterie française ont fini de lier la France à cette réputation.

<sup>1031</sup> « Lorsqu’un Allemand entend un Français parler dans gêne de son ‘rendez-vous’ avec le dentiste, le coiffeur, voir l’ensemble du fisc, il est surpris, voire choqué. Pour les Allemands, un ‘rendez-vous’ est une rencontre d’entre amoureux », op.cit. page 155.

<sup>1032</sup> « Les préjugés peuvent parfois conduire au malentendus », op.cit . page 137

<sup>1033</sup> « D’autres pays, d’autres coutumes [...] Tremper son pain dans du café est mal vu en Allemagne », op.cit .page 61.

Les traditions y sont en outre expliquées, à l'instar de la galette des rois, texte dans lequel tout le processus traditionnel est décrit, un sujet donc uniquement à destination des Allemands et non des Français, habitués à « tirer les rois ». Des analyses d'images sont proposées, tout comme dans la version télévisée, en particulier dans le domaine politique, avec la description comparative des bureaux des Ministères de la Défense français et allemands, la description du bureau du Ministère de la justice, des finances en Allemagne, ceux du premier Ministre et de la culture en France, ainsi qu'une comparaison du Bundestag et de l'Assemblée Nationale, puis des vœux de Nouvel an de chacun des deux représentants nationaux, à l'époque le président français Jacques Chirac et le chancelier allemand Gerhard Schröder. Les analyses de bureaux ministériels mènent à des conclusions corroborant de nombreuses théories de l'interculturel, ainsi, les bureaux français restent ancrés dans une certaine tradition républicaine et ostentatoire, des dorures, l'atmosphère d'une autre époque, de grands miroirs, des tapis anciens, les drapeaux français et européen. Dans les bureaux allemands, l'on constate plus de modernité, moins de fioritures décoratives, un grand bureau pour mener des réunions de groupe, des effets personnels, des photos ou décorations propres à la personne en fonction. Alors que le bureau du Premier Ministre Français à l'Hôtel Matignon traduit un ancrage certain dans l'élite et la tradition ?, « Das entspricht dem deutschen Klischee : Leben wie Gott in Frankreich »<sup>1034</sup>, les auteurs de *Karambolage* soulignent plus grande simplicité des ministres en Allemagne, en montrant notamment que la ministre des Finances collectionnent les tirelires cochons, petit signe humoristique au sujet de ses fonctions, ou encore la grande modestie des bureaux du ministère de la Justice, concluant ainsi, « In Frankreich legt die Justiz großen Wert auf Etikette, um sich eine besondere Weihe zu geben. Hier ist die Justiz von Menschen für Menschen gemacht. »<sup>1035</sup>

Le regard croisé franco-allemand est ainsi tout autant présent dans la version papier de l'émission, on le remarque notamment dans les rubriques dédiées à la linguistiques, aux mots, avec en particulier un sujet consacré à de nombreuses expressions franco-allemandes<sup>1036</sup>, issues de la présence des Huguenots, après la Guerre de Trente ans au 17<sup>e</sup> siècle, en Prusse. Depuis la révocation de l'édit de Nantes en 1685, ces derniers se voyaient exclus de France et se réfugiaient en Prusse, Frédéric-Guillaume Ier / *Friedrich Wilhelm I.* ayant, en réponse à ces actes de persécution, signé l'édit de Potsdam les incitant à venir se réfugier sur ses terres.

<sup>1034</sup> Cela rappelle le cliché allemand : Vivre comme un Dieu en France, op.cit . page 80.

<sup>1035</sup> « En France, le pouvoir judiciaire attache une grande importance à l'étiquette pour se donner une certaine consécration. Ici, la justice est faite par des Hommes pour des Hommes », op.cit .page 79.

<sup>1036</sup> op.cit. page 118.

Les Huguenots ont ainsi largement participé à la relance économique, sociale et culturelle de certaines régions particulièrement touchées par la Guerre de Trente ans. L'on comptait un siècle plus tard près d'un quart de citoyens français ou d'origine française à Berlin, ce qui a conduit à quelques néologismes, ainsi, le mot *Muckefuck* désigne un mauvais café, dérivé du terme « moka-faux » français, ou encore l'expression *Die Chose mach'ich doch aus der Lamäng*, à partir du mot français « la main », pour désigner quelque chose que l'on a réalisé sans préparation, à l'improviste, ainsi que *Ich stecke in der Bredullje* du français *bredouille*, pour exprimer que l'on est dans le pétrin, et enfin *Du bist ja Todschick*, qui n'a rien à voir avec la mort / *der Tod*, mais est issu de l'expression « Tu es tout chic », déformée par l'accent allemand.

Les résultats d'analyse que nous proposons ici montrent que *Karambolage* produit bien un discours didactique, et ce dans son acception plus large, éducative. À partir d'un objet, d'un rite, d'un détail, concernant parfois tant les Français que les Allemands, parfois plutôt l'un des deux seulement, mais étudié de sorte à pouvoir intéresser les deux cultures, *Karambolage* se positionne comme outil d'éducation (inter-)culturelle. Son discours est empreint de procédés propres à la pédagogie, et ce tant dans ses textes : questions directes, stimulation de l'auditoire, faits historiques, analyses d'images, que dans ses illustrations, son esthétique : le format animé, un montage spécifique afin que l'image serve le texte, la technique – si particulière – du clonage numérique pour faire s'exprimer ses narrateurs dans les deux langues. D'un point de vue des contenus, nous avons tâché de montrer que ces derniers sont très diversifiés, que ce discours didactique s'exprime tant à travers l'analyse (*La Conférence de Presse Présidentielle*), que la comparaison (*Le Vote en France et en Allemagne*), les cours de langue (*La Prononciation Allemande*) et parfois même les exercices pratiques (*Couper le Fromage*). *Karambolage* contribue ainsi à une sorte d'éducation interculturelle, permet d'en savoir plus sur l'*Autre*, mais aussi d'en savoir plus sur *Soi*. Alors que nous avons montré que de nombreux sujets se construisent grâce au mode du récit, du témoignage, notons que les sujets plus pédagogiques sont réalisés et rédigés par les auteurs de *Karambolage*, et même par des spécialistes : linguistes, sociologues, professeurs de langue, traducteurs, journalistes...qui renforce la nature didactique du programme. Visuellement, quelques narrateurs se positionnent physiquement tels des enseignants, c'est le cas dans la rubrique du *mot* lorsque celle-ci est tenue par Hinrich Schmidt-Henkel. *Karambolage* parvient à situer son discours entre le didactique et l'ironique, parvient à traiter de sujet léger avec sérieux, de sujet sérieux

avec ironie, et participe ainsi à une forme d'enseignement (inter-)culturel, et montre les différences pour dédramatiser les malentendus.

Mir lag daran, mit einem humorvollen Ton und einer spielerischen Herangehensweise Neugier zu wecken, diesen unerschöpflichen Lebensimpuls, und anstelle von Konfrontation das Lächeln zu suchen. Schließlich lag mir daran, mit Autoren zusammenzuarbeiten, die – ob Sprachwissenschaftler, Schriftsteller, Journalisten oder einfach subtile Beobachter – täglich in diesen beiden Sprachen und Kulturen, der deutschen wie der französischen, leben und bereit sind, bei der *Karambolage* mitzuspielen.<sup>1037</sup>

### ***Karambolage, le non verbal tout aussi formateur que le verbal ?***

L'ensemble des conclusions établies ci-dessus sont la résultante d'une analyse à la fois de l'image, mais aussi de l'écriture proposée par *Karambolage*, qui constitue ici un discours palpable, verbal. Le format contient cependant quelques rubriques dont la narration ne repose que sur l'image et non sur le commentaire, des rubriques que nous pouvons baptiser « non verbales » mais qui témoignent tout de même d'une forme de pédagogie à l'interculturel.

L'une des rubriques les plus connues de *Karambolage* appartient à ce genre atypique du non verbal, il s'agit de la *devinette*. Seule l'introduction de ce sujet, ainsi que sa clôture, contient un texte simple lors duquel les consignes sont rappelées à l'auditeur ; il s'agit, à l'aide d'une séquence d'une trentaine de secondes, de trouver l'indice renseignant sur le pays de tournage, France ou Allemagne. En fin de séquence, l'auditeur est convié à envoyer sa réponse à l'équipe de *Karambolage*, puis la réponse de la devinette précédente est communiquée. Malgré ces quelques ajouts de parole, il ne s'agit pas ici de narration, c'est la raison pour laquelle nous intégrons la devinette aux formats non verbaux. Sa nature pédagogique est, de surcroît, très nette. Grâce à ce format ludique – il s'agit même d'un jeu participatif – les auditeurs sont appelés à tester leurs connaissances. Plusieurs séquences contiennent un détail que les plus fidèles spectateurs seraient à même de retrouver, puisqu'évoqué dans d'autres émissions. Les détails peuvent être de toute sorte, bien souvent rattachés au mobilier urbain,

---

<sup>1037</sup> Doutriaux, Claire. *Karambolage, Kleines Buch der deutsch-französischen Eigenarten*, Knesebeck, ARTE Edition, 2004, page 7 « Il fallait un ton humoristique et une approche ludique pour transformer les confrontations en sourire, pour aiguïser la curiosité, ce moteur inépuisable de la vie. Il fallait enfin réunir autour de moi quelques auteurs qui, linguistes, écrivains, journalistes ou simplement fins observateurs, vivent quotidiennement ces deux langues, ces deux cultures française et allemande, et qui acceptent de se prendre au jeu du *Karambolage* » traduction dans la version française de l'ouvrage, Doutriaux, Claire. *Karambolage : Petites Mythologies Française et Allemande*. 2004, Éditions du Seuil, ARTE Éditions, page 8.

puisque la séquence est souvent tournée en extérieur. En analysant l'image, les publics trouveront ainsi un taxi ivoire prouvant que l'on est en Allemagne, l'inscription « payant » au sol typiquement Français, un camion du journal Berlinoise *Tageszeitung*, ou encore le logo de la ville de Montpellier...Par le biais de ce format, *Karambolage* transporte ses publics non seulement dans le jeu, mais aussi dans une tranche de vie quotidienne chez l'Autre. La devinette pousse à la réflexion, détache *Karambolage* de toute forme de visualisation passive, et conduit même au dialogue, en témoigne le nombre de réactions sur les réseaux sociaux. Grâce au jeu de la devinette, *Karambolage* propose à ses auditeurs de devenir de véritables spécialistes de l'environnement, et donc de la culture, de l'Autre. L'aspect pédagogique est d'autant plus fort que toutes les réponses sont ensuite données, dès la semaine suivante, permettant à tous d'apprendre, de progresser.



Impression d'écran de l'une des réponses. Le narrateur explique alors que le panneau français contient deux flèches différentes, la noire étant plus épaisse que la rouge, alors que les flèches du panneau allemand sont, en dehors de la couleur, strictement les mêmes.

La *devinette* n'est pas l'unique rubrique que nous avons choisi d'intégrer au groupe des *non verbaux*. Celle de l'*onomatopée*, bien qu'elle soit loin d'être muette, en fait aussi, selon nous, partie, puisqu'aucune explication, aucun commentaire ne sont proposés. Dans l'*onomatopée*, les auteurs de *Karambolage* diffusent les résultats d'un micro-trottoir, lors duquel ils ont pu demander à des passants d'imiter le bruit d'animaux ou autres onomatopées, lorsque l'on a froid par exemple, ou encore le bruit de la fanfare. Un premier indice visuel permet au spectateur de connaître le sujet de l'onomatopée, on lui montrera un coq, une personne frigorifiée, ou une fanfare, avant de diffuser les prises de vue en ville et la réaction des passants. L'auditoire de *Karambolage* apprendra ainsi que si le poussin fait « piou-piou » en France, il fait « pip-pips » en Allemagne, que si les Français répondent systématiquement « areuh » pour imiter le bébé, les Allemands ne parviennent pas à donner de réponse, à l'inverse, c'est le bruit de la fanfare qui a déstabilisé les Français, alors que les Allemands l'imitaient plutôt aisément. La douleur, le froid, porter un toast, le dégoût, le klaxon...*Karambolage* a ainsi créé une bibliothèque de sons français et allemands très fournie.



Sur le même modèle, *Karambolage* a proposé à des enfants de chanter leurs comptines préférées devant la caméra. De jeunes Français et de jeunes Allemands chantent les uns après les autres la comptine qu'ils utilisent dans leur cours de récréation. Si le format peut sembler certes ludique et enfantin, et relativement peu utile pour les plus âgés, notons qu'il plonge l'ensemble des spectateurs dans l'enfance, les souvenirs personnels et l'imaginaire de l'*Autre*.

La rubrique de l'*inventaire* est elle aussi parfois construite à l'aide d'un *discours non verbal*. Dans l'*inventaire*, *Karambolage* donne à voir des éléments de la vie courante en France et en Allemagne ; les accès pompiers, les sapins de Noël décorés dans les domiciles français et allemands, les sapins abandonnés dans les rues après les fêtes, les urinoirs de Berlin, les tuyaux de Berlin, les paraboles de télévision, les tags sur les devantures des magasins, les Ours de Berlin...les images sont tournées de manière très brutes, diffusées sur fond blanc comme un album photo. Certaines de ces diffusions sont muettes, le spectateur est alors plongé dans l'univers de l'*Autre*, parfois aussi le sien. D'autres diffusions contiennent une narration explicative, c'est le cas par exemple des tuyaux colorés à Berlin, dont l'origine est renseignée, ou encore les urinoirs, toujours à Berlin, mais encore les paraboles de télévision, très présentes en Allemagne, beaucoup moins en France. Cette rubrique est comparable à celle de la *devinette* dans le sens où elle transporte les publics d'un univers à l'autre, dans le quotidien, et notamment un quotidien urbain.

La rubrique de l'*expression*, que nous avons déjà mentionnée, se fonde parfois sur le *non verbal*. Plutôt que de faire appel à un linguiste, ou de créer un court format scénarisé, les rédacteurs optent pour un format très court et efficace, à l'aide d'une esthétique proche de celle des dictionnaires bilingues, puisqu'apparaît une courte animation décrivant l'expression, dans ses versions française et allemande, suivie ensuite de l'expression écrite, aux côtés de sa traduction. Nous avons par exemple retenu l'expression « Donner de la confiture aux cochons » dont la traduction allemande diffère légèrement, « Perlen vor die Säue werfen », mot-à-mot « jeter des perles aux truies ». Dans ce cas, la rubrique commence avec une animation simple, des cochons auxquels de la confiture est donnée, avant que n'apparaisse l'expression française. Dans un second temps, l'animation recommence, mais cette fois-ci, des perles sont jetées à des truies, avant que n'apparaisse la version allemande de l'expression. Pour clôturer le sujet, en guise de conclusion, les deux images finales sont diffusées simultanément, l'écran est séparé en deux, et toutes les versions écrites y figurent.



Impression d'écran Karambolage : La boulangerie-pâtisserie / La confiture aux cochons / Ü.

Un format tout à fait similaire a pu être relevé avec l'expression « haut comme trois pommes », qui se traduit en langue allemande par « Dreikäsehoch », textuellement « haut comme trois fromages ». Notons que ces deux expressions, « donner de la confiture aux cochons » et « haut comme trois pommes » sont très visuelles, tant dans leur version française qu'allemande, et permettent ainsi à *Karambolage* de s'appuyer sur cette esthétique singulière. Toutes les expressions n'offrent pas cette possibilité.

Nous avons retenu, parmi les sujets baptisés *non verbaux*, quelques-uns des formats donnant la parole à des citoyens aléatoires. Ces *micros-trottoirs* donnent la parole aux passants certes, mais aucun commentaire, aucune analyse ne sont ensuite fournis par les rédacteurs de l'émission. C'est pour cette raison, parce que le format est diffusé de manière très brute, que nous avons choisi de le faire figurer dans nos réflexions consacrées au *non verbal*. La rubrique que nous allons décrire se construit finalement sur le même principe que celui de l'*onomatopée*, à la différence près que la question posée dans la rue ne concerne aucun bruit particulier, mais incite les gens à s'exprimer. Quatre formats ont ainsi été relevés, avec les questions suivantes : *Parlez-vous Allemand ?*, *Parlez-vous Français ?* Puis *Citez spontanément des Allemands célèbres*, et *Citez spontanément des Français célèbres*. Les réponses à chacune de ces questions en disent long sur la perception d'une culture par l'*Autre*, et, même si ce sondage proposé par *Karambolage* n'est pas quantitatif ni forcément représentatif de l'ensemble des citoyens, il n'en demeure pas moins intéressant. À la question des célébrités Allemandes, nous noterons que les Français ne citent finalement que de très grands noms, Allemands, qui marquent ou ont marqué la France pour des raisons diverses. De nombreux politiciens sont cités – Adenauer, Merkel, Schröder – ainsi que de grandes figures culturelles – Bach, Beethoven, Wagner, Goethe, M. Dietrich – et scientifiques – Einstein. Les Français en panne d'inspiration jouent la carte de la sincérité et osent citer Hitler, pendant que d'autres s'en réfèrent aux joueurs de football – Matthäus, Klose, Bierhoff, qui ont tout trois en

commun d'avoir été capitaines de l'équipe nationale, la célèbre *Mannschaft*. La même question a été posée aux Allemands, qui semblent posséder quelques connaissances supplémentaires... hasard des rencontres de *Karambolage* peut-être, qui ne permet donc pas de tirer de conclusions, mais l'on constate tout de même que si certains Allemands ne prennent aucun risque en se référant à l'histoire ou à la politique en citant Sarkozy, Macron, De Gaulle, Chirac, Mitterrand, Napoléon, Jeanne d'Arc ou Louis XIV et Robespierre – notons déjà qu'ils se montrent bien moins répétitifs que les Français dont les connaissances semblaient s'arrêter à Schröder, Merkel et Adenauer – ainsi qu'en faisant référence aux footballeurs récents – Mbappé, Griezmann, Giroud – et moins récents – Platini – ces derniers connaissent en outre quelques grands noms du cinéma – Bardot, Truffaut, Belmondo, Jean Reno, Pierre Richard, Michel Serrault et même Louis Malle – ainsi que de la chanson avec Serge Gainsbourg. Les écrivains et philosophes sont à l'honneur lors de ce micro-trottoir, et ce de la part d'Allemands de diverses générations, avec Voltaire, Rousseau, Foucault, Proust, ainsi que Blaise Pascal. Si ces petites enquêtes sociales sont tout à fait intéressantes en tant que tel, et peuvent éventuellement donner envie à certains de s'intéresser à une personnalité qu'ils ne connaissaient pas, il est, dans notre perspective de recherche des traces d'une forme de pédagogie à l'interculturel, dommage que *Karambolage* ne propose pas une rapide analyse de ces résultats, un commentaire, ou simplement un sujet sur les personnalités les plus souvent cités. La différence entre les réponses des Français et des Allemands est tout de même remarquable, et mériterait un approfondissement de la part des rédacteurs de l'émission. Mais le fait de diffuser ainsi ces *micro-trottoirs* fait aussi partie de l'esthétique de l'émission, qui laisse ensuite le téléspectateur le recevoir tel quel ; et l'analyser à sa manière. Le fait que *Karambolage*, et que l'ensemble de la chaîne d'ailleurs, ne propose pas de commentaire, s'explique cependant. Il semblerait qu'ARTE souhaite préserver une certaine neutralité, souhaite bannir tout jugement, et s'inscrit ainsi dans l'unique exposition d'informations, dans l'éveil de la curiosité. Comme le développait Jérôme Clément lors de notre échange, ARTE n'est pas non plus une chaîne éducative ou pédagogique, mais bien une chaîne culturelle. Tout comme nous avons pu le vérifier lors de notre analyse des journaux télévisés français et allemand, ARTE s'inscrit dans une forme de neutralité, « à l'allemande » et ne propose donc pas de commentaires.

Concernant l'autre question posée au passant, celle de leur aptitude à parler la langue de l'*Autre*, les résultats sont finalement assez similaires, dans le sens où ils semblent très représentatifs des préjugés, et de l'imaginaire d'une culture au sujet de l'*Autre*. Ainsi, les

Français tentent de se remémorer quelques phrases apprises à l'école, ainsi que quelques mots basiques, connus de tous, « *Guten Tag* », « *Ich liebe dich* » étant a priori les termes préférés des Français, une femme se souvient quant à elle de quelques termes sous l'occupation. Les Allemands semblent mieux s'en sortir, mais citent, comme les Français, beaucoup de termes classiques, « je m'appelle », « pourquoi ? » « Bonjour, ça va ? » « Quelle heure est-il ? » « j'ai faim » « à droite, à gauche » ou font références à des termes et phrases un peu clichés, ayant passé la frontière, « croissant », « mon amour », « voulez-vous couchez avec moi ? ». L'un des Allemands s'exprime un peu plus longuement, expliquant que son voisin est français, que ce dernier ne parle pas allemand, qu'ils échangent donc en français. Ici encore, *Karambolage* ne propose aucune explication, mais notons que la diffusion sur les réseaux sociaux de ces épisodes ne manque pas de faire réagir les internautes, et qu'ici, la rédaction de *Karambolage* fournit quelques explications, notamment sur le fait que l'éducation nationale française consacre bien moins d'heures de cours aux langues vivantes que l'Allemagne, ce qui peut expliquer cette différence, et que le Français est beaucoup plus enseigné dans les écoles allemandes que l'allemand ne l'est dans les écoles françaises.

Afin de mener notre analyse, nous avons ainsi pu définir et classer les différentes formes que prend le discours de *Karambolage*, un discours de narration *témoin*, dont les enjeux principaux semblent être le partage d'expérience, un ancrage dans la vraisemblance, et le pouvoir d'implication, grâce notamment aux apostrophes et au discours direct. La deuxième forme que nous avons pu relever suite à notre phrase d'observation est propre à la double réception du programme, avec la notion de regard croisé, un regard très franco-allemand sur les faits, les objets, les rites et autres spécificités, et qui nous a permis de nous intéresser plus spécifiquement à la question de l'accessibilité au deux publics, par la traduction, et qui nous permet de conclure qu'il s'agit bien d'*adaptation* et non de simple traduction. La troisième et dernière forme que nous avons pu détecter est *didactique*, et valide clairement notre hypothèse de recherche selon laquelle les médias peuvent endosser un rôle pédagogique de formation à l'interculturel. Les deux autres formes relevées, *témoin* et *langage croisé*, corroborent elles aussi cette théorie puisque l'ensemble des faits, des retours d'expériences, parfois très axés sur le malentendu, mais aussi sur l'ironie, qui participe ici encore à former à l'interculturel, désamorce les idées préconçues, les éventuelles angoisses à l'idée de rencontrer l'*Autre*, normalise l'erreur et le conflit interculturel, en montrant bien que ces phases d'incompréhension, de découverte de l'*Autre* permettent ensuite d'enrichir la relation interculturelle.

Nous avons en outre pu montrer que *Karambolage* s'appuie sur des formes diverses, incluant aussi le non *verbal*, le *non-commenté*, et en restant cependant tout aussi efficace grâce à la force des images, des illustrations, que seuls la télévision et le numérique permettent de mettre à disposition à grande échelle.

Si nous pouvons conclure en ajoutant que l'émission *Karambolage* est bel et bien *promotrice* d'interculturel, parce qu'elle normalise les échanges transculturels et propose d'observer très finement les us et coutumes de l'*Autre*, nous avons pu relever lors de notre phase analytique quelques exemples concrets et assumés de promotion de l'interculturel.

### ***Un discours de promotion de l'interculturel ?***

*Karambolage*, nous l'avons montré, normalise les rencontres extranationales, ainsi que les amitiés interculturelles, et nombreuses sont les scènes de rencontres amicales entre Français et Allemands, en témoigne la rubrique *la boisson*, qui met en scène un sujet français à Berlin, « mes amis Berlinois »<sup>1038</sup>, avec lesquels il partage une boisson qu'il ne connaît pas en France.

*Karambolage* fait en outre en sorte de donner envie de voyager, de partir à la découverte de l'*Autre*. Ainsi, en guise de conclusion dans son émission exposant l'histoire du *Rotspon*, le vin originaire de Bordeaux qui a vieilli dans des fûts allemands à Lübeck, *Karambolage* invite ses auditeurs à s'y rendre. « Chers amis Français, il ne vous reste plus qu'à vous offrir un petit voyage de dégustation sur place, et à confirmer ou infirmer les jugements des officiers de Napoléon... »<sup>1039</sup>

En tâchant de normaliser la rencontre, *Karambolage* normalise aussi le mélange des langues, et permet à ses publics d'entendre quelques sonorités de l'autre langue, en se permettant, relativement souvent, et cela est rendu possible grâce aux illustrations, parfois au sous-titrage, de ne pas traduire oralement la langue de l'*Autre*. Dans l'un de ses sujets sur la Marie-Louise, le sujet allemand se situe à Paris, et s'exprime donc en Français. C'est donc aussi le cas dans la version allemande, par touche seulement, mais cela participe bien à ancrer le personnage dans un environnement, et de transporter avec lui le public Allemand spectateur de l'émission. Les Allemands entendront ainsi : « Voici votre Marie-Louise...Merci beaucoup aber meine

---

<sup>1038</sup> *Karambolage* : Le « Herrengedeck » / Manger Bio / Le Bon Marché.

<sup>1039</sup> *Karambolage* : Le Col Claudine / Les Gâteaux / Le Rotspon.

Oma heißt Gisela. »<sup>1040</sup> Du côté Français, quelques explications en lien avec la langue allemande sont aussi données, permettant aux français d'entendre eux aussi la langue de l'*Autre*. « Nous autres Allemands disons *Einlage*, un élément intercalé [...] »<sup>1041</sup> En expliquant les raisons du malentendu, le sujet allemand prononce des termes dans sa langue d'origine, habituant les Français à ces sonorités.

Si la promotion de l'interculturel semble se faire par touches discrètes, mais finalement dans chaque émission puisque la rencontre et la découverte de l'*Autre* demeurent le point de départ de chaque format, la promotion de l'Europe est quant à elle non dissimulée, en particulier lors des deux émissions « spéciale Europe » en raison des élections. Dans ces deux épisodes, *Karambolage* s'adresse à ses publics en les responsabilisant, en les appelant à voter, et fait en sorte d'éveiller un sentiment d'appartenance à un groupe, en s'appuyant sur les néologismes en en lien avec leur programme.

Chers *Karambologiens*, dimanche prochain, que vous soyez Allemands ou Français, vous irez voter pour les élections européennes.

Liebe *Karambolaner* ! In Deutschland wie in Frankreich werden Sie am nächsten Sonntag bei den Europa-wahlen Ihre Stimme abgeben.

Donc aujourd'hui en bon *Karamboligiens*, vous êtes allés voter, et ce soir *Karambolage* continue sa petite promenade européenne.

Dans ces éditions spéciales, force est de constater que le discours produit est particulièrement promoteur de l'Europe, et contient de surcroît quelques messages politiques en réaction au Brexit. Alors que *Karambolage* décrivait un lendemain de fête Erasmus – on ne peut plus européen – et notamment les méthodes employées par chaque pays pour se remettre d'une soirée trop alcoolisée, le jeune Anglais est le seul à consommer son petit déjeuner habituel, ce à quoi réagissent les autres européens :

Un petit-déjeuner anglais classique, remarque Jakob. Les Anglais auraient-ils la gueule de bois tous les matins ? Ma foi, depuis le Brexit, plutôt oui, avoue James à mi-voix.

Dans la rubrique suivante, *le symbole*, une réflexion similaire est formulée, alors que *Karambolage* tâche d'expliquer pourquoi le drapeau compte douze étoiles sur son fond bleu. « Douze comme les douze pays membres de l'Union Européenne ? Et non, nous sommes

---

<sup>1040</sup> *Karambolage* : La Marie-Louise / La Prusse.

<sup>1041</sup> *Karambolage* : La Marie-Louise / La Prusse.

vingt-huit...enfin...vingt-sept, allez savoir, avec ces Anglais... » dont la traduction allemande est par ailleurs strictement la même, « Wir sind 28...oder 27...ach diese Engländer ! »

Les auteurs de *Karambolage*, en bons *Artésiens* promoteurs de l'Europe, se permettent ainsi quelques touches de subjectivité pour exprimer leur déception quant à la sortie de l'Angleterre, qui participe, d'une certaine manière, à fragiliser l'Europe, acte en tout cas un retour en arrière. Ces réflexions sont tout à fait assumées, et toute personne connaissant les attaches européenne d'ARTE comprendra aisément que ses employés sont effectivement pro-européens et anti *Brexit*.

Dans un sujet récent décrivant l'Île aux Faisans/*L'Isle de los Faisanes*, île franco-espagnole, Claire Doutriaux formule un message politique pro européen, plutôt anti nationaliste, en accord avec ses aspirations européennes.

En ces temps de crispation identitaire, et de nationalisme aigu, nous avons un modèle à proposer. Imaginez : deux pays frontaliers, dont les constitutions prévoiraient que les citoyens, tous les six mois, changent de nationalité, tantôt l'une, tantôt l'autre.<sup>1042</sup>

*Karambolage* formule un discours de promotion de l'Europe et de l'interculturel. Au fil des ans, l'émission a évolué mais conserve le même message, la même mission, celle de rapprocher les peuples, d'offrir des éléments de compréhension de l'*Autre*, de favoriser le dialogue franco-allemand et européen. Le programme s'ouvre désormais aux populations Maghrébines, Africaines, Algériennes, Turques ou encore Polonaises, puisque ces dernières font désormais entière partie des cultures françaises et allemandes à force de mouvements de migration.

L'émission fonctionne parce que nous connaissons parfaitement la culture allemande et la culture française, nous essayons d'être pertinents et nous nous permettons aussi d'être impertinents. Sur l'Italie ou l'Espagne, j'aurais un rapport de journaliste dans le meilleur des cas, ou de touriste dans le pire. Par contre, nous ouvrons nos sujets aux cultures émigrées en France et en Allemagne, aux mythologies turques, maghrébines. Dans ce cas, c'est pertinent puisque ces personnes vivent au sein de nos pays, c'est un chantier qui est difficile, mais c'est pertinent.<sup>1043</sup>

Nous avons ainsi pu relever quelques formats laissant place aux cultures émigrées, avec la rubrique *Ce qui me manque*, qui donne la parole à une Algérienne vivant à Paris. Cette

---

<sup>1042</sup> *Karambolage* : Le Fromage Géramont / Comment sonne une fanfare / L'Île aux Faisans.

<sup>1043</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

dernière montre comment l'on attache les cheveux des jeunes filles à l'aide d'une *Kardoune*, un ruban de coton que l'on ne retrouve nulle part en France. Dans un autre épisode, une Marocaine raconte le rituel de l'emballage des bébés. Pour pouvoir parler de ces rites, ces deux femmes disposent du matériel nécessaire pour le montrer aux téléspectateurs. Dans la rubrique *Ce qui me surprend*, un jeune migrant syrien établi en Allemagne raconte sa surprise au sujet de la vie familiale en Allemagne, où tous les membres d'une même famille ne mangent pas nécessairement ensemble à la même heure. Dans un autre épisode, un Soudanais en France parle de l'appellation « bio » très répandue en France, qu'il ne connaissait pas, puisque tout est bio dans son pays. Un autre jeune arrivant de République Démocratique du Congo avoue être surpris de voir les Français se rendre si souvent au restaurant. Dans son pays d'origine, l'on ne s'y rend que lors d'occasions spéciales, et non pas sans raison, comme semblent le faire tous les Parisiens. Enfin, une Iranienne en Allemagne raconte son étonnement au sujet de la consommation de gâteaux en Allemagne. Ces derniers apportent toujours quelques gâteaux lorsqu'ils rendent visite à quelqu'un, ou aiment prendre leur pause café-gâteau, alors qu'en Iran, l'on ne consomme des gâteaux que lors des anniversaires. Ces portraits diffusés par *Karambolage* s'éloignent du reste de l'esthétique de la chaîne. Aucune illustration animée n'habille le discours de ces jeunes, qui s'expriment simplement face à la caméra. Le cadre de la caméra est représenté, et le point rouge synonyme d'enregistrement, « REC » clignote en haut de l'écran.



La rubrique du *rituel* élargit elle aussi la perspective et s'intéresse aux cultures émigrées, avec notamment le rituel de l'enterrement raconté par Sir Eloglu, auteure turque et comédienne installée en Allemagne. Cette dernière se souvient de l'enterrement musulman de sa grand-mère, à Cologne. Elle y explique ses traditions, parfois incompatibles avec la loi allemande,

<sup>1044</sup> Karambolage : Le « Herrengedeck » / Manger Bio / Le Bon Marché.



qui rend par exemple le cercueil obligatoire, alors que d'après sa tradition, le corps doit être mis en terre dans un simple linceul. L'auteure raconte cependant que, sa famille a tout fait pour respecter la tradition musulmane, tous ont souhaité déposer quelques couronnes de fleurs sur la tombe, ce qui est chrétien. Mais Sir Eloglu justifie ; sa famille vit en Allemagne depuis près de 40 ans, et cette tradition leur plaît, tout simplement. *Karambolage* montre ici que les cultures sont à même de se mélanger, et ce même au sujet de la religion, pourtant parfois synonyme de conflit.

Dans *La Lettre*, l'une des rubriques de l'émission, un Turc résidant en Allemagne explique que le Ü est sa lettre préférée, puisqu'on la retrouve tant dans l'alphabet allemand que turc. L'histoire de cette lettre et de la construction de l'alphabet turc est ensuite racontée dans ce numéro.<sup>1045</sup>

*Karambolage* constitue ainsi un discours de promotion de la diversité, de l'interculturalité, invite à voyager, invite à les auditeurs faire leurs propres expériences dans la sphère culturelle de l'*Autre*, et ne masque aucunement son discours de promotion européenne – ce pourquoi ARTE a été créée – en témoignent, nous l'avons vu, les éditions diffusées lors des élections européennes.

L'analyse qualitative que nous avons pu mener montre donc que *Karambolage* construit l'ensemble de ses éditions sur le modèle du regard croisé, franco-allemand, et en faisant prendre à son discours diverses formes. Tous les sujets sont pensés de sorte à ne jamais être franco-français ou germano-allemands, tant dans l'écriture pure, que dans la réalisation des images animées d'illustration. Un sujet, même s'il semble très national, sera toujours traité avec un angle franco-allemand. Les auteurs peuvent se permettre d'évoquer des thèmes, objets, traditions très françaises ou très allemandes, puisqu'ils ont pour mission de faire découvrir les particularités de l'*Autre*. Mais le texte est toujours rédigé de sorte à proposer des références concrètes à l'*Autre*. L'écriture des sujets n'est pas toujours similaire, l'on a pu noter que bien souvent, la narration est assurée par un sujet porteur d'une culture A réagissant à une particularité de la culture B dans laquelle il évolue alors, et cela est par ailleurs totalement lié à cette esthétique de la *narration-témoin* dont use *Karambolage*. La narration se situe cependant parfois plutôt dans le genre du documentaire historique, ou encore sur le mode de la comparaison plutôt que du regard croisé. L'analyse comparative des versions françaises et allemandes mène à conclure que les auteurs de *Karambolage* réalisent un travail

---

<sup>1045</sup> *Karambolage* : La boulangerie-pâtisserie / La confiture aux cochons / Ü.

approfondi d'*adaptation*. Tout est rédigé de sorte à éveiller la curiosité des deux cultures française et allemande, et toutes les apostrophes, ayant pour but d'impliquer les spectateurs, sont adaptées à chacune des deux versions, pour toujours faire référence à ce que l'*Autre* connaît. *Karambolage* propose en outre de mélanger les genres, de mélanger les langues. Il existe, d'une certaine manière plusieurs types d'écriture dans *Karambolage*, les sujets s'ancrent parfois dans le *verbal*, parfois le *non verbal* si cela semble plus pertinent. Il existe ensuite dans le *verbal* divers modèles, le descriptif, le narratif, le pédagogique...des modèles différents mais qui appellent tous au participatif, qui appellent à faire réagir les récepteurs. Non seulement la voix s'adresse toujours directement aux spectateurs, mais semble parfois attendre des réponses. Avec la rubrique de *La Devinette*, la rédaction de *Karambolage* a instauré un vrai dialogue, une vraie dynamique d'échange observable sur les réseaux sociaux : les abonnés commentent, d'autres répondent, donnent leur point de vue...la rédaction de *Karambolage* se montre elle aussi active et tâche de répondre à plusieurs commentaires, fait réagir son public, le rend actif dans le débat.

*Karambolage* donne à entendre la langue française, la langue allemande, ainsi que les accents, lorsqu'un Français s'exprime en allemand, qu'un Allemand s'exprime en français. Ces « imperfections » semblent tout à fait assumées par *Karambolage*, qui prône la diversité, fait l'éloge de l'interculturalité et tout l'apprentissage qui en découle, culturel comme linguistique. *Karambolage* reflète des réalités sociales, culturelles, met en scène les particularités française et allemande grâce à de courtes histoires, des scènes de vie, des objets du quotidien, des anecdotes...*la Devinette* est particulièrement représentative des objectifs fixés par l'émission : être capable de reconnaître l'*Autre*, de comprendre ce qui le caractérise, de connaître ses coutumes et leurs origines, et ainsi mieux cerner le pourquoi de certains stéréotypes.

### ***Karambolage, un discours trop marqué par les stéréotypes ?***

Vor allem ist das Brettchen Sinnbild der deutschen Gemütlichkeit – dieses unübersetzbaren Gefühls, das man für Franzosen nur umschreiben kann. Das Brettchen erlaubt es, ohne großen Aufwand täglich zu picknicken. Es ist das Gegenteil von

Geziertheit, ein Garant für die Ursprünglichkeit, die den Deutschen so am Herzen liegt.<sup>1046</sup>

Nehmen wir uns jetzt eine französische Glühbirne vor – nun ja, französisch in den Augen der Franzosen, die sich gerne mit ihren vermeintlichen Besonderheiten brüsten.<sup>1047</sup>

Au sujet des clichés et stéréotypes, nous nous sommes posé la question à savoir si *Karambolage* ne participait pas, dans une certaine mesure, à les intensifier. En effet, la rédaction de *Karambolage* fait très souvent allusion à de nombreux clichés pour justifier certaines attitudes, décrypter certains faits. Alors que l'émission est censée lutter contre toute forme de stigmatisation, ne fait-elle pas parfois elle-même la promotion de ces stéréotypes ? Nous avons pu, lors de notre analyse, relever de nombreux exemples, parfois très étonnants au regard de ces missions de rapprochement des peuples, de compréhension de l'*Autre*.

Ainsi, lors de l'édition abordant l'expression « Monter à Paris », la narratrice, Allemande, introduit son sujet à l'aide d'un fait réel, le système centralisé en France, mais évoque aussi l'un des grands clichés qu'ont les Allemands au sujet des Français : la notion d'élite, de prestige associée à Paris. « [...] besonderen Status von Paris, der Hauptstadt eines noch heute sehr zentralisierten Landes. Nach Paris aufsteigen, darin steckt **Prestige, Ehrgeiz**.<sup>1048</sup> Si, de prime abord, le texte de l'auteure semble très marqué par le stéréotype, l'explication est historique, et le prestige français du siècle de Louis XIV, qui a dominé le monde culturel européen, continue effectivement d'agir de façon latente dans les inconscients. Norbert Elias, dans « La Société de Cour »,<sup>1049</sup> montre à quel point a pu s'affirmer le pouvoir central dans la France de Louis XIV, et établit, dans une approche historico-sociologique, un lien entre la cour de Versailles, ses mœurs, ses normes et son agencement, et les mœurs et traditions contemporaines. La cour, société dans la société, fait figure de microcosme absolutiste. Le sociologue met ainsi l'accent sur la hiérarchie établie autour du roi, notant une opposition

---

<sup>1046</sup> Karambolage, Das Brettchen, cité depuis Doutriaux, Claire. *Karambolage, Kleines Buch der deutsch-französischen Eigenarten*, ARTE edition. München: Knesebeck, 2006, page 25.

« La 'Brettchen' est avant tout un symbole de 'Gemütlichkeit' / confort – ce sentiment intraduisible qui ne peut être que décrit pour des Français. La Brettchen permet de pique-niquer tous les jours, sans grand effort. C'est le contraire de l'immobilisme, une garantie d'un certain état originel si cher aux Allemands. »

<sup>1047</sup> Karambolage : L'ampoule à Baïonette, cité depuis Doutriaux, Claire. *Karambolage, Kleines Buch der deutsch-französischen Eigenarten*, ARTE edition. München: Knesebeck, 2006, page 15. « Prenons maintenant une ampoule française – enfin, française aux yeux des Français, qui aiment se vanter de leurs prétendues particularités ».

<sup>1048</sup> Karambolage : Monter à Paris / Apfelwein / Le Rhinocéros de Dürer « [...] le statut particulier de Paris, capitale d'un pays encore très centralisé. Monter à Paris, ici se cachent les notions de prestige, d'ambition »

<sup>1049</sup> Elias, Norbert. *La Société de Cour, die Hofische Gesellschaft*, traduit de l'allemand par Pierre Kamnitzer. Calmann-Levy., 1974. Nous nous référons aux travaux de Norbert Elias dans notre chapitre théorique, page 48 et suivantes.

entre bourgeois et aristocrates, une rivalité les animant, relevant à titre d'exemple une « obligation de dépenser pour le prestige »<sup>1050</sup> chez les aristocrates, alors que les bourgeois économisent. À la cour, les couches supérieures, les aristocrates, sont animées par la « consommation de prestige »<sup>1051</sup>, c.-à-d. par le fait de dépenser, de consommer afin d'afficher leur fortune. À la « consommation de prestige » s'oppose « l'éthos social de la bourgeoisie professionnelle », qui se fonde sur l'économie. La notion d'« étiquette »<sup>1052</sup>, nettement développée dans les travaux de Norbert Elias, mérite elle aussi une courte digression. L'auteur s'intéresse en effet non seulement à la structure et à l'économie curiales mais aussi aux interactions interpersonnelles qui s'y conduisent, aux comportements collectifs, qui constituent par ailleurs les fondements de sa recherche. Le sociologue décrit ainsi le luxe, le prestige, l'ostentation ; un véritable spectacle qu'offre la monarchie de Louis XIV et dont l'image s'est diffusée dans l'Europe du XVIIe.

Le roi ne s'en tient pas simplement à l'ordre hiérarchique de ses prédécesseurs. L'étiquette lui laisse une certaine marge de manœuvre, dont il se sert pour déterminer la part de prestige de chacun, même dans les affaires de peu d'importance. Il tire profit des aménagements psychologiques qui reflètent les structures hiérarchiques et aristocratiques de la société ; il tire profit de la rivalité des hommes de cour, toujours en quête de prestige et de faveurs, pour modifier, grâce au dosage savant de ses marques de faveur, le rang et la considération des membres de la société de cour en fonction des nécessités de son pouvoir, pour créer des tensions internes et déplacer à son gré les centres d'équilibre.<sup>1053</sup>

L'émission retenue pour analyse se fonde ainsi sur le cliché certes, mais avant tout sur des *faits historiques*, à l'origine de certains comportements collectifs, à l'origine d'un imaginaire collectif, ici précisément l'image de Paris aux yeux des Français, mais aussi des Allemands, tant l'image de la cour de Versailles s'est autrefois diffusée à travers toute l'Europe.

Le produit le plus visible de cette interaction entre la grandeur du royaume et la grandeur de la cour royale fut le château de Versailles, la cour de Versailles, où même les actes les plus « privés » du roi prenaient le caractère cérémonieux d'une action d'État, tout comme chaque action d'État y revêtait le caractère d'un accomplissement personnel du roi.<sup>1054</sup>

---

<sup>1050</sup> Elias, Norbert. Op.cit. page 38.

<sup>1051</sup> Idem, page 38.

<sup>1052</sup> « La hiérarchie des privilèges ayant été créée dans le cadre de l'étiquette, celle-ci a été maintenue par la seule émulation des individus pris dans ses mailles, avantagés par elle, soucieux de sauvegarder les moindres privilèges et chances de puissance. », cité depuis Norbert, Élias. op.cit. page 72.

<sup>1053</sup> Ibid. pages 77-78.

<sup>1054</sup> Ibid. page 19.

Dans ce sujet en particulier, nombreuses sont les références fondées sur les clichés, ou plutôt les *imaginaires collectifs* qu'une culture peut avoir sur l'*Autre*. Les Français en déplacement sont ainsi à cheval, les Allemands en Combi Volkswagen... En proposant de telles références visuelles, les auteurs de *Karambolage* sont sûrs de pénétrer les consciences – ou les inconscients ? – de chacun des porteurs de culture, Allemands comme Français, de simplifier visuellement l'accès à leurs contenus.

Dans d'autres sujets, les Français sont représentés avec une marinière, un béret ou une baguette, avec un casque bleu lors de reconstitutions historiques, pendant que les Allemands portent un casque à pointe, ou un maillot noir-or-rouge pour un sujet plus contemporain. Alors que la rédaction de *Karambolage* choisissait d'expliquer pourquoi Français et Belges ne comptent pas de la même façon, qu'il faut, en France dire soixante-dix et non septante, qui semble pourtant plus logique lorsque l'on apprend le Français, les auteurs mentionnent le caractère moqueur des Français, « die Franzosen werden über Sie und Ihre schreckliche linguistische Rückständigkeit lustig machen. Sie werden Sie für einen Belgier oder einen Schweizer halten, und Ihnen „richtiges“ Französisch beibringen wollen. »<sup>1055</sup> Une réflexion qui sonne presque comme un avertissement : les Français seraient moqueurs, tâchez de ne pas vous tromper. L'on peut ici se référer aux écrits de Norbert Elias au sujet des codes culturels de la cour de Versailles. Les tensions et « l'étiquette » avaient une telle importance que tout se jouait sur l'art de la conversation. Les courtisans maladroits étaient moqués et exclus *de facto*. Il était, pour les courtisans, nécessaire de développer certaines qualités, être capable de manier la conversation afin de manier l'*Autre*. Dans la société de cour, l'Homme n'affronte pas l'*Autre* physiquement, mais par la joute verbale.

Nous avons en effet affaire ici à une formation sociale qui entraîne les individus dans une compétition particulièrement sévère et ordonnée pour des chances de puissance liée au « statut » et au « prestige ». <sup>1056</sup>

À la cour, gigantesque jeu de rôle, les courtisans se voyaient dans l'obligation d'acquérir quelques aptitudes, telles que « l'art d'observer ses semblables », « l'art de manier les hommes », l'art de la conversation étant lié à l'art de manier les hommes, puis « le contrôle

---

<sup>1055</sup> Karambolage Les chiffres / Le froid / l'origine des Présidents. « Attention, les Français vont se moquer de vous et de votre impardonnable archaïsme linguistique. Ils vont vous prendre, comble du ridicule, pour un Belge ou un Suisse, et vouloir vous apprendre à parler le bon français [...] »

<sup>1056</sup> Elias, Norbert. op.cit. page 82.

des affects. »<sup>1057</sup> Nobeit Elias s'appuie en outre sur le terme « d'attachement aux apparences »<sup>1058</sup>, l'apparence étant, pour les courtisans de Versailles une expression de leur existence au sein de cette structure sociale complexe, fondée sur les relations interpersonnelles, le rapport à l'*Autre*, le respect de l'étiquette, et qui attribuent aux Français ce cliché du paraître, du superficiel.

L'auteur de l'émission ici analysée, au sujet des chiffres français, ne manque pas de réitérer et de se plonger encore dans les stéréotypes pour conclure, « Noch heute benutzen die Franzosen jeglicher mathematischer Kohärenz zum Trotz, ihre komplizierten und extravagante Zahlen. Das klingt chic und besonders. Und das will man sein in Frankreich. »<sup>1059</sup> Selon *Karambolage*, et le tout en partie fondé nous l'avons montré sur les travaux relatifs à la cour de Versailles, les Français sont moqueurs, extravagants, cherchent à être différents, exceptionnels. Le prestige et l'extravagance associés à la France par les Allemands s'explique effectivement par l'image, la renommée de la cour de Versailles vers l'extérieur, et notamment la Prusse. L'article de Pierre-Paul Sagave, *Versailles (1682, 1789, 1871, 1919)*<sup>1060</sup> le montre très bien.

Schon gegen Ende des 17. und dann im 18. Jahrhundert erscheint Versailles in den Augen der Deutschen als das große Vorbild fürstlicher Hofhaltungen, aber auch als der Ort, an dem die Politik einer feindlichen Supermacht ausgearbeitet wird. In der Tat, zahlreiche geistliche und weltliche Fürsten des Heiligen Römischen Reiches lassen sich blenden vom Glanze des französischen Hofes und stürzen sich in oft allzu kostspielige Bauvorhaben, indem sie Paläste errichten und Parks anlegen lassen, die, wenn auch nicht immer durch ihren Stil, so doch durch ihr Pracht mit Versailles wetteifern sollten.<sup>1061</sup>

L'auteur rappelle par ailleurs qu'en 1870, alors que Guillaume Ier de Prusse / *Wilhelm I. von Preußen* l'emportait sur Napoléon III lors de la guerre franco-prussienne, le roi de Prusse proclamait la naissance de l'Empire Allemand et se voyait couronné premier empereur le 18

---

<sup>1057</sup> Voir à ce sujet Elias, Norbert. op.cit. Chapitre *L'étiquette et la logique du prestige*, page 98-114.

<sup>1058</sup> Ibid. page 105.

<sup>1059</sup> Idem : Version française : Contre toute cohérence les Français s'obstinent à garder ces drôles de chiffres compliqués et extravagants. Ça sonne chic, c'est différent, c'est bien connu, en France, on aime être exceptionnel. »

<sup>1060</sup> Article présent dans : Leenhardt, Jacques, Picht, Robert éd. *Esprit - Geist: 100 Schlüsselbegriffe für Deutsche und Franzosen*. Orig.-Ausg., 2. Aufl., 7.-10. Tsd. Serie Piper 1093. München: Piper, 1990, page 34.

<sup>1061</sup> Dès la fin du 17<sup>e</sup> siècle, puis au 18<sup>e</sup>, Versailles apparaît aux yeux des Allemands comme étant le grand modèle des cours princières, mais aussi comme le lieu dans lequel s'élabore une politique hostile de superpuissance. En effet, de nombreux princes ecclésiastiques et laïcs du Saint-Empire romain germanique sont éblouis par la splendeur de la cour française, et se lançaient dans des projets de construction souvent trop coûteux, érigeant des palais et aménageant des parcs afin de rivaliser avec Versailles, non pas toujours dans son style, mais au moins dans sa splendeur. op.cit. page 35

janvier 1871 dans la Galerie des Glaces, à Versailles, devant ses officiers, ébahis et indignés de voir à quel point Louis XIV y était glorifié.

Die in jener Galerie zur Feier der Kaiserproklamation versammelten preußischen Offiziere haben sich über die Glorifikation entrüstet, welche Ludwig XIV. zu seinen Lebzeiten angeordnet hatte.<sup>1062</sup>

Une référence historique que l'on peut de nouveau relever, puisque les courtisans devaient rivaliser d'esprit – un terme cher à la France – pour se faire remarquer et obtenir une pension.

Typisch für das französische Denken soll dann auch seine besondere Fähigkeit sein, Beziehungen herzustellen, und sei es auch nur in Form der Verkürzung und der Anekdote, des Bonmots, des Esprits.<sup>1063</sup>

La conclusion proposée par la rédaction de *Karambolage* que nous avons relevée peut ainsi sembler surprenante, tant elle paraît se fonder sur le cliché. Elle se réfère finalement à des traditions bel et bien existantes, dont les traces perdurent encore. Notons que dans la même émission, cette fois-ci dans le sujet consacré à l'origine des Présidents, les auteurs montrent que les Présidents Français sont tous issus de la haute société : des avocats, hauts fonctionnaires de l'ENA, dans la tradition française des Grandes Écoles<sup>1064</sup>, là où les hommes politiques en Allemagne sont issus d'études de droit, que les Chanceliers Allemands sont parfois issus de milieux plus modestes. *Karambolage* fonctionne ici sur le mode de la comparaison, et évoque des faits réels, certes, mais une formulation a retenu notre attention, « **au pays de la Révolution** on peut même accéder au pouvoir suprême en portant la particule, comme Valéry Giscard d'Estaing », traduite mot à mot dans la version allemande, « **Im Land der Revolution** darf man sogar an die Regierungsspitze, wenn man adlig ist wie Valéry Giscard d'Estaing. » *Karambolage* semble ici encore se fonder sur les clichés qu'elle souhaite pourtant dissiper. Mais ces « clichés » sont finalement des preuves notables de la survie de traditions en l'Ancien Régime en France, que *Karambolage* propose de relever par le biais d'études socio-historiques ludiques. Plutôt que de chercher à effacer ce qui finalement constitue l'essence même des cultures française et allemande, *Karambolage* décrypte ces

---

<sup>1062</sup> Les officiers prussiens réunis dans la Galerie lors de la proclamation de l'empereur s'indignaient de la glorification que Louis XIV avait ordonnée de son vivant. op. cit. page 36.

<sup>1063</sup> L'on dit ainsi que la pensée française se caractérise par sa capacité particulière à établir des relations, sous forme d'abréviation, d'anecdote, de bon mot, d'esprit. Dans Raulet, Gérard. *Esprit/Geist*, op.cit. Leenhardt, Jacques, Picht, Robert éd. *Esprit - Geist: 100 Schlüsselbegriffe für Deutsche und Franzosen*. Orig.-Ausg., 2. Aufl., 7.-10. Tsd. Serie Piper 1093. München: Piper, 1990, pages 156-157.

<sup>1064</sup> Le système élitiste des Grandes Écoles (ENA, HEC, Polytechnique etc.) et des classes préparatoires n'ayant aucune équivalence en Allemagne.

clichés sur un ton particulièrement concret, ludique, et moderne, permettant à tout un chacun de saisir les origines de certains comportements collectifs.

*Karambolage* appelle parfois à la réflexion, sans réellement s'appuyer sur un cliché, mais en l'évoquant de manière détournée. En comparant les procédures de vote dans les bureaux français et allemand et après avoir montré que ces dernières sont moins rigoureuses en Allemagne, l'auteur du sujet conclut : « Il est intéressant d'observer que la France semble avoir eu besoin de mettre en place une procédure beaucoup plus rigoureuse que l'Allemagne, comme si, en Allemagne, on faisait d'avantage confiance aux citoyens. », que l'on retrouve littéralement dans la version allemande, « als ob man in Deutschland den Bürgern mehr vertraue ? » Le système français est bien connu en Allemagne pour sa lourdeur administrative, d'ailleurs parfois évoquée dans d'autres émissions (timbre fiscal, loyer à Paris). Ici, *Karambolage* ne fournit pas d'explication supplémentaire mais fait référence à ce cliché français, qui s'avère de toute façon être juste.

Les clichés semblent être une source d'inspiration sans fin pour les auteurs de *Karambolage*, en témoigne l'émission au sujet de « la mauvaise foi »<sup>1065</sup>, cette fois-ci plus imprégnée d'humour et qui frappe donc moins. Une Allemande raconte en effet son étonnement vis-à-vis de l'expression « être de mauvaise foi », que les Français utilisent beaucoup, et qui ne trouve pas vraiment d'équivalent en allemand, « schlechter Glaube ? » (traduction littérale de mauvaise foi) « schlechtes Gewissen » ? (mauvaise conscience)... « Comment dirait-on en Allemand pour désigner un tel comportement ? *Selbstlüge*, mensonge à soi-même, *Unaufrichtigkeit* ? Hypocrisie, *Unredlichkeit* ? Malhonnêteté ? *Selbsttäuschung* ? aveuglement ? *Heimtücke*, Sournoiserie ? J'ai beau chercher, je ne trouve aucun terme qui corresponde vraiment. » avant de conclure, avec ironie « Et comme ce que l'on ne peut nommer n'existe pas, j'en conclus que puisqu'en Allemagne on n'a pas de mot pour désigner la mauvaise foi, elle n'y existe pas ! Et qu'un Allemand qui a tort est absolument toujours prêt à l'admettre....toujours ! Comment ? Vous trouvez que je suis de mauvaise foi en avançant ça ? Mais non, qu'est-ce que vous allez chercher ? C'est impossible vous dis-je, je ne peux pas être de mauvaise foi, je suis Allemande ! » L'exclamation – ironique – de la narratrice, assurant le fait que les Allemands ne peuvent mentir, s'explique dans les traditions différentes liées cette fois-ci à la religion. Alors que la France, de tradition catholique, trouve le pardon dans la confession, l'Allemagne, dans sa tradition luthérienne et protestante, considère le

---

<sup>1065</sup> *Karambolage* : La mauvaise foi / Les statues de Bismarck / la numérotation des rues de Berlin.



mensonge comme un acte impardonnable. Le rapport au pardon, à la morale est bien plus strict en Allemagne protestante, et explique de nombreux clichés.<sup>1066</sup> Dans ce cas précis, *Karambolage* joue avec les clichés et les stéréotypes, sans les renforcer, et ce grâce à l'humour, au ton ironique de la narratrice.

« Quel est l'objet le plus utilisé dans les caricatures quand il s'agit d'évoquer un peu méchamment nos amis allemands ? »<sup>1067</sup> Dans l'un de leur numéro, les auteurs de *Karambolage* s'attardent sur le casque à pointe, *der Helm mit Spitze*, en précisant dans l'introduction qu'ils osent enfin en parler après quinze ans de diffusion. « Il reste l'attribut d'une Prusse militariste, et agressive, et un réflexe pour les caricaturistes qui veulent symboliser la puissance allemande, sa domination ou sa supposée lourdeur. » À travers ce sujet, *Karambolage* évoque la force de la symbolique, dont la frontière avec le cliché ou le stéréotype est d'ailleurs bien souvent très fine. *Karambolage* aussi se situe parfois à la lisière entre stéréotype et *symbole*, de l'*imaginaire collectif*. Parmi les quelques cas que nous avons pu citer, certains nous semblent effectivement atteindre les limites du symbole, et touchent presque aux stéréotypes. Cependant, grâce à l'ironie, *Karambolage* s'en amuse et assume une fois encore son rôle pédagogique. L'une des émissions spéciale Europe corrobore cette hypothèse de la pédagogie à l'interculturel via l'évocation des stéréotypes. Dans ce numéro, le narrateur revient sur l'histoire de l'Union Européenne, la création de la CECA, qui deviendra la CEE, puis les quatre grandes institutions que sont le Conseil Européen, le Conseil de l'Union Européenne, la Commission Européenne et le Parlement Européen, avant de proposer une visite du Parlement à Bruxelles. L'on y apprend que chacun peut parler dans sa langue tant le nombre d'interprètes en cabine est élevé, et que si le fait de ne pas parler sa langue maternelle, mais bien plus souvent l'anglais, retire les nuances de chaque langue, cela évite aussi les sous-entendus. L'auteur ose ensuite évoquer le choc des cultures, inhérent à toutes ces institutions rassemblant des européens.

Pour finir, un petit mot au sujet du choc des cultures. *Karambolage* n'aime pas beaucoup les stéréotypes et c'est la mort dans l'âme que nous apprenons qu'au Parlement Européen certains stéréotypes s'avèrent être justes. On nous dit que certains députés sont très, très ponctuels tandis que des députés un peu plus au sud croient être à l'heure avec 20 minutes de retard. D'autres organiseraient des réunions à 21h en oubliant que leurs collègues ***du pays de la ponctualité*** sont rentrés depuis belle lurette. On dit aussi que recevoir un email

---

<sup>1066</sup> Voir à ce sujet notre chapitre théorique page 60 et suivantes.

<sup>1067</sup> *Karambolage* : Le casque à pointe / Le masculin l'emporte sur le féminin.

d'un député d'un *pays buveur de vodka* peut être ressenti comme un coup de poing tellement la personne ne s'embête pas avec les formules de politesse en usage dans les pays où l'on mange tard. *Les mange-tard* ont d'ailleurs meilleure réputation quand il s'agit de trouver une solution de dernière minute comparé *aux lève-tôt* par exemple. On nous dit aussi que les « *nuls en anglais* » prennent trop de temps pour déjeuner et qu'ils trouvent les ponctuels terriblement rudes quand ils exposent un sujet de façon synthétique pour gagner du temps...que de clichés bien sûr ! Mais on nous dit aussi que tout le monde apprend, et s'adapte, et qu'au bout d'un moment les ponctuels ne s'offusquent plus de retard des autres. Mieux ils se permettent eux-mêmes de retards de temps en temps. Et on a même vu des couche-tard être à l'heure pour faire plaisir aux ponctuels ! Comme quoi il n'y a rien de mieux que des *compromis*, pour avoir la paix.<sup>1068</sup>

Grâce à ce paragraphe, l'on constate bien que les rédacteurs de *Karambolage*, maîtres de l'interculturel, s'amusent de ces clichés et stéréotypes, en ne donnant pas les noms des pays concernés, mais en les décrivant par un cliché. *Karambolage* grossit les traits de tous ces stéréotypes pour relever un fait que nous avons aussi pu constater lors de nos enquêtes de terrain au siège d'ARTE à Strasbourg, le fait que tous apprennent des autres, que tous s'adaptent, sur le mode du *compromis*.

Grâce à ce sujet ponctué de stéréotypes, *Karambolage* propose finalement un rapide cours d'interculturalité, évoquant même à demi-mot l'existence d'une *troisième voie*, inspirée des cultures et des modes de travail et de communication de tous les concernés en contact. Au Parlement Européen, puisque personne n'a la majorité, tous doivent bien s'entendre, tous cherchent à créer des alliances au sein de l'institution, paix, bonne entente et but commun sont ici aussi les moteurs d'un interculturel fécond.

L'on peut donc se demander si *Karambolage* ne risque pas de renforcer les stéréotypes à force de s'en moquer, de les évoquer, et l'on a effectivement pu constater, sur cinquante émissions seulement, quelques cas à la frontière de l'ironie et du cliché, qui peuvent ne pas sembler tout à fait adaptés aux missions de la chaîne. Grâce à l'ironie, et au format ludique découlant de l'animé, *Karambolage* peut tout de même se permettre ces quelques « écarts ». Il n'est pas aisé de déconstruire les stéréotypes, d'en décrypter les origines, sans les évoquer, ni les manipuler. Il n'est pas aisé d'aborder les particularités de divers porteurs de cultures sans tomber dans le stéréotype, ni être dans la simple comparaison. Tous ces stéréotypes sont établis, existent déjà, et *Karambolage* s'en sert, s'en amuse, pour les déconstruire. Les

---

<sup>1068</sup> *Karambolage* « Spécial Europe ».

témoignages, et les focus sur le détail lui offrent de nombreuses possibilités de transfert (inter)culturel. Ces objets du quotidien, ces épisodes anecdotiques façonnent l'individu, les cultures, c'est pourquoi il est très habile de la part des rédacteurs de s'appuyer sur toutes ces particularités. En ce sens, l'approche ludique et ironique semble être la meilleure solution. Les médias nous l'avons vu influencent particulièrement les perceptions, sont à l'origine de la constitution d'images collectives, partagées. *Karambolage* semble être en mesure de produire le travail inverse, de déconstruire les stéréotypes en montrant à quel point l'unité peut aussi se forger dans la diversité. Les rédacteurs de ce format donnent effectivement à voir toute cette diversité linguistique, culturelle, cette diversité des traditions, des mœurs, des rites, des histoires, individuelles et collectives, et ce bien souvent à partir d'un détail, d'un objet du quotidien. Certains sujets semblent insignifiants, mais sont toujours révélateurs d'un point (inter)culturel. Le fait de s'intéresser au détail éclairci finalement l'ensemble de la culture de l'*Autre*. L'ensemble de ces détails, de ces émissions mis bout à bout constitue finalement une banque de donnée exceptionnelle au sujet de ces deux cultures. Tous ces détails englobent la manière de vivre de l'*Autre*, ce qui rapproche les Français des Allemands, mais aussi ce qui peut les éloigner, afin de mieux préparer une éventuelle rencontre interculturelle. En permettant à ses auditeurs de mieux comprendre l'*Autre*, de connaître ou reconnaître ces petits détails qui constituent la culture de l'*Autre*, *Karambolage* permet, si ce n'est d'éviter le malentendu, de le rendre à minima productif. En s'attardant ainsi sur les détails de la vie quotidienne, *Karambolage* participe, dans une certaine mesure, à changer les perceptions, au dialogue des cultures, au rapprochement franco-allemand. *Karambolage* réinvente le rapprochement franco-allemand par le biais de son discours médiatique, a réinventé la communication interculturelle grâce à la télévision, et accompagne ses publics dans l'apprentissage des cultures.

Une émission telle que *Karambolage* semble ainsi avoir plusieurs issues ; elle prépare, intellectuellement, linguistiquement, culturellement l'un à voyager chez l'*Autre*, à pouvoir même s'y établir, et se profile alors comme outil pédagogique de diminution des chocs culturels et de dédramatisation des malentendus, qui proviennent souvent simplement d'une méconnaissance de la culture, de l'histoire, et des traditions de l'*Autre*. Son format ludique, ses séquences courtes, sa devinette, en font de surcroît un outil adapté aux scolaires. Un tel format, dont le principe est finalement l'apprentissage de la culture de l'*Autre*, aurait pu être très lourd s'il n'avait pas été ainsi pensé. L'animé – dont les graphismes varient régulièrement – permet en outre de se fondre dans les deux grandes cultures concernées, ne pas rester ancré

simplement dans une esthétique, une tradition, trop nationale. Fidèle à sa vocation d'apprentissage interculturel, l'émission acte d'une véritable transparence, elle raconte aussi les malentendus, elle conte tant les similitudes que les différences, ce qui rapproche comme ce qui éloigne. *Karambolage* propose une véritable mise en perspective, s'appuie sur les contrastes, mais ne présente pas pour autant les contrastes comme des facteurs bloquants, mais plutôt comme des éléments enrichissants. *Karambolage* présente les contrastes identitaires pour mieux les préserver, et permettre aux publics de se faire leurs propres représentations de l'*Autre*.

Parmi les points assez remarquables, notons que l'émission, si elle est tout à fait représentative d'une volonté de création avec ce format très narratif et animé, parvient à se détacher de ses racines fictionnelles et ludiques pour s'ancrer dans le réel, car cette dernière donne à voir des réalités sociales, des événements vécus. Ce format animé se présente tout de même comme étant très narratif, sûrement parfois légèrement proche de la fiction, mais est toujours introduit comme étant la résultante d'une expérience, d'un témoignage. Tels des feuilletons sociaux, les épisodes de *Karambolage* tâchent de s'ancrer dans une certaine réalité. *Karambolage* est d'une part très représentative des missions de la chaîne, mais aussi du quotidien de ces employés français et allemands en contact dans ses locaux, des Français et des Allemands qui vivent au quotidien ces situations de conflit, de *carambolage*. L'émission montre cependant que ces chocs permettent d'avancer ensemble, de mieux se comprendre, de montrer que l'on peut être uni dans la diversité, et produire ensemble. En montrant qu'il existe bien des situations parfois très conflictuelles, *Karambolage* dépasse le simple discours promotionnel, et ne laisse pas miroiter à ses publics que l'apprentissage est quelque chose d'aisé. *Karambolage* n'embellit pas les faits pour simplifier l'accès à l'interculturel, et les émissions n'ont pas toutes un caractère flatteur pour l'une comme l'autre culture. Les malentendus mis à l'écran sont eux aussi des outils de formation à l'interculturel. En ayant accès à ces malentendus, les publics se confrontent virtuellement à l'étranger, sortent de leur cadre familial, et émerge une nouvelle expérience, un nouveau rapport à l'*Autre* et à ce qui pouvait sembler familier. Les auteurs proposent de nombreuses émissions dans lesquelles ils font référence à la rivalité France/Allemagne, montrent que Français et Allemands sont parfois très différents. Et pourtant, l'on reste dans un environnement tellement marqué par l'apprentissage, la curiosité, la découverte, qu'il en devient très sain. *Karambolage* ne fait pas de ces rivalités historiques séculaires un facteur bloquant, mais bien un facteur de curiosité, cherche à donner envie à ses publics dans savoir plus sur l'*Autre*.

### *Quelques réserves.*

Si *Karambolage* nous permet de vérifier notre hypothèse de recherche, de montrer que les médias sont en mesure d'être un outil de formation à l'interculturel, aptes à en faire la promotion, nous émettons tout de même une réserve critique. Si son discours est particulièrement bien construit, entre témoignages et humour, stéréotype et ironie, quotidien et pans de l'histoire, qu'il participe sans nul doute à une forme de dialogue des cultures, et ainsi au rapprochement franco-allemand, que l'émission a permis d'engager de nombreux événements culturels, elle semble tout de même souffrir du système de *collage des pôles*, et de la construction parfois bancal de cette chaîne, tiraillée entre centralisme et fédéralisme, que nous avons évoquée précédemment. En effet, lors de notre analyse, certes qualitative et non quantitative, nous avons pu relever qu'un nombre important de sujets, lorsqu'ils concernent la France, sont uniquement parisiens, très rarement régionaux. Les rédacteurs de *Karambolage*, pourtant très compétents dans l'interculturel, se laisseraient-ils eux aussi séduire par une forme de simplicité, leurs bureaux étant en région parisienne ? Considèrent-ils que même en ne décrivant que des traditions pourtant parfois très parisiennes, l'ensemble de territoire français est bien représenté ?

L'on peut aisément comprendre que les micro-trottoirs soient réalisés en région parisienne pour des raisons de facilité, et de budget, et que, côté allemand, ces derniers puissent être réalisés non pas uniquement à Berlin, mais dans d'autres villes, puisque la construction du paysage audiovisuel permet à *Karambolage* de contacter facilement les *Anstalten* de chaque *Land*. Concernant les sujets animés cependant, Paris l'emporte très largement sur les régions et grandes villes de Province. Ces dernières ne sont que mentionnées lors de sujets historiques (Bordeaux, Poitiers, Tours, Compiègne, Lille...) mais ne sont que trop rarement au cœur des thématiques. Une grande partie des sujets que nous baptisons les sujets de *narration-témoin* plantent le décor à Paris : Un couple fâché de voir arriver une salade de crudité dans les brasseries Parisiennes qui n'a rien d'une salade de crudité, l'expression « Monter à Paris », un sujet sur le Sacré-Cœur, Le Collège de France, La Joconde, Le Bon Marché, l'histoire des arrondissements parisiens... Et même les sujets « décentrés » font référence à Paris : Alors que les rédacteurs de *Karambolage* racontent l'histoire de la Nationale 7, et évoquent ainsi la Bourgogne, l'Auvergne... jusqu'à la Côte-d'Azur, très prisée des Allemands, ils n'omettent pas de rappeler que son point de départ se situe devant Notre-Dame-de-Paris. Plus étonnant encore, dans la rubrique du *quotidien*, N.O. propose même un petit cours de savoir vivre dans

le métro parisien. Un sujet pourtant a priori plus régional, évoquant l'incontournable débat pain au chocolat / chocolatine, qui aurait ainsi pu être mis en scène dans une région de France utilisant l'un ou l'autre terme plante une fois encore le décor à Paris, et raconte l'histoire d'une Française ayant toujours utilisé le terme chocolatine avant de déménager à Paris, où le terme pain au chocolat est d'usage pour désigner la viennoiserie.

Cet angle très pariso-centré est, selon l'auteur, assez regrettable, tout spectateur Allemand risquerait alors de ne voir la France que par Paris. Cette approche souligne de surcroît le fonctionnement très centralisé de la France, et diffuse cette vision des choses Outre-Rhin, alors que nombreux sont les rites et traditions régionaux sur lesquels pourraient s'attarder les rédacteurs de *Karambolage*. En 2016, Claire Doutriaux proposait un format spécial, le *Voyage à Vélo*, en Allemagne, lors duquel elle traverse, par étapes, diverses régions allemandes, et s'arrête pour présenter un lieu ou une personne. Un format qui offre un regard sur toute l'Allemagne, urbaine comme rurale. Nous n'avons pas trouvé de format similaire dédié à la France dans les archives de *Karambolage*. Mais l'émission s'adapte, expérimente, et s'ancre toujours plus dans l'actualité. Nous l'avons montré, les cultures émigrées font de plus en plus l'objet de sujets, et peut-être trouverons-nous bientôt de plus nombreux sujets dédiés aux cultures, rites et traditions régionales françaises ?

**c) ARTE Journal, une double conception : entre aboutissement et recul de l'interculturel ?**

*Karambolage* fait, nous venons de le montrer, et ce bien que nous ayons émis quelques réflexions critiques, figure de parangon dans le domaine de l'interculturel télévisuel. Le programme, constitué par une équipe biculturelle et bilingue, parvient à former à l'interculturel, à en faire la promotion, à procéder à un transfert de données culturelles en s'adaptant aux attentes de deux publics bien définis, les Français et les Allemands. Son caractère ludique, européen, facile d'accès lui permet en outre d'éveiller la curiosité de tout autre public d'Europe et du monde, d'autant plus que le site propose des sous-titrages en anglais, espagnol, italien et polonais. Les auteurs de *Karambolage* parviennent ainsi à retracer l'histoire, à donner à voir les rites et les traditions de l'une et de l'autre culture, à décrypter les clichés et stéréotypes, le tout sur un ton qui leur est propre, et leur a permis de constituer un format, une esthétique uniques et reconnaissables par tout auditeur familier de la chaîne. Nul doute que le discours de formation et de promotion de l'interculturel formulé par l'émission

tient toute sa pertinence de ce noyau rédactionnel franco-allemand, non seulement constitué de professionnels de l'interculturel, mais avant tout d'hommes et de femmes quotidiennement confrontés à ces problématiques. L'équipe de l'Atelier de Recherche partage une expérience interculturelle quotidienne, et en découlent quelques sujets de *Karambolage*. Leurs propres questions, leurs propres réflexions, leurs propres conflits sont ainsi mis à l'écran. L'Atelier de Recherche est, nous l'avons vu, l'unique pôle franco-allemand en région parisienne, la seule sphère de coordination bilingue, franco-allemande, étant le siège de Strasbourg. Au sein de La Centrale en Alsace, une unité rédactionnelle se détache pourtant des autres, puisqu'elle est, tout comme l'Atelier de Recherche, constituée d'une équipe binationale, biculturelle, franco-allemande : la rédaction de l'information. Nous avons donc choisi d'accorder une analyse au produit conçu par cette rédaction, le Journal d'Information, afin de constater si cette rencontre professionnelle des cultures conduit réellement à la constitution d'un autre format – bien que très différent du précédent – tout aussi représentatif des missions de la chaîne.

L'analyse comparative que nous avons pu mener à partir du visionnage des éditions des JT français et allemands populaires sur TF1, France 2, l'ARD et la ZDF lors de la crise du coronavirus nous a permis de saisir l'ampleur des dissemblances dans le discours de l'information français et allemand. Les conclusions que nous avons pu émettre nous ont permis d'analyser le discours produit par ARTE, en nous posant la question à savoir si ce journal franco-allemand correspond plutôt aux produits français ou allemands, ou s'il a dépassé les frontières du national, grâce à ses équipes binationales. En résulte notamment qu'il s'est constituée une sorte de nouvelle esthétique puisant dans les deux ascendances. Dans notre partie consacrée aux journaux d'information en tant que genre télévisuel, qui a conduit à une analyse comparative des esthétiques et des grandes caractéristiques du discours de l'information, analyse menée en pleine crise sanitaire mondiale afin de mieux cerner les grandes variables de l'information alors qu'un évènement majeur touche l'ensemble des populations, nous montrons que les informations télévisuelles françaises et allemandes présentent des antagonismes, mais que l'Allemagne tend cependant à se moderniser et se détache petit-à-petit des journaux absolument neutres et objectifs sur sa seconde chaîne, alors que la première, l'ARD, conserve ses *Tagesschau* et leur forme si particulière pour les publics français, celle du *sujet lisant*. Grâce à cette analyse, nous avons été en mesure de saisir en quoi le journal d'ARTE est un savant mélange des genres, un exemple de *malentendu productif*, une sorte de 3<sup>e</sup> voie propre au discours interculturel de l'information. Comment ARTE dépasse-t-elle les frontières du national, dans lesquelles s'enferment souvent les JT

nationaux, en particulier français, l'Allemagne proposant bien plus de contenus européens dans chacune de ses éditions, nous l'avons montré. Quel discours, quelles solutions sont mises en place par les responsables de la rédaction du journal d'ARTE afin de correspondre aux repères identitaires de leurs publics, d'ordinaire nationaux ? En somme, comment rester accessibles, comment intéresser ses publics tout en étant transnational ?

D'un point de vue méthodologique, nous avons, tout comme pour *Karambolage*, procédé à une étude sémiologique du discours du journal, c'est-à-dire que nous nous sommes intéressée en particulier au *système énonciatif*, mais avons aussi accordé quelques observations à l'esthétique globale du journal, à la place de l'énonciateur en plateau, tout comme nous avons pu le faire lors de notre analyse comparative des JT nationaux. Ont été retenues pour analyse les éditions du 06 au 12 avril 2020, tout comme pour les éditions nationales, ainsi que quelques éditions prélevées ponctuellement dans le courant du mois d'août 2020. Les versions françaises et allemandes ont été analysées simultanément, dans une perspective comparative. Nous avons tâché, lors de cette analyse, de relever les indices montrant que le discours produit lors de ces éditions de l'information est bien un discours interculturel, qu'il en fait en outre la promotion, qu'il favorise le rapprochement des peuples d'Europe, qu'il forme ses auditeurs à l'interculturel, et ce bien que son format et son approche soient très différents de celle de *Karambolage*. Aucune place ne peut ici être laissée à l'ironie, au ludique, alors quel mécanisme entrent en action pour respecter les grands objectifs de la chaîne ?

Le choix des sujets constitue dès lors une première subtilité ; quelles informations mettre en avant afin de convenir à deux publics ? La difficulté semble être résolue grâce à la stricte ligne éditoriale de la chaîne qui impose une alternative européenne. En choisissant des sujets très européens, qui touchent tant les Français que les Allemands, les employés de l'unité rédactionnelle s'assurent une partie de la transférabilité de leurs reportages. Mais est-ce toujours le cas ? Nous avons pu constater lors de notre phase de visualisation que certains sujets sont par nature plus enclins à intéresser un seul des deux récepteurs. Et pourtant, ces sujets prennent finalement, nous le verrons, une dimension internationale. C'est donc le *langage*, le *discours*, qui donne à ce journal sa dimension paneuropéenne. Si la case de l'information peut paraître la plus simple à transposer à l'échelle européenne parce qu'elle dispose d'un ADN international, le travail de rédaction franco-allemand n'en demeure pas moins malaisé. Une question subsiste : Comment créer un magazine d'information transnational alors que, et nous l'avons montré lors de notre analyse des éditions nationales, la façon d'interpréter les actualités, et la façon d'en rendre compte restent conditionnées par



l'histoire, la mémoire collective du pays qui la reçoit et la traite ? Les méthodologies de constitution du discours, et les esthétiques varient elles aussi selon leurs origines territoriales.

Alors que le contexte national influence profondément le traitement de l'information, ARTE fait le pari d'être en mesure de pouvoir tenir compte des priorités et des attentes des Français comme des Allemands. Le discours produit dans le cadre précis de l'information ne peut être qu'empreint des modalités et exigences de sa conception, soit les rédacteurs et chefs d'édition, eux-mêmes influencés par un certain cadre institutionnel, social et culturel, et donc, de fait, national. La problématique majeure de production d'informations à destination d'un public plurinational réside dans le fait que celles-ci sont de tradition conçues dans une perspective communicationnelle rigoureusement définie, habituellement nationale. Le fait de mettre en place un journal à portée européenne ne doit pas mettre en exergue les différences, au risque de créer des clivages au lieu de « rapprocher les peuples ». L'information s'adresse à un espace public, et ARTE a pour vocation de participer à la formation d'un espace public européen. Comment faire en sorte que le journal ait cette saveur européenne, dans son esthétique, ses sujets, à travers l'angle de traitement de ces sujets ? Quelles actualités politiques, sociales, économiques, ou culturelles suit ce journal d'information ? L'information se détache du reste de la programmation parce qu'elle suit une actualité, parce qu'elle incarne le réel. Le discours produit par l'information n'est pas un discours de création ni de fiction, mais bien une narration sans artifice de faits d'actualité. Outre son caractère particulièrement interculturel émanant du fait que se rencontrent des cultures professionnelles, le JT fait en sorte de proposer un *regard croisé* sur les actualités européennes et mondiales, et souhaite ainsi participer à une meilleure connaissance de l'*Autre*. Le Journal d'ARTE a permis à la chaîne de passer d'une chaîne d'acheminement de programmes de télévision à une instance de production commune. À l'heure actuelle, la rédaction franco-allemande du Journal d'ARTE est la seule rédaction binationale en production interne à Strasbourg, or, nous avons pu le constater lors de nos enquêtes de terrain, et nous en avons rendu compte dans notre chapitre précédent consacré aux relations internes entre employés de la chaîne, le cadre dans lequel évolue aujourd'hui la rédaction franco-allemande de l'information est fonctionnelle, favorise le dialogue, et donc cette production commune :

Dans la rédaction, il y a aussi des collègues qui sont avec nous depuis bientôt trente ans et qui sont restés très « à côté du Rhin ». Mais on se connaît, on s'adapte quand on apprend que l'on travaille avec ces personnes. Il y a plusieurs façons de vivre les transferts, et ici on essaie surtout de s'arranger entre nous. Il y a des milliers de transferts ; linguistiques,

non verbaux, dans la forme, dans les moyens de communication. On s'adapte en permanence et personnellement je trouve cela formidable. Il est très rare que ces particularités propres à l'interculturel soient véritablement source de conflit. On a appris plutôt en s'inspirant du côté allemand, avec de la discussion, du compromis, où chacun peut dire ce qu'il veut, avec une hiérarchie participative plus que pyramidale. Avec une hiérarchie pyramidale ce serait impossible. La rédaction est vraiment exemplaire à ce sujet. Dans les réunions de rédaction – il y en a deux par jours, une pour le journal de midi, l'autre du soir – tout le monde, que ce soit la personne qui réceptionne les idées, les traducteurs comme les documentalistes, a le droit de s'exprimer, de dire « attention pour mon métier ici c'est délicat » et tout le monde écoute les autres, en particulier ces dernières années.<sup>1069</sup>

Les sujets employés à la rédaction de l'information ne se situent pas dans un milieu instable ou particulièrement contraignant culturellement, ni trop érodé par les malentendus, la plupart étant devenus des *malentendus productifs*. Les journalistes en fonction dans l'unité de l'information savent travailler ensemble, ont trouvé des voies d'entente. Si, à l'heure d'aujourd'hui, les rédacteurs du JT semblent avoir trouvé une forme convenant bien aux deux parties, nous le développerons ensuite, notons tout de même que les responsables de la chaîne se sont rapidement tournés vers le format de l'information, qu'ils ont tout naturellement associé à la culture, et à ce devoir de reconnaissance des peuples d'Europe, et donc ce qui constitue leurs actualités.

[...] la SEPT n'en proposait pas, mais je crois que c'est quand même la partie française qui a fini par y venir. Au tout début c'était un 'tout image' assez court, le 8 ½ et puis un nouvel élément a été créé, le 7 ½, plus long, plus type magazine. [...] Cela s'est construit progressivement mais c'était une volonté assez forte de Jérôme Clément, de Victor Rocaries avec vraiment une légitimité pour le faire, l'envie de suivre les actualités européennes. Côté allemand aussi il y avait un intérêt.<sup>1070</sup>

Chaîne d'expérimentation, ARTE a donc à l'origine opté pour un journal d'information télévisé type 'tout image', le 8 ½, à l'antenne dès juillet 1992, une quotidienne d'une dizaine de minutes diffusée à partir de 20h30, et ce jusqu'en septembre 1998. Jean-Michel Utard, dans sa thèse dédiée à l'étude de la « construction d'un point de vue transnational » du discours de l'information, à travers l'analyse du 8 ½, montre que la mise en place d'une forme de transculturalité du discours de l'information tire toute sa complexité de l'ancrage

---

<sup>1069</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg

<sup>1070</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Paris.

historique et culturel du journalisme d'information. L'auteur fait état des conflits et oppositions vécus au sein de la rédaction, avant que ces derniers ne se dissipent au profit d'élan d'harmonisation des pratiques, tout comme nous avons pu le constater lors de nos enquêtes de terrains.

Le journal franco-allemand d'ARTE apparaît ainsi comme un laboratoire où s'élaborent progressivement et de manière empirique les formes d'un discours de l'information susceptible d'être reçu par des publics de nationalités différentes. Son caractère expérimental, l'absence d'une hiérarchie qui imposerait ses objectifs éditoriaux et ses normes professionnelles, les différences dans les motivations et les aspirations de ceux qui sont engagés dans sa réalisation, les formes conflictuelles que prend parfois la rencontre d'expériences professionnelles diverses, tout concourt à rendre plus difficile l'explicitation d'une démarche inédite pour certains de ces aspects.<sup>1071</sup>

Le 8 ½ ne comprenait pas de présentateur, et fonctionnait sur le principe de la voix de commentaire, en 'off', afin de simplifier l'adaptation. Tout comme l'émission *Brut*, la force des images devait suffire à la compréhension. De courtes séquences quasi muettes balayaient ainsi l'information quotidienne. La rédaction, déjà franco-allemande, fonctionnait sur le principe d'alternance des chefs d'édition français et allemands afin de garantir une lecture de l'« actualité quotidienne avec un double regard »<sup>1072</sup>, une « double lecture du monde politique. »<sup>1073</sup>

Le 8 ½, c'est une réussite. Le présentateur ne pouvait pas parler les deux langues en même temps. Il fallait donc une voix 'off'. Mais, supprimer le présentateur, c'était aussi éviter les susceptibilités nationales, c'était plus facile à gérer : deux commentaires, un en français, l'autre en allemand, avec les mêmes images qui obligent d'abord à être sobre et éviter le bavardage oiseux des personnalités qui se mettent en scène elles-mêmes. La contrainte linguistique nous a obligés à la rigueur, l'austérité, à être très sélectifs dans le choix des sujets. Quand on fait le tri pour élaborer un journal télévisé franco-allemand, on se demande ce qui intéresse le public de l'autre, réflexe qui n'existe pas nécessairement dans la fiction qui oblige à être au contraire original, spécifique, particulier.<sup>1074</sup>

---

<sup>1071</sup> Utard, Jean-Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational : étude d'un corpus franco-allemand*. Université Robert Schuman (Strasbourg), 1997, page 122.

<sup>1072</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018 à Paris.

<sup>1073</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2018 à Paris.

<sup>1074</sup> Clément, Jérôme. « Peut-il y avoir une (télé)vision franco-allemande ? », *Les cahiers de la méthodologie*, n°3 (1997) :193-203

Jérôme Clément met ici en exergue les contraintes dans lesquelles se sont enfermés les journalistes d'ARTE, qui, en plus de s'imposer une alternance dans la rédaction en chef, sont astreints de quantifier les sujets allemands et français, afin de respecter une certaine parité. La démarche est respectueuse des missions de la chaîne, mais ne donne-t-elle pas au journal une valeur trop subjective ? Pourquoi choisir un sujet et non un autre ? Cela enracinait-il le 8 ½ dans un format finalement très proche des journaux nationaux français, exception faite que le paradigme était ici franco-allemand ? Le créneau de diffusion était d'ailleurs lui aussi plutôt conforme aux habitudes télévisuelles françaises et non allemandes. En proposant un journal d'une dizaine de minutes à 20h30, les programmeurs s'assuraient d'attirer le public français, dont le « prime-time » ne commençait ensuite qu'à 20h45 en moyenne, alors qu'en Allemagne celui-ci débute à 20h15. Comment s'imaginer que le public allemand puisse être au rendez-vous sur le 8 ½ alors que les autres chaînes allemandes ont à cette heure déjà diffusé leur journal, et s'appêtent à lancer leur programme du soir, fiction, documentaire, divertissement... Afin de pallier cette problématique d'harmonisation de grille selon les heures de « prime-time », ARTE mettait à l'antenne à partir de janvier 1996 le 7 ½, émission d'information européenne constituée de reportages, diffusée comme son nom l'indique à 19h30, quotidiennement, au format standard de 26 minutes. La présentation était assurée par un présentateur allemand ou français, en alternance chaque semaine. Chacun s'y exprimait dans sa langue maternelle, l'adaptation linguistique était ensuite assurée par la technique du *voice-over*. Le 8 ½ a été source de critiques, pour son austérité notamment, mais ce format « tout image » réglait non seulement la problématique de la langue, et évitait aussi cette position de « présentateur vedette » d'usage en France, peu appréciée en Allemagne, et de jouer la carte de l'objectivité. Dès ses premières années de diffusion, ARTE s'est attelée à proposer un regard croisé, franco-allemand sur l'actualité, a tenté de concilier deux approches a priori antithétiques, en témoigne notre analyse des journaux nationaux de télévision.

La rédaction franco-allemande de l'information a pour objectif de confronter les idées, de donner à voir les diversités, les contrastes de l'Europe, et ainsi élargir les points de vue. Le 8 ½ fut ainsi repensé, et a disparu de l'antenne en septembre 1998, au profit de *ARTE Info*, présenté à la manière du 7 ½ par alternance française et allemande, diffusé à 19h50, qui a ensuite laissé place en janvier 2010 à l'actuel *ARTE Journal*, auquel nous consacrons désormais notre analyse ciblée, et qui semble plutôt bien répondre à l'ensemble des problématiques que nous avons évoquées en introduction : *accessibilité, harmonisation* selon les primes-times, *information européenne* et *regard croisé*.

Notons tout d'abord que le Journal d'ARTE existe véritablement en deux versions bien différenciées, l'une en langue française, l'autre en allemand. À l'inverse du 7 ½ qui optait pour une présentation dans la langue maternelle du présentateur, *voice-overisé* pour l'autre public, le journal actuel est diffusé dans chaque pays avec un présentateur différent de langue maternelle française ou allemande, ce qui ne nécessite plus aucun travail de traduction ni d'adaptation en post-production concernant la présentation. Les deux versions française et allemande sont cependant le plus fidèle possible l'une à l'autre : leur durée moyenne est similaire, à quelques minutes près, comme nous avons pu le relever lors de notre enquête. La durée des versions françaises était alors bien souvent légèrement plus importante que la durée des versions allemandes.<sup>1075</sup> Ces légères variations ne sont pas assez significatives pour pouvoir tirer des conclusions pertinentes, nous avons cependant pu remarquer que lors de cette semaine particulière, alors que la présentation du JT se faisait d'ailleurs dans un décor inédit, lié au confinement, et donc décharné de l'habituel grand bureau, ainsi que des écrans numériques en arrière-plan, seuls les présentateurs français proposaient un sommaire d'introduction des sujets. Une fois de nouveau dans leur studio habituel, les Français comme les Allemands proposaient un sommaire d'introduction, ce qui explique en partie ces légères variations de durée. Si le Journal est tourné deux fois, dans chacune des deux versions, pour ensuite être diffusé, et ce à des heures de diffusion différentes pour s'ancrer au mieux dans le paysage audiovisuel de chacun des deux pays (19 heures 45 en France, 19 heures 20 en Allemagne), les sujets et leur hiérarchie sont strictement les mêmes. Le fait de tourner deux éditions différentes n'a pas fait basculer la rédaction dans la création de deux journaux nationaux, mais bien un journal unique, transnational, un fait sur lequel insistaient les responsables que nous avons pu interviewer à ce sujet.

[Le journal est] tourné deux fois mais avec exactement le même contenu, sauf si évidemment une actualité chaude nous force à changer légèrement les choses et que le journal allemand, qui est diffusé légèrement plus tôt, n'a pas pu être modifié. La présentation en direct permet de faire une annonce de dernière minute, dans ce cas uniquement il se peut que le journal ne soit pas tout à fait le même. A part ce cas exceptionnel se sont les mêmes contenus. Il est très rare que l'on fasse des modifications,

---

<sup>1075</sup> Les chiffres sont tous disponibles dans le tableau en annexe.

22 minutes contre 18 minutes le 06.04.2020

21 minutes contre 19 minutes 46 le 07.04.2020

20 minutes 33 contre 20 min 20 le 08.04.2020

20 minutes 05 contre 19 minutes 39 le 09.04.2020

20 minutes 02 contre 19 minutes 45 le 10.04.2020

15 minutes 06 contre 15 minutes 14 le 11.04.2020

14 minutes 57 contre 15 minutes 16 le 12.04.2020

peut-être aussi si l'on traite d'un évènement de politique intérieure un peu trop complexe pour l'autre public, mais les reportages, les angles qu'on adopte, tout est fait une seule fois pour les deux publics, et c'est la griffe d'ARTE justement. C'est l'essentiel de cette grille éditoriale interculturelle.<sup>1076</sup>

[...] il y a un principe important, c'est que les sujets qui composent le journal sont les mêmes. L'ordre est parfois exceptionnellement modifié, mais même de ce point de vue ils essayent d'être respectueux. La seule différence est qu'il est directement présenté par un(e) allemand(e) ou un(e) français(e), pour les mêmes raisons que la *voice-over* que nous avons évoquée. La présentation serait un peu lourde.<sup>1077</sup>

Nous avons pu aisément constater ce principe lors de notre enquête analytique. Jamais les sujets n'ont été inversés, jamais un sujet n'a été retiré au profit d'un autre. L'ensemble du journal est donc pensé, écrit en amont, par les journalistes français et allemands de la rédaction afin de produire une version unique – différente uniquement linguistiquement – et ainsi transférable de part et d'autre du Rhin. Nous n'avons finalement relevé qu'une mince différence dans l'édition du 08 avril. En plateau dans la version française, Mary Labory annonçait le retrait de Bernie Sanders de la campagne présidentielle américaine pour introduire son sujet sur la situation économique et sanitaire aux États-Unis. Côté Allemand, la présentatrice Nazan Gökdemir ne l'annonçait qu'en fin de journal, ayant appris la nouvelle pendant son tournage. L'édition allemande est effectivement diffusée en premier, vingt minutes avant la version française. Comme le précisait donc Annette Gerlach, seul un évènement de dernière minute sera susceptible de perturber l'ordre des sujets et conduire à une modification de la version française par rapport à la version allemande. Il est en outre visuellement impossible de savoir si les reportages ont été à l'origine écrits en allemand ou en français. Le seul indice se situe finalement dans le court générique en fin de chaque sujet, qui comportera un nom supplémentaire, celui de la personne en charge de la traduction, française ou allemande. Au sujet des reportages, notre étude mène à une conclusion assez simple, ces derniers sont traduits très fidèlement et ne sont finalement pas représentatif des styles de communication d'un pays ou de l'autre, mais bien d'un mélange des deux. Quelques reportages, lorsqu'ils traitent un grave sujet, feront ainsi parfois appel aux sentiments, tel que l'on pourrait le rencontrer plutôt dans les JT Français, mais le sont même s'ils ont été écrits par un journaliste allemand. D'autres sujets, économiques, politiques, sont traités de manière très neutre, et européenne, à la manière plutôt allemande, et cela même si le sujet a été écrit

---

<sup>1076</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>1077</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

par un Français. Ce mélange des genres est tout à fait représentatif du travail de collaboration entre journalistes français et allemands, et la traduction est particulièrement fidèle pour une raison notable : les traductions ne sont pas assurées par un service extérieur, ni par le Service Linguistique/ *Sprachdienst* de la chaîne, mais par la rédaction de l'information elle-même. Les traducteurs en charge de l'information le sont à temps plein, travaillent régulièrement avec les journalistes en charge de la première version. Le Journal d'ARTE se détache ainsi du principe du collage concernant ses reportages, ses PAD<sup>1078</sup>, et fourni des contenus par nature franco-allemands, par nature interculturels.

L'autre chose importante se passe du côté des traducteurs, qui ont aussi une carte de journalistes par ailleurs, qui sont habitués au traitement de ces sujets, font la version linguistique, relue par le chef d'aide, mais c'est au sein de la rédaction de l'information que tout cela se passe, ce n'est pas le *Sprachdienst*<sup>1079</sup>. C'est une équipe qui travaille avec nous tous les jours, parfois depuis des décennies, et tous connaissent nos expressions. Il ne s'agit pas de traduction linguistique mais journalistique, les traducteurs de l'information font un réel travail de transfert interculturel.<sup>1080</sup>

La notion de transfert interculturel ici mentionnée par Annette Gerlach, elle-même en charge de la présentation du JT d'ARTE dans sa version allemande, montre que le travail de traduction dépasse la simple traduction textuelle, linguistique. Tout comme avons pu le montrer à travers l'analyse de *Karambolage*, la seconde version, qu'elle soit française ou allemande, doit respecter un certain timing, alors que quelques périphrases sont parfois nécessaire pour aider l'un des deux publics à saisir une information. Annette Gerlach nous proposait un exemple en évoquant le terme de la « francophonie », impossible à traduire en Allemand sans fournir d'explications supplémentaires :

Un exemple type, l'on parle une fois par an du sommet de la francophonie ; le concept de francophonie n'existe déjà tout simplement pas en allemand. Ce concept selon lequel il faut entretenir la langue française, dans les relations économiques...tout ce qui se cache derrière le titre « francophonie »...le concept n'existe pas. Donc quand on parle de francophonie, ce sera un Français qui s'en chargera, et pour les Allemands, pour adapter, nous ferons le parallèle avec le Commonwealth britannique, que les Allemands connaissent. Nous passons par là pour expliquer. [...] Très concrètement, l'auteur français qui fait le texte, doit penser à faire des phrases un peu longues, pour

---

<sup>1078</sup> Prêts-à-Diffuser.

<sup>1079</sup> Service linguistique.

<sup>1080</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

« rembourrer » le sujet, et laisser de l'espace parce qu'il faut plus de place côté allemand, quand le mot francophonie tombe. Côté allemand, on ne traduit pas, on donne une explication : *Die Zusammenkunft der französisch-sprachigen Länder oder ehemaligen Kolonialstaaten in denen Französisch immer noch gepflegt wird und mit denen Frankreich viele wirtschaftliche Beziehungen hat*<sup>1081</sup>, car c'est ça la francophonie...il y a là un vrai problème „manuel“, dans le sens de *handwerklich*.

Ces problématiques sont récurrentes lorsqu'il s'agit de politique, en témoignent les dires d'Annette Gerlach et de Birgit Gabriel :

On a la même problématique avec CDU/CSU en Allemagne, on est obligé en français de dire « l'aile bavaroise du parti de Merkel » ou quelque chose comme ça. Il faut être vigilant, lorsque l'on traite vraiment une thématique nationale, ce qui arrive toujours même si ce n'est pas le gros de notre travail, il faut que l'auteur ait en tête tout ce les autres ne savent pas. Pour donner plus de place en pensant à l'explication dans l'autre langue, ou prendre le soin de définir quelque chose...nous allons parler de l'affaire Mélanchon par exemple, qui fait l'actualité en France, et Mélanchon au premier abord en Allemagne, peut-être qu'un tiers le connaissent. Il faudra rappeler ce qu'est la France Insoumise. C'est notre travail quotidien. Et les interprètes travaillent en ce sens tous les jours. Parfois on décide de laisser tomber une information ou d'appuyer une autre, d'ajouter une autre information. Les traducteurs le font de leur propre gré car ils savent ce que vont ou non comprendre les publics de l'autre nationalité. On est au-delà de la traduction, c'est de l'adaptation interculturelle.<sup>1082</sup>

Lorsqu'un journaliste français fait un journal lors d'élections nationales, les Français ont logiquement une connaissance des futurs ministres, des partis etc. donc le journaliste dans le commentaire du sujet parlera différemment. Macron est connu en Allemagne, mais ça s'arrête presque là ; les ministres sont bien moins connus, vous devez, dans la version allemande du même sujet, expliquer : « le premier ministre » en donnant son nom. Il faut expliquer les choses.<sup>1083</sup>

Nous avons en outre pu le constater lors de nos analyses, si le caractère mondial de la crise sanitaire offrait à l'information un potentiel de transférabilité très large, quelques mentions nationales forçaient les traducteurs à adapter les reportages.

---

<sup>1081</sup> L'ensemble des pays francophones ou d'anciens États coloniaux dans lesquels le français est encore cultivé et avec lesquels la France entretient encore de nombreuses relations économiques.

<sup>1082</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>1083</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.



« Spanien und Italien unterstützen den Plan, vier Länder nicht: die Niederlande, Österreich, Finnland und Deutschland. Doch auch hier gehen die Meinungen in Details auseinander, so ist Bundesfinanzminister **Olaf Scholz** zwar gegen Euro-Bonds, Solidarität will er aber trotzdem“, dans la version allemande de l'édition du 06 avril, a ainsi été traduit en ainsi en français : „Soutenu notamment par l'Espagne et l'Italie, ce plan est rejeté par trois pays : Pays-Bas, Autriche et Finlande. L'Allemagne, elle, apparaît plus divisée de jour en jour sur la question, moins catégorique, le **Ministre allemand** se projette dans l'avenir, laissant possible un compromis ». Dans la version française, le nom du Ministre allemand Olaf Scholz, méconnu des Français, est tu.

Dans l'édition du 10 avril a été mentionné le professeur Raoult, suffisamment connu en France pour pouvoir n'être cité que par son nom, alors que la version allemande s'appuyait sur un « bekannter Mediziner in Frankreich »<sup>1084</sup> supplémentaire pour être le plus clair possible pour son public.

Comme le précisait Annette Gerlach, ces traductions sont de l'ordre de l'*adaptation interculturelle*, une adaptation que nous avons en outre pu retrouver dans le ton adopté par les journalistes en voix de commentaire, et qui montre que certains journalistes conservent tout de même quelques réflexes propres à leur système communicationnel, ainsi, à la version allemande, très neutre, « Die Niederlande wollen Spenden, nicht rückzahlbar. » que l'on pourrait traduire littéralement par « Les Néerlandais sont prêts à faire des dons, sans remboursement », s'oppose une version française marquée par une touche de subjectivité, « Les Néerlandais, **d'ordinaire pingres**, proposent de faire des dons. »<sup>1085</sup>

Le 11 avril, afin de lancer son sujet de clôture, un sujet culturel qui traitait de la situation économique inquiétante des cinémas d'arts et d'essai, avec l'exemple du *Movimento* à Berlin, le présentateur français Damien Wanner occultait le nom du cinéma Berlinois, totalement inconnu du Français moyen, pour élargir son lancement :

En Allemagne les cinémas d'Arts et d'Essai lancent un cri d'alerte, ils espèrent pouvoir compter sur l'aide de l'État et sur la solidarité pour éviter de devoir mettre la clé sous la porte.

De son côté, Annette Gerlach ne manquait pas de mentionner le nom du cinéma dans son lancement,

---

<sup>1084</sup> Un célèbre médecin français.

<sup>1085</sup> Edition du 07 avril 2020.

So gibt es z.B. für geschlossene Art aus Kinos keine passende staatliche Krisenforderung. O.T. sprach darüber in Berlin mit der Betreiberin des legendären Kreuzbergerkinos *Moviemento*.

Ce dernier exemple montre que, si les journalistes français et allemands sont parvenus à une écriture mélangeant les genres, tout en insérant quelques touches permettant de convenir à ses publics respectifs, leur discours permet d'ancrer le journal dans l'un ou l'autre environnement culturel, de l'adapter aux attentes de l'un ou l'autre public, de conserver une certaine proximité. Nous avons ainsi relevé quelques exemples particulièrement représentatifs de ces *changements de ton* entre les discours des présentateurs français et allemands, et qui ancrent, d'une certaine manière, leurs JT respectifs dans leur propre sphère culturelle, et qui ne seraient, traduits mot-à-mot, pas transférables dans l'autre pays. Ainsi, dans l'édition du 07 avril, alors que le reportage est ensuite strictement le même, au sujet de l'économie du système de santé en Angleterre, la présentation française mettra l'accent sur l'admission de Boris Johnson en soins intensifs, un discours ponctué de touches dramatiques, peu communes pour les Allemands :

La nouvelle **a saisi** les Britanniques hier soir et depuis ils **scrutent l'état de santé** de leur Premier Ministre. Alors qu'il a longtemps raillé les conséquences de l'épidémie de Covid-19, Boris Johnson est désormais en **soins intensifs, conscient et stable**, selon son porte-parole...reste que le Royaume-Uni n'est toujours pas soumis à un confinement stricte et que la **situation s'aggrave de jour en jour**, avec un système de santé notoirement sous-financé, on voit ça en détail avec B.P.

Le lancement, dans sa version allemande, bien plus court, met plutôt l'accent sur les finances du système de santé anglais, angle principal du sujet. Notons cependant la touche de subjectivité avec la mention du *Brexit*, qui n'est pas sans rappeler les prises de position que nous avons relevées dans *Karambolage*.

Aus welchem Töpfer immer die Gelder fließen werden, Großbritannien wird leer ausgehen. **Schuld daran ist der Brexit**. Dabei hat die britische Wirtschaft und das Gesundheitssystem Finanzspritzen dringend nötig. Mehr als 50 Tausend Menschen haben sich in Großbritannien bislang mit dem Korona-Virus infiziert. Zu dem wohl berühmtesten Patienten gehört Premier Johnson. B.P. berichtet.<sup>1086</sup>

---

<sup>1086</sup> « Peu importe d'où provient l'argent, la Grande-Bretagne repartira les mains vides. **Le Brexit en est le coupable**. Et pourtant, l'économie et le système de santé britanniques ont un besoin urgent d'injections

Toujours le 07 avril, dans un reportage dédié à l'arrivée de la plateforme de streaming Disney Plus, et la crise du cinéma, notons le caractère impartial, presque insensible du lancement allemand,

Streaming Dienster freuen sich über große Zuwächse, nicht nur *Netflix*, sondern auch den neuen Streaming Dienst Anbieter *Disney Plus*. [...]. Der klassische Kinomarkt hat nun einen einflussreichen Gegner mehr.<sup>1087</sup>

Le lancement français fait de son côté appel aux sentiments, au pathos, avec des termes tels que « **lourde conséquence** sur le secteur de la culture » / « de quoi **inquiéter** les exploitants des salles de cinéma et les amoureux du grand écran qui **craignent** que le 7<sup>e</sup> art **ne soit plus jamais le même** après ça. »

Un autre exemple, relevé dans l'édition du 12 avril, finira de montrer que les présentateurs français conservent une part de leurs habitudes rédactionnelles, constituées à partir de leurs références propres, et donc, nationales, au sujet de la gestion des personnes handicapées lors de la crise sanitaire.

Et alors que le confinement devrait se prolonger **en France** dès lundi, une population est de plus en plus **inquiète**, les personnes handicapées, et plus particulièrement les enfants, parmi les 300.000 mineurs **souffrant** de handicap dans **notre pays**, plus de la moitié a besoin de soins spécialisés quotidiens, or, confinement oblige, et bien les établissements spécialisés sont tous fermés. Nous sommes allés à la rencontre d'une mère célibataire, elle doit assurer **seule** le suivi thérapeutique de sa **petite fille**.

La version allemande demeure, bien que le sujet soit particulièrement grave, bien plus factuelle, moins marquée par ces adjectifs sensibles.

Eine Gruppe, die besonders unter den Corona-Maßnahmen leidet, sind Menschen mit Behinderung, wir zeigen Ihnen am Beispiel Frankreich. Das Land zählt rund 300.000 Kindern mit Behinderungen. In normale Zeiten wird für die Hälfte diesen Jugend Hilfsbedürftigen in speziellen Einrichtungen betreut. Aber, all diese Einlaufstellen

---

financières. Plus de 50 000 personnes ont été infectées par le coronavirus. Parmi les patients les plus célèbres, le Premier Ministre Boris Johnson. Un reportage de B.P. »

<sup>1087</sup> « Les fournisseurs de service de streaming sont ravis de constater leur forte croissance, non seulement *Netflix*, mais aussi la nouvelle plateforme *Disney Plus*. [...] Le marché du cinéma a maintenant un adversaire influent supplémentaire. »

wurden ersatzlos gestrichen. Hilfe gibt es wenn dann nur noch am Telefon. J.A. traf eine betroffene Familie in Straßburg.<sup>1088</sup>

Un exemple tout aussi révélateur peut-être cité, prélevé dans l'édition du 06 avril 2020, au sujet de la situation des sans-abris et demandeurs d'asile :

Et puis il y a ceux qui n'ont pas de chez soi pour se confiner. Les demandeurs d'asile notamment. Leur situation est **d'autant plus difficile** que si la plupart des guichets en préfecture sont désormais fermés, faute de personnel, un personnel qui manque aussi dans les associations qui viennent en aide aux migrants, bref, certaines situations sont **particulièrement alarmantes**, comme celle, à Paris, de Tamara et sa fille, que H.F et A.F ont rencontrées.

Zu Hause bleiben: so lautet das Motto der Stunde. Doch was ist mit all diejenigen, die kein Dach über den Kopf haben, z.B. Obdachlose oder Asylbewerber, die ihrer Unterkünfte verlassen müssen? H.F hat in Paris eine Frau getroffen mit ihrer Tochter, der genau das passiert ist.

Les termes utilisés dans la présentation française, faisant état d'une situation préoccupante, ne sont pas employés dans la version allemande, qui demeure très neutre. Nous pouvons en effet la traduire littéralement ainsi :

Restez-chez-vous : Voici la devise du moment. Mais qu'en est-il de ceux qui n'ont pas de toit, par exemple les sans-abris, ou les demandeurs d'asile qui doivent quitter leurs hébergements ? H.F. a rencontré une femme à Paris, avec sa fille, à qui cela est arrivé.

Ainsi, certains lancements restent « conformes » aux tendances que nous avons pu relever dans les journaux nationaux, et confirment les théories propres à la communication interculturelle et le discours médiatisé. L'on a pourtant pu relever lors de notre semaine d'analyse de nombreux exemples montrant que les présentateurs français comme allemands s'influencent les uns et les autres, et ont donc tendance à parfois produire un discours « tierce » puisant finalement dans les méthodologies et les tonalités habituellement prêtées à l'autre. Les Français proposent un discours très européens, ligne éditoriale oblige, mais aussi bien plus factuel et neutre que ce que nous avons pu relever lors des analyses des éditions

---

<sup>1088</sup> « Un groupe qui souffre particulièrement des mesures sanitaires est celui des personnes handicapées, nous allons vous le montrer avec l'exemple de la France. Le pays compte environ 300 00 enfants handicapés. En temps normal, la moitié de ces jeunes est prise en charge dans des instituts spécialisés. Mais, tous ces lieux d'accueil ont été fermés, sans solution de remplacement. La seule aide possible est téléphonique. J.A. a rencontré une famille concernée à Strasbourg. »

nationales. Les Allemands quant à eux insèrent quelques notes rhétoriques que l'on prêterait plutôt aux Français. Ces derniers font appel aux sentiments lorsque les sujets s'y prêtent.

Die Welthandelsorganisation **befürchtet** einen Rückgang des Welthandels um bis zu 32%. In vielen Ländern **droht** eine Rezession.<sup>1089</sup>

Das Korona-Virus hat zahlreiche Metropolen in **Geisterstädte** verwandelt, dort wo weniger Wochen noch Menschenmann drängelten **herrscht Leere**.<sup>1090</sup>

L'on a en outre pu relever divers termes plutôt subjectifs, tel que « dramatisch » (dramatique) au sujet des migrants le 08 avril, « besonders dramatisch » (particulièrement dramatique) et « Verzweiflung, Angst und Trauer » (désespoir, peur et chagrin) le 10 avril.

Lors de nos interviews à Strasbourg, Birgit Gabriel mentionnait le fait que les équipes rédactionnelles binationales évoquaient cette convergence des pratiques, menant donc à la conception de contenus mêlant les genres, et l'existence d'une troisième voie, d'un élargissement des compétences.

Je me souviens d'un Allemand en particulier, qui m'a dit avoir beaucoup appris de ses collègues français qui ont une façon plus ludique, une approche et un ton plus proche des téléspectateurs que lorsque l'on raconte une histoire, ils sont plus dans les anecdotes, dans l'idée d'embellir les sujets, alors que les Allemands, c'est vraiment l'info pour l'info, c'est plus direct. C'est moins dans le *story telling* parce que les Allemands vont avoir peur de dériver, de ne pas aller droit au but. Mais le mélange des deux est assez bon, et des Allemands disent avoir beaucoup appris des Français pour rendre leurs sujets plus vivants, plus intéressants, et les Français disent qu'ils vont être plus prudents sur des informations presque hors sujet. Le mélange des deux fonctionne vraiment bien chez ARTE dans cette rédaction, cette rédaction est vraiment ancrée dans l'interculturel.<sup>1091</sup>

Le *produit* final qu'est le journal d'information fait réellement figure de produit médiatique interculturel. Si les présentateurs semblent aptes à adopter les méthodes des uns et des autres et constituent ainsi, dans le fond, un journal aux codes européens, notons que la forme prend elle aussi une dimension plus large que la dimension nationale.

---

<sup>1089</sup> Le 08 avril 2020. « L'organisation mondiale du commerce **craint** une baisse du commerce mondial jusqu'à 32%. De nombreux pays **sont menacés** par la récession. »

<sup>1090</sup> Édition du 06 avril 2020. « Le corona virus a transformé de nombreuses métropoles en **villes fantômes**, là où, il y avait foule quelques semaines auparavant ne règne que le **vide**. »

<sup>1091</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

Dès le générique d'introduction, la nature internationale du JT est mise au premier plan. Sur fond blanc défilent en noir des noms de villes avec les décalages des fuseaux horaires associés (UTC -4 :00 Toronto, UTC +00 :00 London), accompagnés d'une musique neutre, bien moins cérémonielle, voire alarmiste que celle du journal de TF1 par exemple. L'esthétique du journal mélange les genres français et allemands, est plus moderne qu'un *Tagesschau*, moins austère – selon les attentes des Français – qu'un *Heute*, mais plus sobre que les journaux nationaux français. Les présentateurs du JT d'ARTE incarnent bel et bien leur journal, ne sont pas des *sujets lisant* comme nous pouvons le retrouver sur l'ARD. Le mode de présentation se rapproche plutôt de celui des *Heute Journal*, avec une présentation debout, et non assise comme sur les journaux français, une position que nous avons analysée comme étant évocatrice d'un discours didactique, renforcé par les fonctions des présentateurs des *Heute*, en charge d'analyser quelques données en plateau. Nous n'avons jamais retrouvé ces fonctions chez les présentateurs d'ARTE, mais ces derniers conduisent tout de même leurs propres interviews en plateau, en duplex. Si nous n'avons relevé que peu de prise de parole externe lors des éditions d'ARTE analysées, un duplex a été organisé dans l'édition du 05 août 2020, suite aux violentes explosions sur le port de Beyrouth. D'un point de vue de l'organisation du plateau, ce duplex est similaire à ceux que nous avons pu voir dans les éditions allemandes de la ZDF. Les présentateurs, toujours debout, s'adressent directement à leur correspondant, avec lesquels ils entament un vrai dialogue, un échange. La régie propose quelques plans larges montrant la présentatrice face à l'écran sur le lequel apparaît son interlocutrice à Beyrouth, entrecoupés de plans « plein écran » de cette dernière. Dans la version française, les deux femmes échangent en Français, dans la version allemande, la présentatrice pose ses questions en allemand, la correspondante répond en Français, et est *voice-overisée*. Le plateau, constitué d'un grand bureau devant lequel se tiennent les présentateurs, et plusieurs écrans numériques, se rapproche plutôt de l'esthétique allemande. L'effet « vedette » que l'on prête aux présentateurs des journaux de TF1 et France 2 – effet dû en partie au fait que les présentateurs ne changent que très rarement, que le public est donc habitué à toujours retrouver la même personne, à la même heure, et pour une durée plus importante que sur les JT Allemands – semble évité par ARTE. Les deux équipes françaises et allemandes sont chacune constituées de cinq présentateurs, soit dix au total. Si les publics préférant le journal d'ARTE s'habituent eux aussi à retrouver ces sujets, leur rotation plus fréquente n'offre pas les mêmes facilités d'intégration dans la sphère personnelle de ses publics. Le site web de la chaîne s'assure en outre de tous les mettre en valeur équitablement et impartialement, avec une photographie les présentant tous les cinq côte-à-côte, et mettant en avant l'idée de groupe et non d'individu, de

la même manière que ce que nous avons pu observer sur le site de la ZDF, qui laisse apparaître ses présentateurs en binômes et non seuls. Si l'on peut décrire cette esthétique, ainsi que le discours produit, comme étant un mélange des formes françaises et allemandes, notons que la nature européenne de l'information demeure moins inhabituelle en Allemagne qu'en France. Le Journal d'ARTE dispose, en ce sens, d'un caractère plus inédit en France qu'en Allemagne, ce qui peut en partie expliquer les différences d'audience, le journal étant plus regardé en terres françaises qu'Outre-Rhin.

Pour en revenir au malentendus productifs, je trouve que le plus beau résultat est ARTE Journal : c'est un programme qui, de manière continue, en partant de très bas, a tout le temps augmenté son audience, et c'est une vraie réussite, on est désormais à presque 750 000 spectateurs côté français et 200 000 côté allemand. Le fait qu'il y en ait plus côté français est un signe, c'est vrai que l'audiovisuel public allemand contient des journaux d'informations qui sont un peu plus sobres dans leur forme et plus orientés sur l'international que leurs homologues français. ARTE Journal fait un peu moins figure d'exception en Allemagne qu'en France.<sup>1092</sup>

Concernant le discours employé par les présentateurs, si chacun s'exprime dans sa langue d'origine, ces derniers sont tenus d'insérer quelques mots dans la langue de l'*Autre*, et d'assumer ainsi la nature franco-allemande de la chaîne et du programme. Ainsi, en introduction l'on pourra relever divers mélanges : « Bonsoir, Guten Abend » (06 avril version Française) comme en conclusion, « Tschüss et très belle soirée » (06 avril version Allemande) « Soyez prudents, soyez patients, tschüss und bis Morgen » (09 avril version Française), « Bleiben Sie gesund, bonne soirée et à demain » (09 avril version Allemande). Le reste de l'édition n'est ensuite développé que dans la langue du pays dans lequel elle sera diffusée.

Cette véritable séparation des deux éditions nous a menée à une nouvelle réflexion au sujet de la nature interculturelle du journal. Celle-ci ne peut être remise en cause : la rédaction est binationale et bilingue, les traducteurs sont intégrés à cette rédaction, l'information est transculturelle, européenne, les marques propres au discours « national » de l'information sont estompées, l'esthétique globale du journal, bien qu'elle se rapproche plutôt des styles allemands, n'est en rien choquante ou trop éloignée des attentes françaises. Mais le fait que le journal soit tourné deux fois, qu'il existe deux versions distinctes, soulève une problématique majeure : celle de la capacité à produire un discours transnational de l'information vraiment *commun*, diffusable tel quel dans les deux pays concernés. Le 8 ½ comme le 7 ½ étaient

---

<sup>1092</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

diffusés simultanément, le premier parvenait à écarter la problématique linguistique en étant en format « tout image », l'autre proposait une rotation des versions d'une semaine à l'autre. La solution désormais adoptée par ARTE est la dissociation des versions, et nous avons d'ailleurs, dans chacune d'entre elle, pu relever des éléments incontestables d'ancrage dans leur paradigme national. Outre la langue, nombreuses sont les allusions propres à la culture et aux traditions du pays de réception, nous avons pu le constater lors de la semaine d'analyse marquée en outre par les mesures liées au confinement et à la crise sanitaire, mais aussi en plein période de Pâques, élément très peu cité dans la version française alors qu'il ponctuait les versions allemandes, pays dans lequel la dimension religieuse de l'évènement est bien plus importante qu'en France.

Ohne Zweifel dieses Ostern wird historisch.<sup>1093</sup>

Frohe Ostern trotz Corona.<sup>1094</sup>

Voilà ich wünsche Ihnen allen das beste mögliche Osterfest, merci und bis Morgen, à demain.<sup>1095</sup>

La comparaison des introductions de chacune des deux éditions du 06 avril est, à ce sujet, frappante :

Guten Abend, bonsoir à toutes et à tous [...] On va vous parler de la situation au Mexique où le gouvernement a mis du temps à prendre conscience de l'ampleur de l'épidémie, on évoquera la question des personnes migrantes en France souvent confinées dans des espaces collectifs, et puis on parlera de cet appel de l'ONU contre les violences faites aux femmes en cette période difficile. Mais d'abord, quelques nouvelles de l'évolution de l'épidémie avec la tendance à la baisse des décès liés au Covid-19 en France et en Espagne. En Italie, après un espoir la mortalité est repartie à la hausse, on voit tout ça avec K.K.

Ostern steht kurz vor der Tür und damit möglichst viele Bürgerinnen und Bürgern zu Hause bleiben will die Bundesregierung die Einreisebeschränkungen verschärfen. Praktisch jeder der aus dem Ausland nach Deutschland einreist soll zwei Wochen in

---

<sup>1093</sup> « Pâque sera sans aucun doute historique cette année. » Édition du 10 avril 2020.

<sup>1094</sup> « Joyeuses Pâques malgré le corona. » Édition du 10 avril 2020.

<sup>1095</sup> « Voilà je vous souhaite la meilleure fête de Pâques possible, merci à et à demain. » Édition du 11 avril 2020.



Quarantäne. Nach einer Lockerung der Corona Maßnahmen sieht das nicht aus. In Italien dagegen wird über Lockerungen diskutiert.<sup>1096</sup>

Dans cette introduction, non seulement la journaliste allemande engage son journal par l'évocation de Pâques, mais notons de surcroît que la présentation française montre plus d'attachement à la dimension européenne, là où la version allemande reste en Allemagne avant de lancer son sujet sur l'Italie. Chacune des deux versions doit pouvoir s'ancrer aisément dans son paradigme national, il est ainsi très rapidement question dans la version française de la situation des migrants en France. Dans cette édition, la présentatrice allemande introduit son journal sans passer par la présentation bilingue, à l'inverse de son homologue française.

Un autre exemple a pu être relevé dans l'édition du 05 août 2020, et le sujet consacré à l'explosion à Beyrouth. Dans la version française, la journaliste fait allusion à l'explosion d'AZF à Toulouse en 2001 pour lancer son sujet, pas la journaliste allemande. La présentatrice francophone utilise par ailleurs le terme de « contexte explosif » au Liban, un jeu de langue/ jeux de mots – de bon ou mauvais goût ? – à la française<sup>1097</sup> pour lequel nous n'avons trouvé aucun équivalent côté allemand. Dans cette même édition a été traité le cas Walter Lübke, homme politique allemand assassiné en 2019. Alors que la présentatrice française annonce un « retour en Europe », son homologue allemande précise, « Wir blicken nach Deutschland. »<sup>1098</sup> Le sujet est effectivement très allemand, à l'origine assez peu européen, très germano-allemand. Il semblerait cependant que le sujet soit tellement important en Allemagne que la rédaction d'ARTE aura choisi de le traiter. Mais comment le rendre européen, a minima accessible aux Français ? Alors que la journaliste allemande utilisera la dénomination « CDU Politiker » pour rappeler aux Allemands les fonctions de W. Lübke, la partie dédiée aux Français occulte le terme de « CDU » pour parler d'un « élu régional allemand » ou encore d'un « haut fonctionnaire ». Le titre annonçait les aveux de Stephan Ernst, auteur présumé du meurtre de ce défenseur de la cause des migrants en Allemagne, et surtout grand partisan de l'extrême droite allemande. Le reportage a clairement été conçu de sorte à conserver un angle européen, avec par exemple, l'évocation de la politique d'accueil

---

<sup>1096</sup> « Pâques approche, et pour que le plus grand nombre possible de citoyens et citoyennes reste chez eux, le Gouvernement Fédéral souhaite durcir les restrictions d'entrée sur le territoire allemand. Toutes les personnes entrant en Allemagne depuis l'étranger doivent être mises en quarantaine pendant deux semaines. Cela ne ressemble en rien à un assouplissement des mesures propres au Corona. En Italie cependant, la question de l'assouplissement est en cours de discussion. »

<sup>1097</sup> Typique de la tradition française et du Canard Enchaîné, que nous avons déjà évoquée page 493.

<sup>1098</sup> « On se tourne vers l'Allemagne. »

des migrants d'Angela Merkel, qui a eu une résonance en France, et sert finalement à introduire un sujet plus large, qui attisera la curiosité des Français comme des Allemands et permet à ARTE de se détacher de l'angle germano-allemand du sujet d'origine, celui de la radicalisation des jeunes. Le dossier suivant est effectivement dédié à la sortie du livre de la chercheuse Julia Ebner, *Radikalisierungsmaschinen*.<sup>1099</sup> La jeune femme a infiltré les réseaux en ligne de ces membres de partis d'extrême droite et islamistes pour comprendre leurs méthodes d'embrigadement. Finalement, en faisant d'un sujet à l'origine très ancré dans l'un des deux territoires seulement, un sujet d'introduction à une problématique plus large, qui touche l'Europe, et même le monde dans le cas présent, le journal d'ARTE parvient à respecter sa ligne éditoriale.

Si les reportages diffusés sont conçus de sorte à être très européens, et sont particulièrement analogues, outre l'adaptation linguistique, il semblerait qu'une grande liberté soit tout de même laissée à chacun des deux présentateurs, afin que le JT corresponde aux attentes de chacun des deux espaces de diffusion. L'ensemble du programme est conçu de sorte à posséder un fort taux de transférabilité, mais les lancements de journalistes en plateau permettent à chacune des deux éditions de conserver une partie de leurs codes culturels. Un programme tel que le journal d'information doit effectivement contenir une part de proximité avec ses publics, et c'est justement cette donnée qui permet de différencier – outre la langue – les deux JT. Dans l'édition du 04 août, alors que le journal proposait un sujet sur l'opération Irini concernant l'embargo sur les armes en Lybie et la mise en fonction d'une frégate allemande pour patrouiller et intercepter d'éventuelles armes clandestines dans cette région, la présentatrice allemande a introduit le sujet avec la question des réfugiés, pour pouvoir annoncer que le ministre président de Rhénanie du Nord-Westphalie, Armin Laschet, qui s'est déplacé dans un camp de réfugiés à Lesbos, a dû annuler la suite de sa visite vers la « Moria » jugée trop risquée par ses agents de sécurité après que des réfugiés se sont rassemblés pour scander « Free Moria ». Le sujet est évoqué en plateau, ne fait pas l'objet d'un reportage, seules quelques images défilent sur les écrans numériques derrière la journaliste allemande. En France, le sujet n'est pas abordé.

Parmi les différences relevées d'une version à l'autre, notons qu'en clôture de journal, les présentateurs français annoncent la suite de la programmation, ce qui n'est pas le cas en

---

<sup>1099</sup> Que l'on peut traduire par « machines à radicalisation ». L'ouvrage n'a à ce jour pas été traduit en langue française, mais en anglais, « Going Dark: The Secret Social Lives of Extremists », soit en français « Devenir obscur : la vie sociale secrète des extrémistes. »

Allemagne. À la suite de certains sujets, les Français proposent parfois de se rendre sur le site web de la chaîne pour en apprendre plus, ce fut le cas lors de l'édition du 04 août avec la question du *Black Lives Matter*, une promotion pour le site que nous n'avons relevé dans aucune des éditions allemandes que nous avons pu analyser.

Les versions françaises et allemandes du Journal d'Information ne sont donc pas strictement identiques, afin de pouvoir s'intégrer au mieux aux habitudes et aux attentes de leurs publics respectifs. C'est aussi la raison pour laquelle les deux versions ne sont pas diffusées simultanément mais avec une vingtaine de minutes d'écart. Les sujets sont les mêmes, leur hiérarchie est la même, et le Journal, dans sa globalité est construit et pensé par des équipes bilingues, et donc pour une double diffusion. En plongeant ses spectateurs dans les actualités européennes, dans un quotidien européen, ARTE Journal participe pleinement à la constitution de ce discours de promotion de l'interculturel que nous prêtons à la chaîne. Les langues s'y mélangent parfois dans la présentation, en introduction et en fermeture de journal en particulier, et les P.A.D. sont construits avec de nombreuses réactions et interviews de citoyens et de personnalités de toutes langues, adaptés en multilingue grâce à la technique du *voice-over*, qui octroie au format une forte identité européenne. Le journal ne *forme* pas à l'interculturel comme le fait *Karambolage*, avec pédagogie, mais habitue cependant ses publics – notamment les Français, plus habitués aux JT très nationaux – à penser plus large, à penser européen. L'analyse que nous avons pu mener lors de la phase de confinement en France montrait à quel point le JT d'ARTE se détache des grandes lignes des JT français, avec un fort accent européen, le traitement pointu de questions économiques, la question notamment des « Euro-Bonds », le fond d'aide Européen, qui n'a, à cette période, jamais été évoqué ni sur TF1, ni sur France 2, les chaînes mettant l'accent uniquement sur la gestion du confinement en France, les réactions des Français, divers portraits lors d'élan de solidarité etc.

La Centrale de Strasbourg dispose, nous l'avons vu, d'un rôle de coordination et de diffuseur, qu'elle dépasse cependant. Elle fait rayonner le franco-allemand et va au-delà de la simple mise en commun d'un stock de programmes distribués par l'ensemble des partenaires. La Centrale fait figure de lieu d'espace de confrontation des cultures professionnelles, et ce tant dans une dimension sociale, humaine, que dans la pratique, avec des tandems franco-allemands constitués au sein de la rédaction, notamment la rédaction de l'information. L'écriture d'un journal d'information et des sujets qui le composent n'est jamais entièrement neutre ; les sujets sont hiérarchisés, différents angles de traitement peuvent être proposés. Face à une Allemagne prônant la sobriété, la médiation par la pédagogie, la précision,

l'exhaustivité, le choix de sujets internationaux, s'oppose une France préférant des angles nationaux, un discours plus direct et esthétique de ses modérateurs, une information simple et concise ainsi qu'un ancrage dans le pathos et le social à l'aide reportages proches des citoyens. Et pourtant, le JT d'ARTE fait figure de vraie réussite dans le sens où la rédaction se montre capable de constituer des reportages tout à fait adaptés à ses deux publics, aux sujets européens, transférables, conçus avec un double regard, une confrontation saine des opinions et des pratiques journalistiques qui prouvent toute la richesse de la rencontre interculturelle, si cette dernière s'établit dans un environnement sain tel que nous avons pu le constater sur le terrain.

L'information [...] permet à des journalistes allemands et français de se confronter au quotidien sur des thèmes qui font appel à des réflexes qui peuvent être différents.<sup>1100</sup>

Les reportages conçus par la rédaction ne sont pas le résultat d'un collage, c'est-à-dire conçus pour certains par des Français, pour d'autres par des Allemands, puis traduits dans l'autre langue, mais bien pensés et rédigés dès le départ par des tandems, de sorte à dépasser l'angle national au profit de l'angle européen. La transculturalité du JT tient de ses équipes franco-allemandes, bilingues, très compétentes dans l'interculturel. Les cultures professionnelles s'y rencontrent, s'y entrecroisent parfois, mais ce sont justement ces malentendus qui sont à l'origine d'un tel aboutissement. Les concepteurs d'ARTE, en faisant le choix de traiter l'information, se sont confrontés à cette problématique complexe à résoudre de rencontre de ce que nous baptisons les *styles de communication médiatisée*. Les journaux nationaux abordent des thématiques parfois très nationales, voire même régionales, des actualités sportives, des faits divers qui n'ont pas leur place dans un journal dont la ligne éditoriale serait l'ouverture sur l'*Autre*, la compréhension de l'*Autre*, le rapprochement des peuples, le regard croisé sur les actualités. Ces actualités nationales et régionales sont pourtant très représentatives des attentes des publics – Français en particulier.

### *Quelques aperçus en guise de conclusion intermédiaire*

La présente analyse permet de conclure qu'il existe bien une convergence des pratiques, un mélange des genres et des cultures professionnelles pour pouvoir proposer un programme d'information commune, mais met aussi en exergue la difficulté, voire l'incapacité de la chaîne à proposer un programme d'information commun sur son antenne linéaire. La

---

<sup>1100</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

rédaction a aujourd'hui opté pour deux versions, en divisant la réception, un recul selon l'auteure concernant cette chaîne sensée diffuser en simultané dans les deux pays. Est-il donc impossible de lutter contre les habitudes télévisuelles des publics ? À l'heure où le numérique offre une grande liberté de consommation, n'est-il pas temps pour ARTE de proposer à nouveau un programme vraiment commun d'information ? Un format pourrait-il être pensé de sorte à ne proposer qu'une unique version ? Nous l'avons vu, et montré, les reportages diffusés sont totalement transférables tels quels, mélangent suffisamment les genres et les esthétiques pour convenir à un public européen. La vraie problématique se pose surtout du côté de la présentation, et de l'heure de diffusion. Concernant la présentation dans un premier temps, ne serait-il pas bienvenue d'associer les présentateurs français et allemands en binômes, tel que le proposait l'émission *Confetti* avec Annette Gerlach et Alex Taylor ? Le *voice-over* étant très lourd, la double modération franco-allemande est complexe à mettre en place, et ARTE « ne veut plus nécessairement afficher trop ostensiblement un côté franco-allemand à l'antenne ».<sup>1101</sup> Pourtant, en proposant une double modération franco-allemande, le JT d'ARTE contribuerait au rayonnement européen, et la chaîne pourrait faire appel à des personnalités suffisamment compétentes dans les deux langues pour parvenir à rédiger des lancements « franco-allemands », en s'auto-traduisant par exemple. Pour éviter toute lourdeur, le temps de parole plateau devrait alors être largement réduit, ce qui mettrait de surcroît les reportages en valeur, des reportages qui, eux, sont tout à fait représentatifs de la nature européenne de la chaîne. Un tel format se rapprocherait donc à la fois du « tout-image » qu'était le 8 1/2, mais aussi de l'émission *Chic* et du 7 1/2, qui habitaient les publics à la langue de l'*Autre* et faisaient ainsi figure de grands promoteurs de l'Europe et de l'interculturel. Concernant l'heure de diffusion, le fait de proposer chacune des deux versions aux heures adaptées à chacun des deux espaces de diffusion est tout à fait logique du point de vue pragmatique des audiences. Mais en décalant la diffusion, ARTE se frotte à une problématique majeure, celle de la dissociation de la programmation, d'un décrochage, qui force ensuite les programmeurs à trouver de quoi resynchroniser les programmes et éviter de devenir deux chaînes et non une seule. En parvenant à diffuser un JT à la même heure, et non avec vingt-cinq minutes d'intervalle, en créant donc une vraie grille commune, les responsables de la chaîne enverraient un vrai signal de rapprochement des peuples, feraient rayonner toute la force de leur discours interculturel télévisuel. Et pourtant, nous y reviendrons dans notre partie consacrée aux perspectives critiques et aux conclusions, la

---

<sup>1101</sup> Nicolas Becker, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

chaîne décroche de plus en plus fréquemment, et propose même des contenus qui semblent peu convenir à l'*Autre*. Nous avons pu le constater lors de nos phases d'observations analytiques, le JT d'ARTE s'ancre non seulement dans un espace européen, une nature qu'il porte avec fierté, mais aussi dans les actualités culturelles européennes. Il est, en tant que produit, et excepté sa double diffusion désynchronisée, parfaitement représentatif des missions de la chaîne. Chacune des éditions que nous avons pu retenir pour analyse comportait un sujet de clôture culturel, scientifique le week-end. Puisqu'il semble impossible de convenir d'une heure de diffusion commune sur l'antenne linéaire, pourquoi ne pas proposer un format court d'actualités culturelles européennes en lien avec les informations traitées, d'une quinzaine de minutes, afin de rééquilibrer très rapidement les diffusions françaises et allemandes ? Puisque les publics Allemands attendent l'information à 19h20, les publics Français à 19h45, il serait alors possible d'inverser la diffusion de ce programme d'actualités culturelles et l'information, pour clore le journal côté allemand, l'ouvrir côté français, et tenter de n'être qu'une seule et unique chaîne. À l'heure actuelle, le format utilisé pour rééquilibrer la diffusion est le *28 Minutes*, format évoqué dans notre partie critique.

## Chapitre III : Perspectives critiques, bilan et conclusions.

### 1) Une programmation linéaire véritablement interculturelle ?

#### a) Analyse ciblée : Quelques exemples supplémentaires et complémentaires.

*Karambolage* et le Journal d'Information ont toujours été mentionnés par nos interlocuteurs lorsque nous leur demandions de citer les émissions les plus représentatives de l'interculturel télévisuel, notamment parce qu'elles disposent toutes deux d'une rédaction commune, bilingue et biculturelle. C'est une des raisons pour lesquelles nous avons choisi de faire figurer ces deux programmes dans notre corpus d'analyse ciblée. Nous avons ainsi pu montrer qu'ARTE participe bien à la promotion ainsi qu'à la formation de l'interculturalité et de l'Europe, qu'il existe au sein de la chaîne une convergence des cultures professionnelles et des esthétiques menant à la conception de programmes hybrides se détachant des conventions nationales de la télévision, sans pour autant être indigestes ou trop surprenants pour l'un des deux publics. Les méthodologies et les écritures sont pourtant très variées d'un programme à l'autre, entre le ludique, l'ironie, et l'animé d'une part, et les contenus d'actualité sérieux, européens et documentés d'autre part avec le journal d'information. La présentation en plateau du journal d'information, ainsi que la question de sa double diffusion, en langue allemande, par un.e journaliste allemand.e en Allemagne, en langue française, par un.e journaliste français.e en France, et ce à des horaires différents, nous ont menées à nous interroger sur les difficultés de la chaîne à mettre en place une vraie programmation interculturelle, homogène, ainsi que sur les solutions adoptées par ladite chaîne pour y remédier.

Bien d'autres formats actuellement à l'antenne s'avèrent être tout à fait représentatifs d'une forme d'interculturalité. Nous ne les soumettrons pas à une analyse aussi développée que les deux formats précédents, mais souhaitons les traiter en guise d'introduction à nos bilans et perspectives, puisqu'ils nous ont permis de développer quelques axes de réflexion, sans porter le moindre jugement critique sur les contenus en eux-mêmes, mais plutôt sur leur *taux d'interculturalité*, leur *pertinence* sur une chaîne telle qu'ARTE, et ce dans le but de mettre en lumière les multiples formes que peut prendre un *contenu interculturel*.

*Brut*, le format d'information créé par Claire Doutriaux et Paul Ouazan en 1996, « sorte d'alternative à un journal télévisé »<sup>1102</sup> témoigne de la force des images, finalement aussi importante que la narration directe, des images qui appartiennent elles aussi au discours si particulier qu'est celui de la télévision. En proposant un programme muet, uniquement fondé sur le découpage de séquences d'actualité, les responsables de la chaîne montraient à quel point il est complexe, pour une télévision à réception supranationale, de monter une émission comprenant une présentation physique, incarnée. *Brut* fut un réel enjeu expérimental, et la difficulté résidait par ailleurs en la *qualité d'interpénétration* des contenus des deux côtés de la réception. Les séquences, généralement courtes, se devaient d'être universelles. Après avoir souffert d'un taux faible d'audience, l'émission subsistait finalement pendant près de quatre ans. *Brut* incarne les *qualités d'expérimentation* de la chaîne à travers cet assemblage de contenus, entre le documentaire et l'information, et qui parvenait à inverser cette hiérarchie préétablie entre images et commentaires en mettant cette fois l'image au premier plan plutôt que comme outil d'illustration d'un commentaire pré-écrit. ARTE remettait en cause tout un esthétisme télévisuel, et plutôt que de s'inspirer d'esthétiques connues, déjà testées en télévision, la chaîne créait un programme alors inédit, découlant directement des problématiques et enjeux de l'interculturalité.

La mise en place et la création d'émissions de plateau semblent compter parmi les grandes difficultés de la chaîne culturelle européenne. Nous l'avons vu, la langue, les styles de communication, le rapport à l'humour divergent, et le *voice-over*, technique d'adaptation qui superpose la traduction et la voix d'origine, demeure une solution assez lourde en télévision, pendant que la technique du sous-titrage se développe de plus en plus dans les usages des citoyens qui consomment désormais plutôt sur les plateformes web, et souhaitent pouvoir accéder à leur programmes sans nécessairement l'écouter, pendant qu'ils sont en déplacement ou en communauté. Et pourtant, avec *Confetti*, lancée en septembre 1994, ARTE s'essayait à l'émission de plateau, qui disposait de surcroît d'une double modération franco-allemande, menée par Annette Gerlach et Alex Tylor, deux figures de l'interculturel médiatisées, particulièrement compétentes dans l'exercice.

---

<sup>1102</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.



‘Confetti’ peut promouvoir l’intégration européenne en montrant aux gens que l’Europe n’est pas uniquement des histoires d’institutions et de bureaucratie de Bruxelles, mais qu’elle est aussi une histoire de gens.<sup>1103</sup>

Le discours de promotion d’ARTE n’est en effet pas un discours institutionnel, et l’on retrouve grâce à cette citation issue de l’ouvrage d’Oliver Hahn toute l’importance accordée par les responsables de la chaîne à la culture dans son ensemble le plus large, comprenant les modes de vie et les sociétés. Avec *Confetti*, Annette Gerlach et Alex Tylor parvenaient à mettre en place une double modération légère, ludique, et à respirer la sympathie, afin que l’Europe, elle aussi, respire cette sympathie. Sur le plateau se mélangeaient les langues dans une sorte de traduction simultanée orchestrée par les deux modérateurs.

Erstens besteht [die Moderation, ajout. D.C] aus einem gemeinsamen zweistimmigen, deutsch-französisch gemischten Plateau von Alex Tylor und mir, etwa Guten Abend/ Bonsoir, je suis ravi/ich freue mich wirklich, que vous êtes avec nous ce soir/ daß Sie heute Abend ‚Confetti‘ schauen. Das ist der Alltag der Zweisprachigkeit, der so im Fernsehen einfach noch nie gewesen ist.<sup>1104</sup>

L’émission a ainsi été conçue de sorte qu’aucun *voice-over*, aucun sous-titrage ne soit nécessaire lors de la présentation en plateau. Notons que le format se prêtait à cet entrelacement léger des langues, puisque les sujets abordés n’étaient pas des sujets sérieux, voire graves, d’actualité, mais bien des reportages au sujet du quotidien des gens, de leurs traditions, leurs façons de vivre en Europe. Dans son interview datant de 1995, dont le compte rendu figure dans les travaux d’Oliver Hahn, Annette Gerlach évoque par ailleurs un aspect très théâtral rendu possible par le contenu de l’émission, qui favorisait la compréhension lors de ce jeu de combinaisons linguistiques.<sup>1105</sup>

Tout en s’intéressant de près à la vie, au quotidien des citoyens européens, *Confetti* visait à montrer qu’il peut être simple de passer d’une langue à l’autre, de se faire comprendre malgré la « barrière » de la langue, qui peut finalement être plus un jeu qu’un obstacle, et faisait ainsi une promotion certaine de l’interculturel, de la rencontre des cultures. Les deux modérateurs

---

<sup>1103</sup> Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. München: Verlag Reinhard Fischer, 1997, page 389

<sup>1104</sup> Hahn, Oliver. Idem, page 391

« Tout d’abord [la modération] se fonde sur un mélange franco-allemand en plateau communément mené par Alex Tylor et moi-même : Guten Abend/Bonsoir, je suis ravi/ich freue mich wirklich, que vous soyez avec nous ce soir/daß Sie heute Abend ‚Confetti‘ schauen. C’est le quotidien du bilinguisme, qui n’a tout simplement jamais été aussi présent en télévision. »

<sup>1105</sup> Hahn, Oliver. Idem, page 391, « Dabei sind Alex Tylor und ich auch sehr schauspielerisch, sprechen dazu mit Händen und Füßen“ / „Alex Tylor et moi jouons aussi les acteurs, nous parlons avec nos mains et nos pieds“

parvenaient en outre à apporter quelques touches d'humour, dont les codes sont pourtant très ancrés dans des paradigmes nationaux et non internationaux.

On a tout fait...pour la présentation des spectacles, quand on a commencé à faire la présentation de grands événements incarnés par quelqu'un – très souvent c'était moi – je présentais en bilingue ainsi : « Guten Abend, Bonsoir, aujourd'hui au programme, im Programm heute die Zauberflöte la flûte enchantée de, von Mozart ! » On a essayé toute sorte de bi-programmations. Le journal aussi a été co-présenté en franco-allemand pendant longtemps. On a essayé tous les formats de ce côté-là, mais c'est toujours – et c'est horrible à dire – compliqué pour les téléspectateurs.<sup>1106</sup>

Afin de rendre compte au mieux de cette problématique de la présentation en plateau, toujours d'actualité concernant ARTE, nous nous sommes intéressée à l'ensemble des formats conçus par ou pour la chaîne comprenant une modération. En proposant deux versions linguistiques du journal d'information, ARTE a adopté une solution particulièrement efficace certes, mais qui nécessite deux tournages, deux montages. Une solution coûteuse donc, et chronophage. Comment sont adaptés les autres programmes de la chaîne disposant d'une modération directe ? Respectent-ils réellement les lignes éditoriales de la chaîne et ses missions spécifiques ? Font-ils réellement la promotion de l'interculturel et du rapprochement des peuples ?

### ***X : enius, la science au profit de l'interculturel télévisuel.***

*Xenius*, le magazine dédié aux sciences, au format court de 26 minutes, à destination d'un public familial, a été le premier à retenir notre attention, ce dernier étant, concernant la partie française, entièrement *voice-overisé*. L'émission, conçue par le pôle allemand de la chaîne, est co-présentée. À l'antenne depuis 2008, le format a été conçu afin de fidéliser un public plus jeune, sans pour autant affecter les habitués déjà présents sur la chaîne. Si elle se déroule en langue allemande uniquement, cette dernière présente toujours un binôme franco-allemand. Trois couples animent l'émission en alternance, Pierre Girard et Dörthe Eickelberg, Emilie Langlade et Adrian Pflug, Caroline du Bled et Gunnar Mergner. Le Français de chaque couple s'exprime en allemand.

C'est une des seules émissions qui est doublement présentée en effet, et ça a été un parti pris sur cette émission en particulier. Je dirais déjà que ce n'est pas simple à transposer sur d'autres formats, car il est plus compliqué d'avoir deux présentateurs. Le format *road*

---

<sup>1106</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

*movie* de *Xenius*, où chacun est sur son terrain, le permet, et c'est naturellement devenu la marque de cette émission.<sup>1107</sup>

Ses audiences sont pourtant – en plus d'être très stables – meilleures en France qu'en Allemagne.<sup>1108</sup> Alors que l'on prête au *voice-over* lourdeur et distance avec le public, il semblerait que cela ne gêne en rien le public français. Plusieurs raisons peuvent expliquer ce phénomène. Notons tout d'abord que le contenu, scientifique, se prête bien mieux au *voice-over* que d'autres programmes, d'actualité ou d'information par exemple. La nature vulgarisatrice du programme l'aide à supporter cette forme. Le taux plus faible d'audience en Allemagne est tout à fait rationnel, ARTE étant globalement moins regardée en Allemagne qu'en France d'une part, et le paysage audiovisuel allemand contenant en outre plus de formats scientifiques et familiaux qu'en France. En Allemagne effectivement, chaque chaîne dispose de son format scientifique, et ce *genre* couvre finalement plus d'aspects, de concepts et de rubriques – en traitant de tous les types de savoirs, des connaissances, avec des questions sociétales, historiques, économiques, littéraires ou psychologiques – que les émissions dites « scientifiques » en France, ces dernières traitant surtout des sciences communément appelées sciences « dures » qui recouvrent les mathématiques et autres sciences *formelles*, ainsi que les sciences de la nature. Les sciences humaines et sociales sont plus aisément traitées par la partie allemande, et ce même en télévision. Un système que l'on retrouve par ailleurs dans les cursus universitaires, les jeunes Allemands étant bien plus habitués aux appellations « sciences » / « *Wissenschaft* » dans les dénominations de leurs spécialités, *Rechtswissenschaft* en droit, *Sportwissenschaft* en sport, *Sozialwissenschaft* concernant le social, *Theaterwissenschaft* en théâtre, *Wirtschaftswissenschaft* en économie, *Medienwissenschaft* concernant les médias...

L'avantage des sujets scientifiques et de connaissances c'est qu'ils sont très facilement universels. L'émission est tournée dans différents pays, mais à titre d'exemple, l'expérience que vous allez faire dans une ferme allemande n'est pas si différente de celle que vous allez faire dans une ferme française. C'est quelque chose de plus compliqué si vous voulez le faire le domaine culturel ou dans le contact avec des artistes. C'est une question aussi de place laissée à la parole et de place laissée aux images, dans les

---

<sup>1107</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>1108</sup> 1,1% en Allemagne, contre 2,5% en France au moment de notre interview avec l'une des responsables de l'audience, dans le courant de l'année 2019.

entretiens ou dans les témoignages, qui sont versés par rapport à l'explication scientifique. C'est plus simple dans la connaissance.<sup>1109</sup>

Ce qui est intéressant à souligner, c'est que beaucoup prétendent que le *voice-over* peut constituer une gêne. À ma connaissance, aucune étude ne l'atteste. D'ailleurs *Xenius* est le contre-exemple parfait : c'est une émission entièrement en allemand et donc *voice-overisée* pour l'Hexagone, et elle fonctionne mieux en France qu'en Allemagne. Donc le message est clair pour moi : c'est une question de contenu. La forme est importante, mais le *voice-over* joue un rôle secondaire.<sup>1110</sup>

*Xenius* a été pensée pour être présentée par des binômes, afin de dynamiser l'émission, de les mettre en scène dans une forme de dialogue, et pour répondre à une question qui constitue l'unique thématique de chaque numéro. Les présentateurs adoptent un ton léger, ludique, parfois teinté d'humour, prennent les téléspectateurs « par la main », et les accompagnent dans leurs rencontres, lors d'expériences ou autres activités participatives. Les lignes éditoriales indiquent que l'émission doit être en mesure de susciter la curiosité tant des Allemands que des Français. Les présentateurs s'expriment face à la caméra, mais pas les autres intervenants, qui, eux, sont filmés pendant leurs activités, leurs expériences, ou leurs réponses aux présentateurs. Seuls les modérateurs s'adressent donc directement aux publics. Concernant le discours de promotion de l'émission, celui-ci est autant palpable dans la version allemande que française. Les publics germanophones entendent le léger accent de chacun des modérateurs d'origine française. Ces derniers peuvent donc aisément réaliser qu'il s'agit d'un format franco-allemand, d'autant plus que les modérateurs prennent soin de toujours introduire et conclure leurs éditions par une très courte parenthèse franco-allemande, « Salut, herzlich willkommen », « salut, à la prochaine ». Ces quelques inclusions ne sont ni *voice-overisées*, ni sous-titrées pour la partie allemande. D'autres touches de français ont pu être relevées lors de notre phase d'observation, un furtif « attention » du Français Pierre Girard lorsque sa collègue rate une marche, ou encore une injure alors qu'il ne parvient que difficilement à réaliser une manipulation que l'un des protagonistes externe lui propose. Caroline du Bled quant à elle lance un grand « et c'est parti ! » en prenant le large en bateau dans une autre édition. Au sujet de l'adaptation française, ce jeu de langues n'est pas perceptible, puisque l'émission est totalement *voice-overisée*, et ce même lorsque l'un des modérateur prononce quelques mots de français, pour des questions d'harmonisation de la bande sonore. La teneur en interculturalité pour la partie française se fonde uniquement sur le

---

<sup>1109</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>1110</sup> Nicolas Becker, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

fait qu'il s'agit d'une émission allemande, les spectateurs non avertis ne saisiront pas que l'un des présentateurs est en réalité français. Seules les interviews des protagonistes francophones sont diffusées telles qu'elles, et à l'inverse *voice-oversisée* Outre-Rhin. Concernant la narration, celle-ci est pensée de sorte à toujours d'adresser aux deux publics, on relèvera à titre d'exemple dans l'émission « Urlaub trotz Corona, Neue Chance entdecken<sup>1111</sup> » :

[...] sie lieben fern reisen, wie jede vierte Urlauber in Deutschland und in Frankreich. <sup>1112</sup>

En analysant ce format spécifique, nous nous sommes alors demandé si ce format ludique, proche des publics, qui, en plus de donner à voir une rencontre biculturelle – bien que cela soit surtout palpable pour la partie allemande – produit des contenus facilement transférables hors de leur frontière de production, qui est l'Allemagne concernant *Xenius* précisément. Il s'agit à l'heure actuelle de l'unique émission modérée par un binôme, s'exprimant certes uniquement en allemand, mais bel et bien mixte, franco-allemande, et s'assurant comme telle.

Nous avons ainsi procédé à l'étude de l'ensemble des émissions actuellement en ligne ou à l'antenne disposant d'une modération, afin d'établir une liste des méthodologies narratives de la chaîne, et de mieux saisir les grandes caractéristiques de son discours. Existe-t-il encore aujourd'hui un discours « franco-allemand » dans la programmation de la chaîne ? L'émission *Reportages*, qui dispose elle aussi d'un modèle de présentation franco-allemand, permet en partie de répondre à la question.

### ***Reportages ou l'alternance franco-allemande.***

Le regard d'ARTE Reportage reste résolument franco-allemand. L'équipe est constituée de journalistes issus des deux côtés du Rhin et l'appel à des contributions extérieures se fait dans les deux pays. [...]

Ce double regard, au-delà de la symbolique artésienne, permet d'éviter des traitements franco-français ou germano-allemands, trop souvent observés sur les chaînes nationales, dans les deux pays.<sup>1113</sup>

Contrairement à *Xenius* qui propose une vraie rencontre mise en scène à l'écran, la modération de *Reportages* se fonde sur l'alternance, et peut donc être tantôt présentée par le journaliste français William Irigoyen, tantôt par la journaliste allemande Andrea Fies. Le

---

<sup>1111</sup> « Des vacances malgré le Coronavirus, découvrir de nouvelles opportunités. »

<sup>1112</sup> « Ils aiment voyager loin, comme un quart de chaque vacancier en Allemagne comme en France. »

<sup>1113</sup> Lignes éditoriales 2019.

regard, la nature franco-allemande du programme est ainsi assurée par cette rotation, mais notons que chacun des deux présentateurs ne s'exprime que dans sa langue d'origine. La présentation est alors *voice-overisée* pour l'autre partie. Pour un téléspectateur fidèle, le programme sera ainsi parfois très marqué, dans sa version linguistique, par son essence européenne, franco-allemande, parfois moins, puisque présenté dans sa langue maternelle, et non en *voice-over*. Chacun des deux présentateurs est tenu d'insérer quelques petites touches de l'autre langue. Selon le même modèle que *Xenius* nous avons pu relever quelques « *Willkommen, bienvenue* » concernant les introductions françaises, et « *à très bientôt* » dans les conclusions de la journaliste allemande. Alors que le *voice-over*, pourtant redouté par de nombreuses chaînes, est ici encore la technique d'adaptation multilingue choisie, il est utilisé avec parcimonie, le temps de parole accordé à la présentation étant moindre, le reste de l'émission de 52 minutes étant composé de reportages dont la version linguistique se construit à l'aide d'une voix de commentaire, entièrement dans la langue de diffusion, avec un *voice-over* uniquement dans le cas où des sujets interviewés ne s'exprimeraient pas dans ladite langue de diffusion, ces derniers pouvant être de toutes nationalités. Le raccourcissement du temps de plateau est décrit par les lignes éditoriales de la chaîne comme étant une solution à la problématique linguistique.

Une présentation minimale pour éviter la lourdeur du bilinguisme, mais suffisante pour replacer les reportages dans leur contexte.<sup>1114</sup>

La chaîne, pourtant profondément européenne, promotrice de l'interculturel, évoque donc ses inquiétudes au sujet du bilinguisme de ses programmes. Si la diminution du temps de plateau facilite le transfert de données à l'international, il nous semble cependant regrettable qu'une chaîne aussi symbolique qu'est ARTE au sujet du rapprochement culturel franco-allemand et européen puisse faire le choix d'éviter une rencontre des langues assumée et vécue en plateau. D'autres émissions présentées renforcent cette théorie de l'évitement, avec notamment *Invitation au Voyage/ Stadt Land Kunst*. Bien que l'émission fonctionne bien en Allemagne<sup>1115</sup>, et qu'elle corresponde tout à fait aux lignes éditoriales et aux missions historiques de la chaîne en proposant un voyage à la fois patrimonial, urbain ou rural, à la rencontres d'artistes contemporains ou non, et ce à travers l'Europe et le monde, elle est présentée par une modératrice française uniquement, seule en plateau. Dans ce cas précis,

---

<sup>1114</sup> Lignes éditoriales 2019.

<sup>1115</sup> « Il y a aussi les magazines comme *Invitation au Voyage*, qui n'ont été lancés que par la partie française, qui marchent très bien en Allemagne. Je crois que l'on serait incapable de dire, dans les magazines, ce qui vient de la partie française ou allemande. » Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

bien que sa présence ait surtout été pensée dans le but de lancer des sujets de reportages, son temps de plateau est relativement conséquent, avec un sommaire, puis un retour plateau entre chaque sujet, et une conclusion. Conformément à ses obligations, Linda Lorin, la journaliste présentatrice parsème son discours de quelques termes allemands connus de tous les Français, afin de l'ancrer dans une dimension franco-allemande. Outre-Rhin, la diffusion est adaptée en *voice-over*.

***Le Dessous des Cartes / Mit offenen Karten : Entre interculturel et déséquilibre de transfert.***

*Le Dessous des Cartes / Mit offenen Karten*, une émission emblématique de la chaîne puisqu'à l'antenne depuis ses premières années de diffusion alors qu'elle était encore La Sept, dispose elle aussi d'une modération « classique », tenue par une Française, ne s'exprimant qu'en français. Sa présence en plateau n'est pas particulièrement diminuée pour une émission de ce format, pédagogique, analytique de 12 minutes. Dans la version allemande, la *narration pédagogique* est conservée, seules les explications en plateau de la présentatrice Emilie Aubry sont *voice-overisées* dans la version allemande. Concernant les nombreuses infographies et les « synthés », inhérents au format de l'émission qui s'appuie presque uniquement sur des cartes interactives, ces derniers sont, contrairement à l'ensemble du reste des diffusions d'ARTE, que ce soient les émissions, les bandes-annonces ou les *coming-next*, uniquement en français pour la partie française, en allemand pour la partie allemande. Habituellement, l'affichage est doublé, ou diffusé en alternance. Si l'on peut en conclure que les concepteurs de l'émission sont ainsi capables de produire une émission correspondant aussi bien aux attentes des publics français qu'allemands, ce qui atteste de fortes capacités interculturelles, notons cependant que l'émission n'est alors que de nature franco-française – dans la forme et l'esthétique que prend son discours, non pas dans le fond ou le thème, qui, lui est toujours très européen. Concernant la partie allemande, le *voice-over* de la présentation l'ancre bien dans une nature interculturelle plus palpable, mais les sujets, et les explications en voix de commentaire, accompagnées d'infographies en allemand uniquement effacent ensuite toute trace d'une collaboration franco-allemande. L'adaptation en langue allemande est particulièrement fidèle : le discours est le même, mais ne semble ne pas se fonder sur l'apostrophe en Allemagne, contrairement à la France : « regardez à présent l'une de ces plus grandes aires marines protégées, elle se trouve dans le Nord-Ouest d'Hawaï. » (*Le Dessous des Cartes – Sauver les océans*, 2017) deviendra en langue allemande un très neutre « Das größte

Meeresschutzgebiet liegt im Nord-Westen von Hawaiï »<sup>1116</sup>. Le discours pédagogique est cependant conservé, « Sur cette carte, vous voyez en bleu foncé » ... « Auf dieser Karte **sieht man** im Dunkelblau... »<sup>1117</sup> Dans son introduction, la présentatrice s'adresse ainsi plusieurs fois de manière très directe à ses publics, ce qui n'est pas le cas dans la version allemande. Le personnel en charge du multilingue parvient ainsi, tout en respectant un certain *timing* obligatoire, à produire un discours répondant aux attentes et habitudes de ses publics germanophones.

Willkommen zu neuer Ausgabe von *Mit Offenen Karten*. Unser heutiges Foto stammt von Meeresgrund von der australischen Küste. [...] Auf einem zweiten Foto, sehen wir eine sogenannte „korallen Bleiche“, die durch die Erwärmung und Versauerung des Wassers hervorgerufen wird. Davon ist das gesamte Ökosystem betroffen. Man kann den Wert der Ozeane, die zwei Drittel der Erdoberfläche bedecken nicht zu oft betonen. Denn bekanntlich sind sie durch Verschmutzung durch den Klimawandel und durch Überfischung bedroht. Aber noch sind sie zu retten. Es gibt durchaus Lösungen. Mit einer davon wollen wir uns heute beschäftigen: Den Meeresschutzgebieten.<sup>1118</sup>

L'on constate que la narration pédagogique est particulièrement développée, ainsi qu'un discours permettant aux téléspectateurs d'être pris par la main, tout comme nous avons pu le constater lors de la phase d'observation de *Xenius*. Les nombreuses apostrophes demeurent cependant réservées à la partie française.

Ravie de vous retrouver pour ce nouveau numéro du *Dessous des Cartes*, notre photo de la semaine nous emmène dans les fonds marins australiens [...] Sur la deuxième photo on voit ce que l'on appelle un épisode de blanchissement des coraux, provoqué par le réchauffement de l'eau et par son acidification. C'est alors **vous voyez** tout un écosystème qui s'appauvrit. On ne dira jamais assez que les océans et les mers qui recouvrent les deux tiers de notre planète sont un bien précieux... Alors aujourd'hui on le sait les océans sont gravement menacés, par la pollution, par le réchauffement climatique, par la surpêche. Mais il n'est pas encore trop tard, **vous allez le voir**, pour les protéger.

---

<sup>1116</sup> La plus grande réserve marine est située au nord-ouest d'Hawaiï.

<sup>1117</sup> En bleu foncé, l'on voit sur cette carte....

<sup>1118</sup> « Bienvenue dans cette nouvelle édition du *Dessous des Cartes*. Notre photo du jour provient des fonds marins de la côte australienne. [...] Sur une deuxième photo, nous voyons ce que l'on appelle « blanchiment de corail », qui est causé par le réchauffement et l'acidification de l'eau. Cela affecte l'ensemble de l'écosystème. On ne dira jamais assez que les océans, qui recouvrent un tiers de la surface terrestre, sont un bien précieux. Il est bien connu qu'ils sont menacés par la pollution, le réchauffement climatique, la surpêche. Mais il existe des solutions. Nous souhaitons nous pencher aujourd'hui sur l'une d'entre elles, les zones marines protégées. »



Des solutions existent, et *Le Dessous des Cartes* s'intéresse aujourd'hui à l'une d'entre elles, les aires marines protégées.

Si, visuellement, le format présente toutes les caractéristiques de l'interculturel télévisuel et dispose d'un fort potentiel de transférabilité, notons cependant que la dernière rubrique, « Pour aller plus loin », qui prodigue quelques conseils de lecture concernant le sujet abordé, ne s'adresse pas toujours à la partie germanophone, plus précisément non francophone, en ne proposant qu'un seul ouvrage, en langue française. Parmi les autres éditions que nous avons pu observer, certaines proposaient tout de même une bibliographie comportant des ouvrages en anglais.

### ***Vox Pop : l'Europe sous un angle franco-français ?***

*Vox Pop* est l'un des formats les plus européens de nature, et se construit finalement selon le même principe que les deux programmes décrits ci-dessus. Sa présentation, assurée par la française Nora Hamadi, journaliste spécialiste des questions européennes, contient une introduction faisant office de sommaire. Le temps de parole de la modératrice est plutôt conséquent, et, outre les lancements de sujets, cette dernière est en charge de mener une interview « sur le terrain », dans un pays européen concerné par le sujet ou permettant de rencontrer un spécialiste de la question de l'édition. À l'instar de la majorité des émissions d'ARTE – exempté *Le Dessous des Cartes* – l'ensemble des « synthés » est lisible en franco-allemand. En analysant quelques-unes des émissions disponibles sur le *replay* de la chaîne, nous avons pu constater que les interviews européennes de Nora Hamadi faisant intervenir des protagonistes de langue allemande<sup>1119</sup> sont menées en franco-allemand : la présentatrice pose ses questions en français, les germanophones répondent en langue allemande. Ainsi, la version française comprend un *voice-over* dès que le germanophone s'exprime dans la version originale, les questions de Nora Hamadi restent telles qu'elles. Du côté de la diffusion allemande, les spectateurs voient l'ensemble du programme *voice-overisé* en allemand, en dehors des réponses en allemand lors de ces interviews. Alors que le Contrat de Formation de la chaîne évoque l'obligation d'une maîtrise des deux langues au sein de son entreprise, la journaliste ne bascule pas dans la langue de l'*Autre*. Lors d'une interview au Danemark pourtant, à Copenhague<sup>1120</sup>, cette dernière s'exprimait en anglais... Si la présentatrice ne prononce que quelques mots en Allemand, tout comme ses collègues francophones – le

---

<sup>1119</sup> C'est le cas par exemple dans l'édition de *Vox Pop : Frontex hors la loi ? / La disparition des abeilles ?*

<sup>1120</sup> *Vox Pop : Détention Provisoire : Quand la justice abuse / Un monde sans cash.*

« *tchiüss* » pour clore l'émission semble d'ailleurs être privilégié – ses interventions ne montrent que très peu les origines franco-allemandes de la chaîne, et ce au profit de l'européen. Il semblerait qu'ARTE préfère désormais produire un discours très européen et moins montrer sa nature franco-allemande, un constat partagé par l'un de nos interlocuteurs sur place à Strasbourg.<sup>1121</sup> La nature européenne de l'émission est cependant très bien représentée par ses correspondants européens, ces derniers s'expriment dans leur langue dans une rubrique qui leur est dédiée. Ainsi, les « voix de l'Europe » s'expriment librement dans ce format, et ARTE affiche clairement à l'antenne qu'il est possible d'échanger et de partager des idées, des biens culturels, de se battre pour des causes communes, de s'engager ensemble, à l'échelle européenne et non simplement nationale.

### ***Square Salon ou le débat européen et multilingue.***

Les émissions auxquelles nous venons d'accorder quelques analyses offrent un point de vue européen particulièrement ostensible, et sont toutes diffusées régulièrement, quotidiennement ou de manière hebdomadaire. Un tout autre format propose de mettre à l'antenne les grands débats européens, *Square Salon*, qui fait plutôt figure d'édition spéciale, avec seulement quelques numéros dans l'année, selon les grandes actualités européennes.

Nous avons eu accès à l'ensemble des éditions sur le site web de la chaîne. *Square Salon*, présentée par Annette Gerlach, est l'unique émission de plateau européen de la chaîne. Le multilingue, qui semble parfois boudé – et ce même par ARTE qui diminue le temps de plateau de ses présentateurs au profit de reportages adaptés, en y insérant que quelques mots de la langue de l'*Autre* – est ici assumé, mis en valeur, et apporte une vraie valeur ajoutée au format. Alors qu'il est très complexe de proposer des émissions de plateau en télévision multiculturelle, Annette Gerlach propose non seulement de mettre en place ces débats, et en laissant à chacun de ses invités le confort de s'exprimer dans leur langue d'origine, ou celle qu'ils souhaitent. D'un point de vue tout à fait esthétique, notons que l'émission est conçue de sorte à mettre en scène ces rencontres interculturelles. Lors de chaque édition – chacune étant consacrée à un grand sujet thématique, « Europe, Divorce à l'italienne » en 2018, « Identité Européenne : avons-nous encore besoins des USA » en 2019 etc. – se rencontrent des spécialistes du sujet, scientifiques, littéraires, activistes, sociologues...de tous horizons. Chacun parle dans sa langue, l'introduction de l'émission les montre lorsqu'ils arrivent dans

---

<sup>1121</sup> « Je crois qu'ARTE ne veut plus nécessairement afficher trop ostensiblement un côté franco-allemand à l'antenne. » Nicolas Beckers, interview du 16 avril 2019, Strasbourg.

les locaux de la chaîne, plongeant ainsi les téléspectateurs dans les coulisses, une esthétique et une stratégie de proximité avec ses publics, renforcées par l'agencement du plateau qui constitue un salon : des fauteuils, une table basse, les invités disposés autour de cette table, Annette Gerlach en maître de cérémonie, qui adopte – certes une position de médiatrice en distribuant la parole – non pas une position de supériorité, ni d'infériorité, mais bien d'égalité avec ses intervenants, elle expose elle aussi son avis, réagit aux différentes interventions. Le plateau dispose d'un décor relativement sobre, sur fond noir, éclairé par quelques lampes. La grande particularité de l'agencement du plateau réside en la présence visible des interprètes. Ces derniers se tiennent derrière les invités, et prennent en charge la traduction de chacun des invités. Le multilingue, l'Europe s'expriment donc totalement : rien n'est caché aux téléspectateurs, le multilingue nécessite la présence d'interprètes et leur rôle est ici mis en valeur.

Au sujet de la langue et de cette problématique de l'adaptation, j'ai décidé que les interprètes soient visibles. Le fait de voir ces deux interprètes montre que l'on est dans ce *Babel européen*, puisqu'il y a toujours eu un Allemand, un Français et une troisième langue européenne. Je trouvais cela important de montrer qu'il nous faut aussi un peu d'aide, de sortir des coulisses cet élément principal qu'est la langue si l'on souhaite faire de l'interculturel, assumer l'interculturel. Il faut montrer que cela passe en partie par l'interprétariat.<sup>1122</sup>



1123

<sup>1122</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>1123</sup> Impression d'écran *Salon Square* « Europe, Divorce à l'italienne » 2018, les interprètes font entièrement partie du décor, du plateau. Ces derniers sont surtout visibles lors de plans larges, et se situent derrière la présentatrice Annette Gerlach. Les plans serrés sur les invités ne les montrent pas. Sur la première impression d'écran, Annette Gerlach et ses cinq invités francophones, italophones et germanophones, derrière elle, debout à leurs pupitres, deux interprètes. Sur la seconde impression, zoom sur l'une des interprètes lors de l'introduction de l'émission, l'envers du décor est montré aux téléspectateurs.

Tout le dispositif de traduction est ainsi montré, assumé, et Annette Gerlach n'oublie par ailleurs jamais de remercier ses interprètes en fin d'émission. Concernant sa présentation, la journaliste renoue avec l'expérience de *Confetti* en mélangeant les langues françaises et



allemandes, et développe une modération multilingue, en basculant aisément d'une langue à l'autre. Les questions adressées à un francophone sont posées en français, à un germanophone en allemand. La présentatrice privilégie la langue allemande lorsqu'elle prend la parole, et qu'elle s'adresse à l'ensemble du plateau. Dans l'édition consacrée à la position de l'Italie en Europe, elle s'adresse aux intervenants italophones en langue allemande. Dans cette édition en particulier, trois langues se rencontrent : l'italien, l'allemand, le français. Et pourtant, le dialogue est particulièrement fluide, les invités sont capables, grâce à la traduction simultanée proposée par les interprètes, de réagir rapidement aux dires d'un des intervenants, afin d'exposer leur propre point de vue, ou d'étayer ce qu'ils viennent d'entendre. L'on parvient presque à oublier que plusieurs langues se rencontrent tant la discussion reste rythmée. Annette Gerlach, par son bilinguisme, orchestre et incarne l'Europe. Cette dernière ne cesse de basculer d'une langue à l'autre, constitue des phrases franco-allemandes dès que cela est possible, notamment en introduction et en fin d'émission :

Merci beaucoup aussi à Martin et Pierre, nos interprètes, unsere Dolmetscher, sans lesquels un débat européen ne serait pas possible, vielen Dank auch an Sie...<sup>1124</sup>

Willkommen et bienvenue au *Square Salon*...<sup>1125</sup>

Malgré la « barrière » linguistique, un débat se met en place, et se termine de sorte à paraître le plus naturel possible, c'est la raison pour laquelle les interprètes sont visibles. *Square Salon* donne à voir l'Europe telle qu'elle est, avec ses forces et ses faiblesses, mais surtout dans sa diversité, une diversité linguistique, une diversité culturelle, une diversité des opinions. Tout en faisant la promotion de l'Europe, sans masquer cette prise de position défendue par la chaîne, Annette Gerlach et ses invités gardent un regard lucide sur les événements d'actualité, débattent au sujet de la montée de l'euro-scepticisme, des

<sup>1124</sup> *Square Salon : Mourir pour l'Europe ?* 2017.

<sup>1125</sup> *Square Salon : Comment rendre l'Europe aux peuples ?* 2017.

nationalismes au sein des pays européens. *Square Salon* défend l'Europe, mais n'en fait pas la propagande en évoquant aussi ses faiblesses. *Square Salon* met en outre au cœur de ses débats l'importance de la culture, notons la réponse d'Andreï Gratchev, journaliste historien et politologue russe, ancien conseiller et porte-parole de M. Gorbatchev à la question suivante d'Annette Gerlach : quelle arme pour défendre l'Europe ? « L'arme qui a été à travers l'histoire européenne, commune, pour l'ensemble de ce continent, de ce peuple, c'est la culture, c'est là où, en effet, il n'y a pas de frontières, il n'y a pas eu de frontières. [...] c'est la culture commune européenne qui renferme la solidarité, l'humanisme et l'espoir, qui est aussi la chance pour l'Europe de redonner l'espoir pour le reste du monde. » (*Square Salon : Mourir pour l'Europe 2017*).

Cette émission ponctuelle remet au cœur du débat la question du multilingue en télévision, qui plus est lors d'une émission de débat, pourtant toujours décrit comme problématique, lourde, voire même « rebutant » pour le téléspectateur. La forme du débat reste effectivement l'une des problématiques a priori irrésolue pour les responsables de la programmation d'ARTE.

Il y a un domaine où par contre on a un peu baissé les bras, sans doute parce que c'est le plus difficile à ce stade, c'est celui du *débat*. La forme du débat. Il y a eu plusieurs tentatives, et ces tentatives se sont toujours heurtées aux nuances de la langue. Il faudrait avoir affaire à de parfaits bilingues aussi bien dans les présentateurs que chez les invités, sinon il faut attendre que la personne se fasse traduire la question, ensuite qu'elle réponde. Et toutes les capacités de couper dans un débat sont rendues plus difficiles, cela rend les interactions compliquées, et en plus ça ajoute à la difficulté de la traduction, avec des modalités différentes de construction de la phrase qui font qu'il est plus difficile d'interrompre un Allemand qu'un Français, dès qu'il a prononcé le verbe de la phrase. On faisait plus de débats dans les soirées thématiques il y a dix, quinze ans. On avait une émission qui s'appelait *Paris-Berlin* qui était une émission de débat à la fin des années 2000. C'étaient des expériences intéressantes mais que l'on n'a pas renouvelées parce que c'est assez compliqué pour le public.<sup>1126</sup>

Quels ingrédients font donc de *Square Salon* un programme multilingue et malgré tout pertinent ? Le fait qu'une vraie spécialiste de l'interculturel soit en charge sa modération et son écriture est un premier élément de réponse. Annette Gerlach rencontre ses intervenants au préalable, tous échangent avant l'émission, ont pris connaissance des points de vue de chacun avant d'en débattre en plateau. La rencontre interculturelle a ainsi eu lieu en amont, et non en

---

<sup>1126</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

plateau. Un autre élément de réponse réside dans le fait que les intervenants sont eux aussi des spécialistes, peut-être pas de l'interculturel en tant qu'objet d'étude, mais de l'Europe, et sont de fait des candidats au profil type. Les fondements de l'émission justifient eux aussi cette rencontre des langues, Annette Gerlach décrit l'émission comme un espace de discussion sur de grands enjeux européens, par des Européens. L'Europe, qui souffre et semble perdre de sa consistance, a besoin d'élan de rassemblement, de confrontation, de discussion, et *Square Salon* en est un, qui plus est relayé à grande échelle grâce à la télévision et internet. En introduction de chacune des émissions est proposé un court P.A.D. non pas sous forme de reportage mais plutôt de séquence au ton subjectif, empreinte en outre d'un ton ludique, parfois sarcastique, lors de laquelle libre parole est laissée à son auteur, un.e journaliste de la rédaction d'ARTE. Dans l'édition de 2018 « Europe, divorce à l'italienne », l'une des journalistes propose ainsi la « recette du populisme ». Sous couvert d'ironie, et en s'appuyant sur le format animé à la *Karambolage*, la rédaction d'ARTE acte une certaine prise de position, une subjectivité au sujet de l'Europe qu'elle peut se permettre de développer, puisque telle est sa mission.

Vous dirigez un parti eurosceptique d'un pays membre, vous n'en pouvez plus du dictat de Berlin [...] Basez-vous sur de grandes inquiétudes économiques, prenez des œufs, séparez le nord du sud, au nord, ajoutez du conservatisme bien gras, puis deux grosses cuillères à PIB...



Dans l'édition dédiée aux rapports entre l'Europe et les USA, « Identité Européenne : Avons-nous encore besoin des USA » (2019), le P.A.D. introductif se présente sous la forme d'une lettre de l'Europe dédiée aux États-Unis, sur un ton non moins ironique, « En 1947 tu lances ton plan *Marshall* pour m'aider, et franchement, c'était sympa : autant d'argent dispo quand j'galérais...c'était un peu comme se réhydrater dans un jacuzzi de *Coca-Cola*... » Ainsi,

<sup>1127</sup> « La Recette du Populisme » selon *Square Salon*, « Europe, divorce à l'italienne », 2018

comme le propose actuellement *Karambolage*, comme le proposait déjà Annette Gerlach dans *Confetti*, le ton léger et humoristique permet finalement de traiter de sujets complexes, et sérieux. Une méthode à appliquer sur l'ensemble des programmes « présentés » de la chaîne ? Nous y reviendrons en fin de chapitre.

***Metropolis : les actualités culturelles et leur fort potentiel de transférabilité.***

Afin de cerner au mieux les grandes modalités de constitution du discours interculturel d'ARTE, nous nous sommes penchée sur quelques formats non présentés, à l'instar de *Metropolis*, l'une des émissions les plus anciennes de la chaîne. Un programme, même non présenté, est en mesure de contenir un certain taux d'interculturalité, et présente tout de même une forme de discours à laquelle nous avons souhaité accorder quelques lignes. *Metropolis* a la particularité de concentrer, dans ses contenus, nombre d'informations européennes, et fait figure de plateforme de transfert de données culturelles. Les sujets recouvrent l'ensemble des pratiques culturelles, non seulement les arts plastiques, mais encore l'architecture par exemple, ainsi que les enjeux sociaux et économiques liés à ces pratiques. Alors qu'il n'est pas toujours aisé de traiter des actualités culturelles dans le journal d'information, ce dernier étant relativement court, *Metropolis* permet d'y accorder un vrai temps, sans avoir à les hiérarchiser par rapport aux informations d'actualité. Le format n'est par ailleurs pas consacré aux actualités culturelles immédiates, les reportages proposés devant pouvoir être multi-rediffusés. L'ensemble des sujets traités, qui proposent un « regard franco-allemand sur la culture européenne »<sup>1128</sup> sont abordés avec un angle thématique ou une problématique commune. L'émission dispose d'une structure répétée, la vie culturelle d'une métropole est ainsi décrite grâce à trois reportages. Place est laissée à la subjectivité, aux prises de position. *Metropolis* cherche à inciter à la réflexion, au débat, ne craint pas d'évoquer des éléments polémiques. *Metropolis* est aujourd'hui constituée par la partie allemande uniquement, alors qu'elle fut conçue à l'origine par une rédaction franco-allemande.

Quand on faisait le magazine *Metropolis*, qui était déjà un grand débat sur notre pays, il y avait une rédaction franco-allemande, avec Pierre-André Boutang, avec une conférence de programme chaque semaine pour faire l'ordre du jour. C'était lourd mais nous

---

<sup>1128</sup> Lignes éditoriales 2019.

voulions absolument que cela reste franco-allemand et qu'il y ait une rédaction commune de *Metropolis*.<sup>1129</sup>

La rédaction n'est donc aujourd'hui plus franco-allemande, le programme n'est pas conçu à Strasbourg mais en Allemagne. La rédaction se montre tout de même capable de représenter l'Europe, et est parvenue à conserver une esthétique de reportages européens, non marqués par leur origine désormais allemande seulement. Les responsables français et allemands d'ARTE dialoguent en permanence, de sorte à ce qu'aucune émission, et ce qu'elle soit produite en France ou en Allemagne, ne traite ses sujets de façon nationale.

Le magazine *Metropolis*, qui suit l'actualité culturelle toutes les semaines en Europe, n'est fourni que par la partie allemande et je n'ai pas du tout le sentiment que les Français – et d'ailleurs les audiences ne sont pas moins bonnes en France qu'en Allemagne – se disent que c'est traité de façon allemande.<sup>1130</sup>

Le format incarne très bien l'Europe, a un tel point qu'il est d'ailleurs tout à fait représentatif des politiques culturelles menées en particulier par la France et l'Allemagne, avec un plus grand nombre de sujets « parisiens » lorsque l'émission s'arrête en France, et une couverture de l'ensemble du territoire fédéral lorsque le sujet est Allemand.

Elle est représentative de ce qu'est la culture en Allemagne. Il s'agit du reflet des politiques culturelles en Allemagne. En Allemagne, il n'y a pas une ville qui attire toutes les expositions. Dans *Metropolis*, les sujets français seront plus traités à Paris que dans le reste de la France, alors que dans les sujets allemands, nous sommes partout en Allemagne. C'est peut-être un peu regrettable mais c'est ainsi. De fait la culture est très centralisée en France, quand bien même l'on nous dit qu'il y a une politique de décentralisation.<sup>1131</sup>

Le format tel qu'il se présente actuellement semble être le plus proche de ce qu'était la chaîne culturelle à ses débuts, soit une chaîne proposant de s'intéresser à la culture dans son acceptation la plus large, en offrant un rayonnement aux grandes tendances musicales, théâtrales, mais aussi à la peinture, l'architecture, la danse...le tout traité avec un angle économique ou social. Dans *Metropolis*, l'impact social de la culture est autant mis en avant que son impact esthétique, artistique.

---

<sup>1129</sup> Jérôme Clément, interview du 30 octobre 2017, Paris.

<sup>1130</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>1131</sup> Idem.



### ***Regards / Re : La puissance d'interculturalité de la narration-témoïn.***

Parmi les sujets « non présentés », accordons quelques lignes à *Regards* : un magazine conçu lui aussi par la partie allemande, sans rotation avec la partie française. Le format de 28 minutes, diffusé tous les jours de la semaine sur l'antenne linéaire, propose à travers divers reportages de traiter de tous types de sujets concernant l'Europe et les Européens, de la problématique de la migration au fléau de l'anorexie, en passant par des sujets d'actualités avec « notre été en... » qui propose de relater des nouvelles conditions économiques et sanitaires du secteur touristique en France, Grèce, Allemagne, Bulgarie, Portugal ou Majorque, marquées par la Covid-19. Grâce à de nombreuses questions sociales, *Regards* propose comme son nom l'indique un regard européen sur ce qui ponctue la vie des citoyens d'Europe. Des questions d'actualité économiques, sociales, écologiques, politiques, culturelles sont traitées dans ce format. Si l'émission n'est pas présentée, sa narration est finalement incarnée par les protagonistes touchés par le fait d'actualité traité. Ainsi, dans le format dédié par exemple à l'anorexie, « *Danger Anorexie, les ados devant la peur de grossir* » (2020), l'émission laisse **témoigner** diverses personnes, aux profils variés mais tous touchés par le problème. Dans « *Un monde sans oiseau* » (2020), les caméras se posent tout d'abord dans une réserve ornithologique en Basse-Saxe, puis dans un quartier de Berlin, et le format donne la parole à des experts du domaine. Concernant les versions linguistiques et la question de la réception de ce produit d'un côté et de l'autre du Rhin, notons que l'on perçoit plutôt aisément que le programme est conçu en Allemagne. Si la parole est laissée à des intervenants français, l'édition au sujet de l'anorexie propose à titre d'exemple de rencontrer trois Allemandes pour une Française. Au sujet des oiseaux, l'émission ne s'arrête qu'en Allemagne. Si la voix de commentaire est aisément transposable en français, les interventions en langue allemande sont *voice-overisées*. Les reportages respectent cependant les lignes éditoriales en traitant de sujet en Europe, en proposant des thématiques capables de toucher un large public, de se détacher de tout ancrage purement national, en tâchant de faire appel à des témoins et experts de toute l'Europe. Dans l'édition « *Bien manger au travail, une affaire de chefs* » (2018), interviennent des chefs Allemand, Français et Danois.

L'Allemagne produit d'autres émissions sur le même modèle, à l'instar de *Cuisine des Terroirs*, qui parvient, dans ses reportages, à plonger ses publics dans un univers, en proposant de partir à la rencontre de ceux qui incarnent, d'une manière ou d'une autre, la cuisine européenne. L'émission *Tracks* ne dispose pas non plus de présentateur plateau, mais

d'une voix de commentaire qui se fonde sur la proximité, et qui s'adresse tout de même directement à ses publics.

***Tracks : L'alternative de la double rédaction, franco-allemande.***

Au contraire des deux émissions présentées précédemment, *Tracks* dispose de deux rédactions, tantôt allemande, tantôt française. Il s'agit à l'heure actuelle du seul magazine conçu de manière coordonnée par la France et l'Allemagne. La thématique de la musique, des jeux vidéo semble très bien passer les frontières, et le discours proposé dans ce format singulier, fondé sur des images d'archives, de concert, d'animés, est décharné de tout ancrage purement national. Le magazine puise sa force interculturelle dans le fait de s'intéresser à toutes les pratiques culturelles, en suivant leurs évolutions, les nouveaux modes de consommation et de production culturelle. Ce format d'une demi-heure est en permanence disponible sur le site web de la chaîne, et diffusé en linéaire les vendredis en troisième partie de soirée. À partir d'une thématique culturelle sont traitées des questions sociales, telle que l'égalité homme/femme dans le secteur de la musique par exemple. *Tracks* s'intéresse en outre à l'art activiste, n'hésite pas à bousculer le public, ni dans ses thématiques, ni dans les images données à voir.

*Tracks* est vraiment une émission particulière avec une ligne décalée, *underground*, l'on est donc peut-être moins européens mais finalement mondiaux, avec des sujets qui viennent de partout. Cela change peut-être notre organisation, notre façon de travailler, mais il semble que ce soit un succès puisque l'émission marche bien. Et dans le rendu à l'antenne, je dirais qu'il y a succès parce que les téléspectateurs ne savent pas ce qui vient de France ou d'Allemagne.<sup>1132</sup>

Sans pour autant lisser les particularités, en donnant à voir ce qui ponctue la vie culturelle des *Autres*, *Tracks* parvient à créer un format hybride, notamment grâce à cette esthétique si particulière, *underground*, et parfois provocatrice. Ces trois formats montrent bien qu'il n'est donc pas forcément nécessaire de faire appel à une présentation physique pour proposer un discours de proximité avec les publics, encore un moins un discours interculturel. *Metropolis*, *Tracks*, *Cuisine des Terroirs*, *Regards*... tous ces formats participent clairement aux transferts de biens culturels, permettent de se renseigner au sujet des cultures européennes, de ce qui marque le quotidien des européens, les grandes actualités, les causes partagées par les

---

<sup>1132</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

gouvernements européens, ainsi que ce qui les différencie. Ces formats, bien qu'ils ne disposent pas d'une présentation directe, en plateau, incarnent tout de même un discours de promotion de l'interculturel, et participent à former à l'interculturel en informant un public européen sur les actualités culturelles, sociales, économiques européennes et mondiales. Les responsables de la programmation parviennent de surcroît à proposer des émissions dont le format, l'esthétique, est en mesure de correspondre aux publics français comme allemand.

Il nous semble cependant que certaines émissions mériteraient d'être présentées, et ce par des binômes franco-allemands, afin de renforcer l'identité européenne et pluriculturelle de la chaîne. Un format tel que *Regards* évoque l'ancienne émission *Confetti*, qui s'intéressait au quotidien des Européens. *Confetti* était présentée, par Annette Gerlach et Alex Tylor, et l'on a pu constater que le traitement léger, les annonces ludiques et théâtrales des deux présentateurs donnaient vie à l'interculturalité, en plateau, avec une vraie rencontre des langues. Nous avons en outre pu constater que, si le multilingue, et en particulier le *voice-over*, semble plus digeste en faisant appel à l'humour et la pédagogie – en témoigne les émissions *Xenius* ou *Karambolage* – il prend aussi tout son sens dans le cadre de débats européens. Un traitement « léger » n'est pas indubitablement synonyme d'impertinence, et un débat peut tout de même être sérieusement mené tout en tâchant de simplifier l'accès à des sujets complexes – en témoigne cette fois *Square Salon*. L'émission *Vox Pop*, bien que son contenu rende compte des grands enjeux, actualités, problématiques d'Europe, dispose cependant d'une modération franco-française. C'est aussi le cas d'*Invitation au Voyage*. Il semblerait que seules les quelques touches d'allemand en introduction ou en conclusion de ces émissions cautionnent la nature franco-allemande de la chaîne. Même si ARTE souhaite désormais montrer plus d'européen que de franco-allemand, seule elle est actuellement capable de proposer ce type de présentation, de montrer qu'il est possible de s'entendre, de produire des contenus communs et ce même si les langues et les cultures professionnelles ne sont pas les mêmes. La chaîne franco-allemande mériterait de disposer d'un format marquant reflétant réellement l'Europe, présenté par un couple. ARTE ne propose que peu de programmes présentés afin de contourner la problématique du multilingue notamment, mais notons que la présence d'un modérateur contribue aussi à tout un processus d'identification de la part des publics, qui pourrait permettre à la chaîne d'enrichir mieux représenter l'Europe et sa diversité, son dynamisme. *Square Salon* remplit plutôt bien ces fonctions, mais n'est à l'antenne que ponctuellement, ARTE est sûrement en mesure de créer un temps fort plus régulier.

Il semblerait justement qu'ARTE emprunte cette voie, avec la mise à disposition sur le web d'un nouveau format, *Twist*, un magazine culturel co-présenté par Bianca Hauda, animatrice, et Romy Strassenburg, journaliste, toutes deux allemandes de nationalité. Romy Strassenburg vit à Paris depuis plusieurs années. À l'origine du nouveau programme, la mise en ligne lors du confinement lié à la crise sanitaire de 2020 d'un format spécial, *culture@home*, un court magazine pensé pour continuer de faire vivre la culture alors que la France et l'Allemagne faisaient partie de tous ces pays à l'arrêt. Les deux présentatrices tâchaient de faire le point sur les temps forts culturels malgré la situation, avec des concerts en streaming, des interviews de professionnels de la culture, des conseils de lecture, etc. Bianca Hauda proposait un regard sur l'évolution de la sphère culturelle en Allemagne lors de cette période si singulière, Romy Strassenburg observait quant à elle la vie culturelle en France. Lors d'un échange virtuel, les deux femmes comparaient les modalités des confinements français et allemand, évoquaient en outre les conséquences de la crise dans le milieu artistique avec l'annulation de tous les festivals. Le récent format d'une demi-heure d'ARTE est désormais intégré à l'antenne linéaire, présenté par Bianca Hauda, les dimanches à 12h05 en France, à 16h45 en Allemagne. Chaque nouvelle édition propose un voyage culturel, social et politique dans une ville européenne, voyage lors duquel la présentatrice part à la rencontre d'artistes, militants, créateurs. La narration toute particulière du format mélange une écriture et une esthétique moderne, liée à l'intime sans pour autant être dans les portraits, puisque l'ensemble des rencontres, des interviews relatent de faits de société, touchant au collectif. L'émission intègre une rubrique tout à fait représentative des nouveaux usages, les « Psychogram » d'Instagram, qui plongent les spectateurs dans le profil Instagram d'un artiste choisi selon la thématique générale de l'émission. L'émission est présentée en langue allemande, en *voice-over* français pour les francophones, et Bianca Hauda ne manque pas d'intégrer quelques mots de français dans son introduction et la fermeture de chaque édition. *Twist* vient ainsi, en quelque sorte, rééquilibrer l'apport en programmes présentés en langue allemande par la chaîne, qui contenait jusqu'alors plus de programmes présentés francophones, et se positionne comme une alternative germanophone à *Vox Pop*, bien que dédiée aux actions culturelles, militantes et solidaires plutôt qu'aux grandes questions politiques européennes. L'angle européen y est particulièrement exacerbé, l'Europe y est donnée à voir comme une véritable entité, un collectif partageant des problématiques sociales, politiques, écologiques, économiques et culturelles similaires.

## b) Documentaires et fictions, des genres au service de l'interculturel.

Si nous nous sommes particulièrement intéressée aux formats quotidiens ou hebdomadaires, notons que la programmation de la chaîne culturelle dispose cependant de nombreux formats témoignant eux aussi d'une forme de pédagogie à l'interculturel, de promotion européenne ou franco-allemande. Le documentaire et la fiction semblent à ce titre disposer d'atouts indéniables. Nous avons retenu trois séries documentaires marquantes, d'une part parce qu'elles sont tout à fait conformes aux grands objectifs de la chaîne, mais aussi parce qu'elles témoignent de sa force d'expérimentation, d'adaptation et d'évolution vers d'autres supports.

En 2015, la chaîne proposait un documentaire emblématique de ses missions, *France Allemagne, Une Histoire Commune*, réalisé par Roland Théron. La série documentaire, constituée de dix épisodes<sup>1133</sup>, co-produite par ARTE France, proposait de s'appuyer sur dix thématiques afin de retracer l'histoire de la France et de l'Allemagne, en conservant comme point de vue et fil conducteur *ce qui les relie*. La série documentaire montre qu'il y a certes eu conflit, mais qu'autre chose rapproche les deux pays, et que ces conflits comme ces coalitions ont encore des répercussions à l'heure actuelle, visibles parce qu'elles constituent par exemple les frontières actuelles. L'un des épisodes montre à quel point quelques-uns des châteaux allemands s'inspiraient de Versailles, à l'instar du Palais de Sanssouci, ou encore la passion de Frédéric II pour la culture française et le modèle esthétique de Louis XIV. Sont en outre mentionnés les premiers échanges européens avec la mise en place des premiers systèmes de communication, les réseaux postaux du 18<sup>e</sup> siècle, permettant aux cours européennes d'intensifier leurs échanges. La série dépasse la thématique du conflit afin de montrer que France et Allemagne ont scellé une amitié forte et ont su devenir des partenaires européens politiques, économiques, culturels, le binôme symbole et moteur de la construction européenne.

---

<sup>1133</sup> 1- Les Traces de la Guerre Froide  
2- Du Pain, de la Bière, du Vin  
3- Paysages de Vacances  
4- Les Défis de la Nature  
5- Mille Ans de Religion  
6- Au Temps des Princes  
7- La Route des Marchands  
8- De la Cité Jardin aux Grands Ensembles  
9- Les Traces de la Révolution Industrielle  
10- Des Frontières entre Guerre et Paix

À l'aide d'images aériennes notamment, les documentaires traitent des questions territoriales et d'urbanisme, reviennent sur la création des bourgs, des cités à l'origine du royaume de France d'un côté, du Saint-Empire Romain Germanique de l'autre, ainsi que des questions de religion, de culture, des arts. Les notions de centralisme et de fédéralisme y sont en outre évoquées, ainsi que le rayonnement des Lumières sur l'Europe. La *voix-off* est très présente, mais de nombreux historiens, sociologues, professeurs, germanophones comme francophones prennent régulièrement la parole. Le texte est constitué de sorte à susciter l'intérêt, à l'aide d'une vraie narration, et non pas seulement une liste de faits historiques, les spécialistes intervenant jouent parfois le rôle de guide, prennent les téléspectateurs par la main. Le générique de la série est tout à fait caractéristique d'un discours pédagogique de promotion européenne : À partir d'une carte de l'Europe s'initie un zoom dynamique sur la France et l'Allemagne. Divers collages d'éléments apparaissent ensuite sur un écran partagé, qui n'est pas sans rappeler le générique *d'Histoire Parallèle*. Des jardins à la française, le plan de la ville de Karlsruhe, les campagnes vues du ciel, des peintures, une colorimétrie uniquement rouge sur des images de manifestations, et un arrêt sur une pancarte « Nie wieder Krieg »<sup>1134</sup> envoient un message fort. Suivent ensuite des images de châteaux, phares, avions de guerre, avant de terminer sur un plan du Rhin en vue aérienne, frontière naturelle des deux territoires. Les deux titres, dans leurs versions française et allemande apparaissent ensuite. Le titre allemand, « *Neben- Gegen- Miteinander. Deutsch-französische Geschichten* »<sup>1135</sup> en dit long sur les fonctions du programme. L'esthétique du documentaire, qui fait en outre intervenir des spécialistes européens, favorise le regard croisé, ainsi que le détachement au profit de l'international, de l'interculturel.

L'année suivante, ARTE France proposait deux nouveaux documentaires d'une heure et demie chacun, *24h en France* et *24h en Allemagne*, toujours sous la houlette de Roland Théron, aux côtés de Elise Darblay concernant le documentaire français, Vassily Silovic pour l'Allemagne. Ces deux documentaires à thématique voyages / découvertes disposent d'une narration particulière, puisqu'ils proposent de reconstituer une journée complète en France ou en Allemagne, d'une part sur le principe des vues aériennes, afin de montrer les grandes mutations des paysages français et allemands, urbains comme ruraux, d'autre part grâce à l'intervention de sujets représentant divers corps de métier. S'ajoutent à cela de nombreuses cartes interactives, des infographies. Le documentaire dédié à la France montre cette tendance

---

<sup>1134</sup> « Plus jamais la guerre. »

<sup>1135</sup> Littéralement « à côté, contre, ensemble. Histoires franco-allemandes ».

au recul des terres agricoles, au profit de l'élargissement des métropoles, l'autre est plutôt axé sur l'engagement écologique de l'Allemagne. Tout comme la série documentaire de 2015, ces deux nouveaux produits actent cette capacité des réalisateurs de documentaires à concevoir des contenus transférables, car profondément européens. Si chacun des deux documentaires s'ancre dans le pays dont il est question notamment parce que la langue des intervenants favorise cela, le regard économique, écologique, social sur les faits transporte ces produits dans une dimension bien plus large que simplement nationale, et est en mesure d'éveiller la curiosité d'un public européen. Ces deux documentaires furent, lors de leur sorties, des projets bi-média, et proposaient d'aller au-delà de la diffusion à l'antenne grâce au support numérique. Ainsi, en se géolocalisant sur le site web de la chaîne pendant la diffusion du programme, les spectateurs avaient accès à des données complémentaires, qui renseignaient à titre d'exemple sur les différentes pratiques numériques en France et en Allemagne : le nombre de téléphones portables d'un côté et de l'autre du Rhin, l'utilisation des réseaux sociaux, ainsi que de nombreuses informations concernant la région depuis laquelle les utilisateurs se connectaient. Les documentaires, qui proposaient donc de s'intéresser aux nouvelles pratiques numériques, à la transition écologique, s'insèrent ainsi dans une sphère internationale. Un format similaire dédié au Royaume-Uni a été mis à l'antenne en 2017.

ARTE fait le pari des nouvelles écritures, et ce afin de promouvoir l'Europe, non pas en tant qu'institution, mais bien dans son aspect social. Nous avons ainsi pu relever le format *24h Europe – The Next Generation*, qui, plutôt que d'être construit selon le principe d'une journée reconstituée pour 1h30 de diffusion réelle, se fondait cette fois sur le temps réel. ARTE proposait alors de suivre 60 jeunes Européens de 26 pays différents pendant 24h, de 6h du matin le 4 mai 2019, jusqu'à 6h du matin le lendemain. Le programme, qui a nécessité des moyens techniques remarquables traitait ainsi des questions de l'avenir de l'Europe, de la perception des jeunes générations, en plongeant ainsi dans le quotidien ces jeunes, quelle que soit leur nationalité, et leurs attaches, rurales ou urbaines.

Chacun d'entre eux a été sélectionné pour son histoire personnelle et pour sa personnalité, mais aussi parce qu'il ou elle incarne une inspiration ou un thème central du débat européen : les frontières, la démocratie, l'environnement, le travail, la famille, les migrations, la religion, la tolérance...<sup>1136</sup>

---

<sup>1136</sup> Site web d'ARTE.

En proposant ce type de documentaires inédits, ARTE offre une vraie fenêtre sur l'Europe du quotidien, l'Europe des sociétés, l'Europe des gens, et en fait la promotion. Le format a été sous-titré en huit langues pour pouvoir être diffusé à l'échelle la plus large possible, et a été conçu avec la participation de quelques-unes des chaînes partenaires d'ARTE, les chaînes allemandes RBB SWR et BR, la RTBF Belge, la télévision tchèque Ceska Televize, la Finlande YLE et l'ORF autrichienne.

Dans le domaine de la fiction, ARTE ne manque pas non plus de renseigner sur ce qui constitue les cultures de l'*Autre*, de couvrir un certain nombre d'actualités culturelles, à titre d'exemple, la partie allemande de la chaîne culturelle, plus particulièrement la ZDF proposait une série initiée par les cent ans du *Bauhaus*, courant artistique qui tire ses origines de l'école du même nom située à Weimar, dont le premier directeur Walter Gropius a profondément marqué les grands traits et tenants. Si le design contemporain s'est fondé à partir du *Bauhaus*, son anniversaire n'a pas été franchement remarqué par la presse et la télévision française. ARTE cependant a su profiter de l'occasion pour renseigner sur les réalisations de l'école Bauhaus, en termes d'architecture, mais aussi de peinture, de danse – l'école étant avant tout pluridisciplinaire – à l'aide de cette fiction historique. *Die Neue Zeit*, dans sa version originale, *Bauhaus, un temps nouveau* en version linguistique française, plonge ainsi dans l'Allemagne de l'entre-deux guerres, raconte la chute de Weimar, les élans créatifs de jeunes Allemands. Le public est mené à comprendre les origines et les évolutions du *Bauhaus*, école apolitique qui ouvrait ses portes à tous ; hommes, femmes, communistes, juifs, étrangers, et proclamait une grande liberté d'esprit, et souhaitait s'approcher de l'œuvre d'art totale en laissant à ses élève le choix de se tourner vers un grand nombre de pratique, la peinture, la sculpture, le tissage...Les idées de Walter Gropius et des élans de manifestations impliquant des étudiants de l'école ont choqué nombre de conservateurs influents. Après plusieurs réformes, l'école ferme en 1925, et est déplacée à Dessau, avant de fermer définitivement en 1933. La série, particulièrement documentée, place le spectateur dans le monde artistique de l'Allemagne des années 20, aux côtés de Paul Klee, Kandinsky, Schlemmer, Georg Muche...et montre notamment la scission entre les conservateurs et les adeptes du *Bauhaus*, ainsi que la montée d'une forme de féminisme en Allemagne grâce au personnage principal, en la personne de Dörthe Helm (Anna Maria Muhe), étudiante rebelle qui se bat pour l'égalité et jouit du droit d'étudier récemment accordé (1919). L'on peut alors associer cette série à un rapide cours d'interculturalité, tant le *Bauhaus* a pu influencer et influence encore nombre d'artistes contemporains, parce que le mouvement s'ancre dans une période de l'histoire



allemande particulièrement marquante. Le mouvement a par ailleurs largement dépassé les frontières puisque les artistes ont pour beaucoup migré vers les USA lorsque l'Allemagne changeait de gouvernement dans les années 30. ARTE a en outre su faire appel à des acteurs de renoms, très populaires en Allemagne, connus en France pour avoir participé à des films de renom international, ainsi, Anna Maria Mühe, qui tient le rôle principal de Dörthe Helm jouait aux côtés de Daniel Brühl dans « Parfum d'Absinthe / *Was nützt die Liebe im Gedanken* » (2004), plus récemment dans la série *Dogs of Berlin* (2018), disponible sur la plateforme de *streaming Netflix*. August Diehl, qui incarne Georg Gropius, a lui aussi joué dans *Parfum d'Absinthe*, ainsi qu'*Inglorious Basterds* (2009) et les *Buddenbrooks* (2008). Alors qu'il est parfois complexe de transférer des éléments de fiction d'un pays à l'autre – notamment lorsqu'il s'agit d'autres productions que des productions américaines, dont les acteurs et l'esthétiques sont connus de tous – ARTE a su faire appel à des acteurs germanophones de renom, et la nature historique et documentaire de cette série anniversaire lui a offert une belle capacité de transférabilité.

En portant ainsi notre regard et nos analyses sur d'autres formats, tels que le documentaire et la fiction, nous avons ainsi pu constater à quel point le discours de la chaîne est en mesure de prendre diverses formes, tout en demeurant *interculturel*, selon les définitions que nous avons proposées en ouverture de ce travail. L'ensemble de ces écritures est pensé de sorte à informer les cultures au sujet d'autres cultures, d'autres rites, d'autres traditions, d'autres histoires. ARTE remplit très bien son rôle de promotion de l'Europe, de promotion de la diversité, de rapprochement des peuples.

### c) Quelques réflexions critiques : 28 Minutes et le décrochage.

Notre analyse globale de la programmation nous a cependant menée à remettre en question la pertinence – dans le cadre d'une télévision interculturelle et non d'un point de vue qualitatif – de la présence du *28 Minutes*, qui, du point de vue français *uniquement* a tout à fait sa place sur la chaîne. Ce magazine d'actualité européenne et culturelle répond, dans le fond, aux missions et grandes caractéristiques de la chaîne, parfois polémiste, parfois avec une touche d'humour, et son offre se décline sur le web avec un ensemble d'objets interactifs proposés en complément du *replay*, et la possibilité pour les publics de poser leurs questions en amont, pendant, et en aval de l'émission. Cependant, la forme du programme et les raisons de sa création ne reflètent en rien le caractère interculturel du *discours* produit par ARTE. En comparant les diffusions *linéaires* d'ARTE, force était de constater que le *28 Minutes* ne

figure pas simultanément sur l'antenne allemande. Ce dernier est même proposé à la partie allemande de nuit, entre 3h et 4h du matin selon la durée des contenus précédents, en version française sous-titrée en allemand. Autrement dit, le programme n'est absolument pas destiné à la partie allemande. Un constat partagé par quelques-uns de nos interlocuteurs, sans que ces derniers ne remettent en cause la qualité du produit proposé.

C'est une très bonne émission mais très franco-française, il y a rarement un Allemand qui fait partie du cercle d'invités, et tout est franco-français, et cette émission-là, soyons honnêtes, elle n'est même pas *voice-overisée* pour notre public allemand, ni diffusée à une heure de bonne écoute. [...] L'émission est bien, mais le caractère franco-allemand n'existe pas. Sur les sujets oui, elle est européenne, mais les participants, le reste...tout cela est une histoire très franco-française.<sup>1137</sup>

Le 28 *Minutes*, cette émission d'information française, n'est pas fait pour l'Allemagne, il a été créé pour remonter les audiences en France, et c'est vrai, ça marche, ça marche même fort. Elisabeth Quint mène très bien cette émission, ce n'est pas le problème, mais, pour ma part, je m'inscris dans une démarche qui est celle d'une chaîne franco-allemande et j'ai cherché à créer une émission transfrontalière qui s'adresse au même moment à deux publics différents et qui essaie sans cesse de dire à l'un de ses deux publics : attention, tandis que je vous raconte ça, de l'autre côté de la frontière, les autres nous écoutent et nous regardent aussi avec leurs oreilles, leurs yeux, leur histoire...<sup>1138</sup>

[...] c'était une émission dont on avait besoin en France pour ancrer la chaîne dans une forme d'actualité, de débat contemporain sur ce qui fait l'air du temps, qui agite les esprits, et en Allemagne ce n'est pas cela qui agitait les esprits à ce moment-là. Est-ce que c'est bien ou mal, je ne sais pas...peut-être faudrait-il faire un 28 *Minutes* en Allemagne...mais c'est une question sans fin pour ARTE.<sup>1139</sup>

D'autres responsables de la chaîne, probablement plus pragmatiques, et donc moins attentifs à la problématique purement franco-allemande, puisque satisfaits du caractère européen des contenus de l'émission dont il est question, ne semblaient pas particulièrement affectés par ce décrochage, et semblaient tout à fait d'accord avec le principe qu'une chaîne doit s'adapter aux usages et attentes de ses publics, et ce même si cela conduit à une telle variation entre la diffusion française et la diffusion allemande.

---

<sup>1137</sup> Birgit Gabriel, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>1138</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

<sup>1139</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

Le *28 Minutes*, c'est une émission qui est faite entièrement par la France, et une rare émission qui est faite pour la France, parce que, pour s'ancrer un peu plus dans le paysage audiovisuel français, la chaîne a estimé qu'il faudrait quand même une émission qui nous permette de ne pas être une espèce d'objet culturel complètement déconnecté du quotidien mais au contraire nous ancrer dans le quotidien. En Allemagne c'est diffusé, mais de nuit, car c'est trop franco-français.<sup>1140</sup>

L'existence de cette émission met finalement en exergue une problématique bien plus importante, celle de la réelle possibilité de mettre à l'antenne des contenus strictement similaires à destinations de deux publics.

Elle était nécessaire pour la France et elle fonctionne très bien, mais elle est programmée de nuit en Allemagne en effet. [...] elle ne correspond pas à l'Allemagne soyons honnêtes. Nous avons tout essayé sur les *talkshows* mais le problème c'est cette question qui revient toujours : existe-t-il une opinion publique européenne ? Existe-t-il un public de télévision européen ? Je pense que la télévision reste extrêmement nationale, parce qu'elle est un référentiel commun, parce que l'on a grandi avec des émissions, que l'on se réfère à ces émissions. [...] la télévision en elle-même reste je crois profondément nationale. Nous ne partageons pas les mêmes habitudes, ni les mêmes horaires d'écoute.<sup>1141</sup>

*28'* est faite, produite, conçue pour la France. C'est ARTE France qui finance cela. C'est une super émission, je la trouve géniale, elle est multi-diffusée après minuit avec des sous-titres, cela représente un travail dingue pour que cela soit diffusé côté allemand, mais c'est à destination des Français, ou de ceux qui s'intéressent à la France. Ce sont souvent des thématiques très ouvertes et mondiales, mais l'angle est toujours français, même s'ils invitent un Allemand. L'ADN d'ARTE est tout de même palpable dans le *28'*, mais cela reste un produit conçu par et pour les Français, des francophiles en Allemagne à la limite. Mais il existe une sorte de réponse côté Allemagne, c'est *Re* : les reportages. Cela émane de la production allemande pour contrebalancer, parce que *notre late night talk*, notre *talkshow* côté allemand, on ne l'a pas. Mais le *28'* reste un produit formidable pour ARTE France. Je regarde souvent l'émission et la trouve très intéressante, mais parce que je suis proche des Français, et francophile...si j'étais une Allemande, dans une

---

<sup>1140</sup> Anonyme, employé d'ARTE à Strasbourg.

<sup>1141</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

ville bien allemande, et qui ne passe pas ses vacances en France...cela ne m'intéresserait pas.<sup>1142</sup>

ARTE a pourtant démontré sa capacité à le faire, nous avons pu relever nombre de formats correspondant plutôt bien aux deux parties françaises et allemandes, mais la chaîne ne semble pas avoir résisté à l'appel de l'audience, et a créé ce format de débat, en plateau, à la française, très peu apprécié par la partie allemande qui ne l'accepte que lors d'émissions dédiées aux sports.

Ça ne fonctionne pas du tout en Allemagne. Mais les Français aiment ça...c'est du même genre que *On n'est pas couché* qui fonctionne bien. Les téléspectateurs regardent des gens autour d'une table, beaux, bien habillés, un présentateur sympathique, tout le monde rigole, le tout pendant deux heures...en Allemagne on préfère *Sportstudio* et le football ! Il y a des différences.<sup>1143</sup>

Les formats que nous avons retenus pour analyse montrent qu'il est tout à fait possible de créer des contenus que l'on pourrait qualifier d'hybrides tant ils s'insèrent aisément dans une culture comme dans l'autre, et ne choquent aucunement les spectateurs, qu'ils soient, Français, Allemands, et même Européens, à condition que le programme soit adapté dans leur langue, grâce au *voice-over* ou au sous-titrage. Nous avons pu constater que, quel que soit le domaine d'investigation d'une émission – l'information, les actualités, les sciences, l'interculturel, l'histoire – il semblerait que les touches ludiques et pédagogiques confèrent à ces programmes un fort potentiel de transférabilité. ARTE semble avoir acquis ces compétences et être en mesure de proposer une programmation hautement interculturelle. Cependant, la comparaison des grilles de diffusion montre que les programmeurs ont fait l'impasse sur une antenne strictement similaire.

Les grilles française et allemande concernant l'année 2020 mises en ligne sur le site web de la chaîne peuvent ainsi être comparées : Le décrochage de la programmation est parfois nécessaire, et pertinent, en témoigne par exemple celui associé au Journal de l'Information. ARTE Journal ne peut être diffusé simultanément en France et en Allemagne, le paysage audiovisuel étant différemment constitué, les habitudes télévisuelles française et allemande étant si différentes, ces derniers ne consomment pas l'information aux mêmes heures, et il semble impossible d'harmoniser et de lisser ces différences. Notons que la force de l'interculturel n'est pas non plus le lissage de la diversité, mais plutôt son acceptation, et les

---

<sup>1142</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>1143</sup> Peter Gottschalk, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

processus d'adaptation qui en découlent. Le décrochage du journal d'information ne constitue ainsi, selon nos théories, non pas un retour en arrière ou l'évitement maladroit d'une problématique impossible à résoudre, mais bien une réaction pertinente face à la vérité de l'interculturel télévisuel. D'autres modifications d'une antenne à l'autre nous semblent par ailleurs bien plus énigmatiques, tant elles actent un retour en arrière, voire même un non-respect des missions de la chaîne, de ce pourquoi elle a été créée.

Si nous avons pu relever de multiples programmes très convaincants, développant un discours de promotion de l'interculturel, participant à sa formation, participant à un rapprochement des peuples, à l'ouverture sur l'*Autre* et les cultures, leurs heures respectives de diffusion interrogent. Nous avons ainsi pu relever de multiples écarts, nous n'en mentionnerons que quelques-uns à titre d'exemple. Ainsi, le 18 août 2020 les responsables artésiens inversaient deux de leurs programmes, tous deux issus du format *Regards : Notre été en France*, reportage en résonance avec l'actualité puisqu'il traite de l'impact de la Covid-19 sur le tourisme, diffusée sur l'antenne française à 13h, pendant que l'antenne allemande propose son pendant allemand *Re : Unser Sommer auf Rügen* (Notre été à Rügen) à 12h25. À 19h40 en Allemagne est ensuite diffusé le *Regards* consacré à la France, soit pendant le JT français et juste après le leur. Le documentaire concernant *Rügen* ne sera diffusé qu'à 4h05 dans sa version française. Les Français ne s'intéressent donc ils pas à la situation actuelle en Allemagne, pendant que la situation en France est décryptée à une heure de bonne écoute en Allemagne ? En ce mardi 18 août, soirée réservée aux thématiques historiques, ARTE proposait ensuite côté français, et après le traditionnel *28 Minutes*, de s'intéresser à la guerre franco-prussienne de 1870 à l'aide trois documentaires iconographiques de 52 minutes chacun, produits par l'Allemagne, conçus sur le mode du témoignage, « Une parisienne », « Un correspondant de guerre britannique », « un lieutenant colonel prussien ». La *narration-témoignage* est agrémentée d'interviews d'universitaires, germanophones, francophones et anglophones, de cartes interactives et autres images d'illustration d'époque, en noir et blanc. La soirée historique se poursuit au fil de la nuit avec *Les photographies de la guerre de 1870*, à 23h30, au long format de 52 minutes, puis *Panorama de Guerres*. La programmation allemande était alors strictement similaire, outre un léger décalage correspondant aux horaires de *prime-time*. La programmation historique débutait donc dès 20h15 Outre-Rhin. Alors que certains programmes semblent être « évités », et se voient expédiés au cœur de la nuit, d'autres respectent particulièrement les préceptes de la chaîne, qui n'hésite pas à soumettre à ses publics une programmation thématique et horizontale toute une soirée durant,

suffisamment forte et disposant d'un haut potentiel de transférabilité interculturelle pour pouvoir être diffusée quasiment simultanément dans les deux pays.

Si chacune des deux versions du JT est diffusée respectivement à 19h15 concernant la version allemande, 19h45 pour la version française, cet écart de quelques minutes n'est rien comparé à l'émission *Regards*, diffusée à 19h40 en Allemagne contre 13h en France. Cette différence majeure interroge, le créneau d'après-midi n'étant, en France, pas le plus propice à de bonnes audiences, alors que celui de 19h40 en Allemagne, en faisant suite au JT, s'offre une visibilité plus nette. *Regards* est produite entièrement par la partie allemande d'ARTE, les responsables de la chaîne craignent-ils que le produit fini ne corresponde que trop peu aux attentes et aux habitudes françaises ? À l'heure correspondante, la partie française diffuse son journal, puis le *28 Minutes*. Le choix de diffuser *Re* : en même temps sur la télévision allemande se serait porté sur le simple fait que cette dernière soit entièrement conçue par la partie allemande, comme l'est le *28 Minutes* pour la partie française ? *Regards* n'est pourtant pas présenté, et n'est en rien – dans son format – comparable à l'émission de plateau qu'est le *28 Minutes*. Alors que les lignes éditoriales mentionnent bien, concernant *Regards*, que « les reportages sont conçus pour être suivis et compris par un public européen. », est aussi utilisée la notion de « *comblé* » un espace « entre l'actualité du jour et les documentaires d'analyse et de décryptage. »<sup>1144</sup> Un terme qui, dans son sens péjoratif, ne fait qu'amplifier les critiques que nous émettons ici. Son emplacement dans la grille française laisser supposer qu'elle ne sert ici qu'à faire nombre. Placée après le JT telle qu'elle l'est en Allemagne, l'émission a toute sa légitimité. Elle fait office de complément d'information, dispose d'une narration particulière, qui peut par ailleurs rappeler les reportages grands formats proposés lors des JT des chaînes françaises. Si l'objectif de *Regards* n'est pas de faire dans le portrait, l'émission s'arrête tout de même sur les individus et ce qui les anime, et n'est pas sans rappeler *Confetti*, qui disposait aussi d'une trame permettant de susciter l'intérêt des Européens et non pas d'un public uniculturel. En ciblant les reportages choisis selon leur ancrage dans l'actualité, le format pourrait tout à fait avoir sa place après le JT français, tout comme en Allemagne, mais cela suppose l'éviction ou le décalage du *28 Minutes*, qui s'est très bien intégré dans le paysage français... Les responsables de la chaîne, pourtant forts d'une expérience interculturelle, pourtant convaincus de la mission d'intérêt générale de la chaîne dans laquelle ils évoluent, ne semblent pas tout à fait prêts à prendre de tels risques pour l'audience, un compromis doit être trouvé entre respect du Contrat de Formation, qui indique qu'une seule et même chaîne est

---

<sup>1144</sup> Lignes éditoriales 2019.

diffusée dans deux pays simultanément, et un minimum de visibilité, sans quoi la légitimité du projet serait entièrement remise en cause.

L'émission *Regards* n'est pas la seule à afficher un tel décalage entre les diffusions linéaires française et allemande. *Invitation au voyage* est ainsi diffusée à 16h30 en semaine en France, à 13h en Allemagne. *Le Dessous des Cartes* est diffusé à 19h30 le samedi en France, 18h10 en Allemagne. *Vox Pop*, a qui nous avons pu reprocher, malgré un réel contenu qualitatif et européen, une modération très franco-française, est diffusée le dimanche à 20h10 en France (après avoir été en *prime-time* les samedis) et à 12h20 en Allemagne. Les responsables de la programmation se permettent en outre d'inverser les *prime-time* dans le domaine de la fiction s'ils estiment qu'un long métrage a plus sa place en première partie de soirée dans un pays et non dans l'autre. La grille est tout de même conçue de sorte à ce que toutes les journées de programmation soient identiques en termes de contenus, mais les programmes sont ensuite agencés différemment de sorte à convenir à tous. Le décrochage de la programmation, s'il nous a été décrit comme « fusil à un coup » semble tout de même être de plus en plus utilisé par les responsables de la programmation.

La panoplie d'outils est en fait assez large. Soit on décale les programmes, j'ai par exemple eu un programme sur l'histoire de la Namibie allemande, qui va beaucoup intéresser les Allemands, dont les Français n'ont a priori absolument rien à faire. Je ne vais pas les mettre aux mêmes heures. Je vais le mettre tard en France, tôt en Allemagne. Le problème c'est que cette solution, c'est finalement un fusil à un coup, si vous l'utilisez systématiquement, vous n'êtes plus une chaîne, vous êtes deux chaînes. Or nous sommes une seule chaîne et pas une chaîne française et une chaîne allemande. Donc je peux le faire de temps en temps, et je le fais, mais je ne peux pas le faire systématiquement.<sup>1145</sup>

Le décrochage demeure chez ARTE la solution idéale et nécessaire à la pérennité de la chaîne et ses taux d'audience.

C'est le mot, nécessaire, et pour justifier les deniers publics que nous recevons pour exister et poursuivre notre merveilleuse mission. Personnellement et pour être totalement honnête, j'étais contre depuis le début, comme la plupart des anciens de la chaîne, mais je comprends aussi le pragmatisme et la stratégie d'ARTE. Je trouve cela dommage parce que lors de notre naissance, dire « un programme pour deux pays au même moment », c'était si fort, et ça nous a permis de nous affirmer en tant qu'Européens. Maintenant que beaucoup de choses sont décrochées, il faut le dire, il y a très peu de plages communes

---

<sup>1145</sup> Emmanuel Tourpe, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

désormais, il faudrait dans ce cas vraiment célébrer les moments où nous sommes ensemble.<sup>1146</sup>

La solution semble résider, comme le proposait Annette Gerlach lors de notre échange, dans le fait de proposer des temps forts, en écho aux grandes actualités européennes et permettant ainsi de réellement rassembler les populations, quel que soit leur territoire, leurs cultures. Si ARTE a toujours bien rempli ses missions, que ses programmeurs ont su tirer profit d'un interculturel dynamique et fécond pour constituer des contenus communs, révélateurs de ce rapprochement franco-allemand, révélateurs d'une collaboration pérenne et efficiente, nous ne pouvons que constater un certain recul du discours de promotion de l'interculturel. Certes les contenus sont profondément européens, mais il semblerait que les programmations linéaires aient désormais tendance à prendre deux chemins, de plus en plus différents, alors que la chaîne prônait la simultanéité de contenus communs.

Le *28 Minutes* a été créé avec une fonction bien précise, mais qui renforce le décalage entre les deux pays sur la grille de programmes puisque ça ne passe pas en Allemagne. Je regarde cette évolution avec un certain malaise. Il faut faire attention à ces décalages, car on prend le risque de laisser chacun faire sa chaîne. Les Français vont se préoccuper de leurs audiences en France, les Allemands des leurs en Allemagne...ce sont des évolutions que je trouve un peu problématiques...<sup>1147</sup>

Le fait de décaler les programmes susceptibles de ne pas fonctionner, ou de moins bien fonctionner dans l'autre pays, rappelle malheureusement les techniques adoptées par les chaînes de télévisions nationales, qui diffusent leurs contenus plus difficiles d'accès au cœur de la nuit, afin de respecter certains quotas, sans prendre le risque de voir leurs audiences diminuer...un procédé tout autant appliqué par les programmeurs d'ARTE, certes ponctuellement, mais bien existant.

Il y a d'autres pistes, mettre plutôt au cœur de l'été quelque chose qui ne marche pas, plutôt qu'au cœur de l'hiver où les gens sont devant la télé.<sup>1148</sup>

Cette tendance doit-elle vraiment être interprétée comme étant un recul de l'interculturel télévisuel ? Oui et non. Il est dommage qu'une chaîne comme ARTE, qui a été créée à ces fins précisément, ne soit a priori pas en mesure de proposer une vraie programmation commune, qu'elle semble craindre sa vraie nature, franco-allemande, au point de ne plus

---

<sup>1146</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>1147</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

<sup>1148</sup> Emmanuel Tourpe, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.



souhaiter l'afficher à l'écran. À l'heure d'aujourd'hui, alors que l'Europe institutionnelle et politique montre des signes de faiblesse, avec une montée des nationalismes et de l'euroscpticisme, sujet au cœur de certaines émissions proposées sur la chaîne – notamment *Square Salon* – à l'heure où la démocratie est en danger, une chaîne telle qu'ARTE, soutenue politiquement, protégée par son statut particulier – *ein Kind der Politik, le fait du Prince*, qui lui a valu tant de critiques – devrait au contraire pouvoir réagir, pouvoir jouer ce rôle de plateforme interculturelle et Européenne, promouvoir la rencontre des langues et des cultures en mettant sur pied une émission symbole, faisant interagir des Allemands et des Français, pourquoi pas coprésentée comme l'était *Confetti* ? La chaîne semble être sur la bonne voie et a montré à nouveau sa nature franco-allemande grâce à son nouveau web-magazine, *Twist*. Désormais disponible à l'antenne, le magazine semble cependant ne mettre à l'honneur qu'une présentation uniquement germanophone. La co-moderation proposée lors du confinement, si elle représentait effectivement la France et l'Allemagne, était d'ailleurs tout de même assurée par deux présentatrices allemandes et non une Française et une Allemande. ARTE semble se positionner dans le refus, le refus de prendre le risque à la fois technique et culturel d'une rencontre des langues en plateau. ARTE devrait pourtant être en mesure de participer à une sorte de « normalisation » de la rencontre des langues, du mélange des genres, et il semblerait qu'elle n'ose pas, de peur de rebuter les publics, et préfère alors désynchroniser ses programmations pour fidéliser et plaire à ses publics respectifs. La problématique du décrochage montre combien il est difficile d'harmoniser les habitudes télévisuelles à l'échelle supranationale, et ARTE parvient tout de même à proposer les mêmes contenus, à diversifier les écritures, multiplier les coproductions, dynamiser la création audiovisuelle européenne, mais elle pourrait se montrer plus audacieuse dans la présentation simultanée de programmes communs, et assumer sa nature franco-allemande. Il est vrai que la chaîne n'a jamais voulu « vendre des têtes »<sup>1149</sup> comme le font les médias ordinaires, mais il est tout de même important de permettre aux publics de s'identifier, et, pour s'identifier, la modération en plateau reste fondamentale. Notons de surcroît qu'ARTE a peu à peu bousculé ses pratiques en proposant de plus en plus d'émissions présentées. Actuellement, chacune d'entre elles a cependant plutôt tendance à ancrer ces programmes en France lorsqu'ils sont présentés par un francophone – c'est le cas de *Vox Pop*, *28 Minutes*, *Invitation au Voyage* – lorsque la présentation est menée en langue allemande, le respect du franco-allemand, la nature franco-allemande semble plus aisément assumée, c'est le cas avec *Xenius*, ou encore

---

<sup>1149</sup> « En règle générale, en télévision, l'on cherche à montrer des têtes, à avoir des têtes à vendre. » Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

*Reportages*. Concernant *Vox Pop* et *Invitation au Voyage* particulièrement, les touches d'allemand proposées par les deux modératrices ne suffisent pas, et ces programmes, bien que très européens dans leurs contenus, s'enferment finalement dans un champ franco-français de par leur présentation, et se présentent – peut-être malgré eux – comme des contenus de nature française, au sujet de l'Europe, traduits pour des Européens. ARTE prend parfois des allures de chaîne française souhaitant « faire de l'européen », mais quid de la partie allemande ? Alors qu'ARTE peine à se faire une place en Allemagne, nous l'avons vu pour des raisons techniques, mais aussi de concurrence avec un paysage audiovisuel plus dense, il semblerait que la grille soit avant tout pensée pour la France, puis adaptée, par touches, pour l'Allemagne, dans un second temps. Seuls les formats non présentés semblent disposer d'une faculté de transférabilité plus importante. Poutant l'émission *Square Salon* le prouve, *Confetti* et *Histoire Parallèle* le prouvaient : il est possible, techniquement comme culturellement, de faire se rencontrer des langues et des cultures. *Karambolage* le montre aussi, bien qu'elle ne soit pas « présentée », l'émission incarne autant l'interculturel que les personnalités qui le représentent, et elle dispose finalement d'une présentation détournée, indirecte, puisque de multiples rubriques sont développées par un narrateur dont le spectateur connaîtra le nom, et même le visage. Mais *Karambolage* fonctionne parce que ses équipes sont profondément interculturelles, elles évoluent dans le milieu le plus sain, dynamique et fonctionnel possible. Une programmation interculturelle réellement pertinente, incarnée et qui intéresse, touche, concerne ses publics européens nécessite donc la combinaison de cultures, représentées dans ce cas précis par les Français et les Allemands, l'assemblage de compétences, la rencontre d'imaginaires, d'idées, ainsi qu'une réelle volonté de faire passer un message de promotion de l'interculturel, message porté par des sujets intimement liés à l'interculturel, prêt à mettre à l'écran quelques unes de leurs propres expériences, leurs propres interrogations.

Suite à l'analyse des contenus, nous sommes en mesure de valider nos hypothèses de recherche selon lesquelles ARTE participe, par le biais du discours produit en télévision, à la promotion de l'interculturel, à la formation à l'interculturel grâce à quelques uns de ces formats, notamment *Karambolage* qui dispose d'une nature pédagogique indéniable, mais pas uniquement, avec aussi le Journal d'Information, qui permet de se renseigner sur ce qui fait l'actualité *ailleurs*, ou encore nombre de programmes d'actualités culturelle, scientifique, économique et politique, et autres documentaires et fictions historiques, toujours traités selon un angle européen. Bien que la programmation soit profondément européenne, qu'elle acte le rapprochement franco-allemand et qu'elle ait résolu de nombreuses problématiques inhérentes

à la rencontre des cultures et habitudes télévisuelles, nos observations et analyses objectives et critiques tendent à rappeler qu'il a été reproché à la chaîne de fonctionner structurellement sur le mode du collage, une notion que l'on peut aussi appliquer à la programmation.

Cependant, les efforts constants produits par les responsables de la programmation afin de proposer des contenus particulièrement qualitatifs, représentatifs de la diversité, offrant des possibilités grandissantes de transferts de biens culturels à grande échelle, nous conduisent à modérer notre propos et à plutôt utiliser le terme de *cohabitation* des contenus, le terme de collage nous paraissant trop péjoratif. En effet, les responsables de la programmation semblent parfois très limités à une politique de quotas. Si la chaîne respecte la parité franco-allemande dans sa programmation – et ce de manière très – peut-être trop – pragmatique – cette dernière manque parfois de temps forts franco-allemands ou européens. ARTE a pourtant été conçue en ce sens, et doit pouvoir prendre des risques, qu'elle semble éviter sur son antenne linéaire. Le terme de *cohabitation* – moins critique que le terme de *collage* – nous semble ainsi plus approprié, car représentatif du contenu harmonieux et équilibré de la chaîne, respectueux des clauses du Contrat de Formation. Ce terme peut en outre être appliqué à la strate du dialogue à laquelle nous nous sommes intéressée dans le chapitre précédent, puisqu'il caractérise parfaitement le modèle d'entente et de collaboration entre employés français et allemands au siège de Strasbourg. ARTE propose des contenus certes européens, mais demeure au stade de la *cohabitation* et non de la *fusion*, d'une réelle *intégration des contenus* pour ne proposer qu'une seule et unique chaîne, simultanément diffusée de part et d'autre du Rhin, avec le moins de décrochage possible, et de vrais temps forts, communément partagés par les publics français et allemands.

Suite à notre étude de la programmation, nous sommes en mesure d'affirmer que le déséquilibre constaté dans la diffusion linéaire est corrélatif du déséquilibre structurel constaté au cœur de la première strate de l'interculturel télévisuel, ainsi que du déséquilibre dans la strate identifiée comme étant celle du dialogue, au sujet des relations internes entre Français et Allemand du groupe ARTE. Ces deux strates sont fonctionnelles, nous l'avons montré, mais actent aussi une légère domination de la partie française, des intérêts différents entre les grands protagonistes français et allemands que sont l'ARD et la ZDF.

Nous développons dans le bilan et les conclusions à suivre quelques propositions et perspectives de réflexion dans le cadre de l'agencement de la structure, des contacts entre les pôles de la chaîne et son management. L'étude comparative de l'agencement, en France et en

Allemagne, des antennes linéaires tend à supposer que l'on assiste à un certain recul de l'interculturel télévisuel, avec un décrochage toujours plus important, qui ne semble pas toujours justifié, ne pas correspondre aux exigences premières du Contrat de Formation de la chaîne culturelle.

## 2) Bilan et conclusions.

### a) ARTE, chaîne médiatrice, chaîne citoyenne ?

Les enquêtes de terrain mènent à conclure qu'ARTE développe une politique de proximité, concrétisée d'une part par une estimation habile des usages et attentes de ses publics, par de nombreuses enquêtes de satisfaction, d'autre part grâce à son système efficace de soutien aux auteurs et créateurs, qui font de la chaîne une véritable *instance de médiation*. L'étude des lignes éditoriales corrobore ces arguments, et l'on retiendra, parmi les termes clés ceux de *l'accessibilité, l'élargissement des publics, la fidélisation*.

Il faut arriver à fidéliser notre public qui n'est souvent qu'occasionnel. Pour y parvenir, nos cases doivent devenir de véritables rendez-vous clairement identifiés. Cela n'exclut pas de surprendre le public par des programmations spéciales, qui attirent l'attention du public et de la presse sur la chaîne.<sup>1150</sup>

Chaque programme doit attirer 'le maximum de *son* public'. Cela ne signifie pas que nous devons aller vers une banalisation du programme, vers le 'tout venant', mais au contraire que nous devons attirer vers chaque émission, chaque case, de nouvelles catégories de téléspectateurs.<sup>1151</sup>

Parce qu'elle peut se permettre d'expérimenter, parce qu'elle est garante d'une mission historique, sociale, européenne, ses engagements sont profondément humains, et la rapprochent de ses auditeurs.

Les responsables de la chaîne franco-allemande se montrent particulièrement attentifs aux modes de consommation des publics et de leurs évolutions, et ce tant concernant les Allemands que les Français, dont les pratiques ne convergent pas toujours, nous avons pu le constater précédemment. Même dans le domaine du numérique, qui semble pourtant lisser les disparités, les différences demeurent. C'est justement en restant au fait des grandes mutations

---

<sup>1150</sup> Lignes éditoriales 2019.

<sup>1151</sup> Lignes éditoriales 2019.

technologiques, en profitant de l'essor du numérique, puis du support web, qu'ARTE a pu amplifier les possibilités de participation du public, dans la continuité d'une tradition déjà bien engagée, avec la création d'un service téléspectateurs.<sup>1152</sup> ARTE a su créer un vrai lien avec ses auditeurs fidèles.

Nous avons énormément de retour des téléspectateurs, de courriers et de mails, avec beaucoup de louanges, ce qui est agréable ! Ou encore des jeunes qui se sont mis à l'allemand grâce à l'émission, ce qui est émouvant. Nous recevons des mails charmants des deux pays. Nous recevons aussi des suggestions de sujets. La boîte postale est très active. Même si l'audience est supérieure en France, ce sont en réalité les Allemands qui sont très actifs dans ce dialogue-là, c'est très intéressant au regard du rapport d'audiences.<sup>1153</sup>

Pour que son public s'intéresse à elle, ARTE s'intéresse à son public, et si l'on peut lui reprocher de diminuer progressivement ses contenus culturels plus pointus – dans une définition française et relativement élitiste – elle se profile tout de même comme chaîne médiatrice. Sa recherche de proximité avec l'autre est caractéristique des valeurs interculturelles qu'elle défend. ARTE ne devient pas « populaire » dans son sens péjoratif, mais cherche à renforcer sa popularité en étant « citoyenne », et ce, nous allons le voir, selon différents aspects.

Ce qui est important, c'est de savoir qu'en programmation, c'est tout un art de mettre en rapport une offre dans un paysage que l'on connaît à des publics dont on connaît non seulement les catégories socio-professionnelles, mais aussi les usages et les motivations. [...] Les usages et les motivations des publics, de nombreux médias les oublient complètement et continuent de saucissonner les publics uniquement en fonction de leur âge.<sup>1154</sup>

Si la citation ci-dessus acte une perception très pragmatique, qui peut sembler aller à l'encontre de la recherche interculturelle, voire même rejeter quelques-unes de ces théories au profit d'une logique commerciale, marketing, il s'agit tout de même d'une situation d'expertise très étroitement liée à l'interculturalité. De manière peut-être inconsciente, mais tout de même bien présente, les grands acteurs *pragmatiques* de l'interculturel télévisuel

---

<sup>1152</sup> L'existence d'un service téléspectateur est mentionnée dans le rapport annuel de la chaîne datant de 2004.

<sup>1153</sup> Claire Doutriaux à propos de *Karambolage*. Une fois encore il semblerait que les Allemands soient certes moins nombreux mais probablement plus fidèles à la chaîne, un constat que nous avons pu faire lors de l'étude des audiences.

<sup>1154</sup> Emmanuel Tourpe, interview du mardi 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

demeurent très utiles et pertinents dans ces techniques commerciales et de fidélisation, d'autant plus que ces stratégies sont élaborées de sorte à convenir d'un côté et de l'autre du Rhin.

Il y a quelques petites différences de comportement, de consommation. En Allemagne, la *Fire TV*, un boîtier d'Amazon, est très utilisé là-bas. Par contre en France, on a *Free*, on a *Orange*, des choses qui sont très peu utilisées en Allemagne.<sup>1155</sup>

Ces valeurs pragmatiques, partagées nous l'avons montré par Jérôme Clément semblent pouvoir, dans une certaine mesure, faire tendre la cohabitation interculturelle et la production de contenus à la réussite. Alors que nous décrivions la notion de *but commun* comme vecteur de réussite, celle de *pragmatisme* n'est pas moins fondamentale, malgré quelques aspects a priori incompatibles avec les termes habituellement utilisés par les théoriciens de l'interculturel et sociologues.

[...] un terme typiquement sociologique : les imaginaires, un vocabulaire que je laisse à la porte. On a une *expertise* des usages et de la consommation et des motivations. [...] Il y a des connaissances approfondies, expertes et professionnelles de la manière dont ces publics fonctionnent, et on va pouvoir les rejoindre et les toucher dans nos contenus. Ce n'est donc pas une question d'imaginaire mais d'expertise.<sup>1156</sup>

Les capacités d'adaptation d'ARTE font clairement partie de son identité profonde ; nous avons pu l'observer dès l'évocation de l'histoire de sa genèse. Elle est capable d'étendre son public, de s'y adapter, de se métamorphoser, de répondre aux attentes en restant qualitative, et ne bascule pas dans la facilité et le divertissement pur, comme l'ont fait de nombreuses chaînes francophones comme germanophones. ARTE est une chaîne de la création, une chaîne profondément tournée vers l'humain : une vision citoyenne de la télévision, caractéristique de ce que nous appelons l'*interculturel télévisuel*.

La politique éditoriale d'ARTE est finalement l'estampe d'une pratique culturelle singulière, concrétisée par des rapports étroits entre les directeurs d'unité et de multiples acteurs de l'audiovisuel et de la culture, en faveur d'une programmation (inter-) culturelle, décidément tournée vers l'Homme. Et c'est ainsi qu'ARTE fait figure d' « outil participant à la formation et à la promotion de la culture et des valeurs démocratiques ».<sup>1157</sup> Ce n'est pas parce

---

<sup>1155</sup> Idem.

<sup>1156</sup> Idem.

<sup>1157</sup> Barreau-Brouste, Sophie. *ARTE et le documentaire: de nouveaux enjeux pour la création*. Lormont : Bry-sur-Marne: Bord de l'eau ; INA, 2011.p.30

qu'ARTE cherche à élargir ses publics qu'elle bascule pour autant dans le divertissement ; elle parie plutôt sur la qualité, sur un fort ancrage dans l'actualité.

Très clairement, ce ne sont pas des contenus *mainstream*, c'est-à-dire que ce ne sont pas des contenus qui sont destinés à être d'un accès à ce point universel que n'importe qui peut entrer dedans sans aucune exigence, sans aucune attente, et juste pour passer le temps. On ne fait pas de l'*entertainment*. Et on n'utilise pas de règles qui sont très faciles d'accroche instinctive pour capter un maximum.<sup>1158</sup>

Les responsables d'ARTE luttent ainsi contre la passivité à laquelle la télévision est constamment associée, sans pour autant en faire une chaîne trop pointue, trop restrictive, élitiste. À l'inverse de nombreuses chaînes, ARTE rend son public particulièrement actif, non seulement grâce au numérique, qui lui permet de participer, parfois même en temps réel lors d'émissions spéciales, mais aussi parce qu'elle a dépassé le cadre de la diffusion. Ses fonctions s'apparentent parfois à celle des institutions culturelles, et ARTE participe à nombre d'évènements culturels, en fait la promotion, ou les organise. ARTE simplifie les échanges et facilite les rencontres entre acteurs de l'audiovisuel et de la création. Elle a su, comme le conseillait vivement Dominique Wolton lors de la création de La Sept, devenir une chaîne d'expérimentation, non thématique, qui aurait sinon contribué selon lui à une « *ghettoisation*. » Elle se profile comme chaîne généraliste à tendance culturelle, et propose ainsi en toute légitimité un journal d'information, nécessaire à sa vocation européenne. Les fonctions premières de la télévision se sont vues dépassées au profit de l'échange de biens culturels, dans la continuité des interactions culturelles franco-allemandes amorcées dès 1950. ARTE a ainsi participé, et participe encore, à une relance des échanges culturels franco-allemands, qui lui d'ailleurs valu nombre de récompenses.

À l'occasion de son dixième anniversaire, ARTE confirmait son engagement pour l'Europe, et recevait le *prix européen de la Culture* à Berlin, ainsi que le *Prix Spécial du Ministre Fédéral pour la Coopération Economique et l'Aide au Développement*. Cet anniversaire fut en outre l'occasion de renforcer son identité franco-allemande, notamment en se rapprochant de l'Institut Goethe, ainsi qu'en organisant des colloques communément menés par le CNC et la *Filmstiftung* NRW.<sup>1159</sup> La chaîne développait ses actions de médiations en se présentant dans bon nombre de salons et festivals culturels français, allemands et européens. (FIPA,

---

<sup>1158</sup> Emmanuel Tourpe, interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>1159</sup> Théâtre de l'Europe, « *des Images pour l'Europe – pour quel public* », colloque organisé au Théâtre de l'Europe en mars 2002.

Salon du Livre, MIP TV, Festival de Cannes, *Sunny Side of the Doc*, la Semaine du Cinéma allemand, ou encore la Berlinale, le Salon du Livre de Leipzig et de Francfort, Festival du Court métrage d'Oberhausen, le *Dokfilm* et le *Filmfest* de Munich, Festival Pop d'Europe à Berlin). Le service de délégation au développement culturel d'ARTE est à l'origine de multiples actions de médiation culturelle, actions que la chaîne ne manquait pas de mentionner dans son rapport annuel :

En 2002, ce service (service de délégation au développement culturel) a organisé, dans 44 départements, 120 événements, soutenu 14 spectacles, valorisé 489 programmes de la Chaîne rassemblant ainsi pour des manifestations très diverses, plus de deux millions de personnes. La création du Festival Temps d'images, a été le temps fort de l'année 2002, premier festival européen pluridisciplinaire entièrement consacré à la confrontation de l'image et du spectacle vivant. Il a réuni 20 000 participants, autour de 75 représentations de 25 spectacles, provenant de toute l'Europe.<sup>1160</sup>

Ces actions s'étendaient l'année suivante dans le cadre du 40<sup>e</sup> anniversaire du Traité de l'Elysée. Peter Müller, alors Ministre-Président et Plénipotentiaire de la RFA pour les relations culturelles franco-allemande, déclarait en 2003 que « la position unique [d'ARTE] dans le paysage audiovisuel européen lui confère [...] une fonction d'aiguillon, de stimulateur dans les relations franco-allemandes. »<sup>1161</sup>

En parvenant à étendre ses actions de médiation culturelle, ARTE ne fait plus uniquement office de trait d'union entre la France et l'Allemagne en matière de collaboration audiovisuelle mais est devenue multiplicateur de l'échange de biens culturels.

À l'occasion des 40 ans du Traité de l'Elysée, Jacques Chirac et Gerhard Schröder soulignaient la capacité de la chaîne à « favoriser le rapprochement de nos deux peuples » tout en approuvant son « ouverture européenne [...] dans le respect de son identité franco-allemande. »<sup>1162</sup>

En 2003, ARTE France et sa délégation culturelle organisaient près de 140 événements, avec par exemple le Festival Temps d'images, qui, pour sa deuxième édition, rassemblait plus de 30 000 spectateurs européens (France, Allemagne, Belgique, Italie et Portugal). ARTE, en collaboration avec la maison d'édition Glénat, mettait sur pied un concours de bande dessinée, auquel 21 pays européens participaient. ARTE se positionne ainsi très concrètement comme

---

<sup>1160</sup> Rapport annuel 2002.

<sup>1161</sup> Rapport annuel 2003.

<sup>1162</sup> Idem.



instance médiatrice culturelle européenne. La chaîne n'a depuis cessé de prendre part aux actualités culturelles. Une semaine ARTE fut organisée entre les ambassades françaises et allemandes, l'Institut Goethe et le Centre Culturel Français de Madrid et d'Alger en 2005, quatre ans plus tard, en coopération avec l'EADS et fondation Robert-Bosch, elle organisait un colloque, « *Un ménage à plusieurs ? La France, l'Allemagne et l'Europe face aux nouveaux défis du monde.* »

Une programmation spéciale pour les 50 ans de l'amitié franco-allemande fut conçue. Sur le web, la plateforme participative *Tandems* désignait le jumelage le plus emblématique de l'amitié franco-allemande, et donnait naissance à deux fictions, *Mon cher petit village* et *Le jour de vérité*, diffusés début 2015. Les élections fédérales de 2013 ont elles aussi été le point fort de l'actualité et dans la programmation de la chaîne.

Sa programmation et ses actions de médiations culturelles furent, nous l'avons montré, maintes fois récompensées. ARTE collectionne les prix et distinctions, et s'impose en toute légitimité comme chaîne au label de qualité. L'esthétisme singulier de la chaîne a lui aussi souvent été primé, et fait partie désormais de la marque de fabrique de la chaîne. Les bandes annonces, *coming-next* et autres transitions restent tout de même fortement influencées par les représentations françaises. L'habillage fut parfois considéré par le public allemand comme artificiel, certes unique mais parfois fantaisiste, dénotant un manque de sérieux.<sup>1163</sup> Le site web [www.arte.tv](http://www.arte.tv) fut lui aussi récompensé, et recevait le *Eyes & Ears Awards 2007* dans la catégorie « meilleur site Internet d'un programme pour arte.tv/ ellroy », ainsi que pour sa campagne promotionnelle des *Summer of Love*. La même année, la plateforme web recevait le *Prix SCAM* de la meilleure œuvre d'art numérique suite à la mise en ligne du projet interactif *In my room*, d'Agnès de Cayeux.

Les *webséries* et *webdocumentaires* proposés sur site d'ARTE sont eux aussi gage de qualité, avec de nombreux prix décernés, à l'instar du *Prix Europa Online* de Berlin, du *Prix Europa Spécial* du meilleur feuilleton radiophonique pour un programme diffusé sur ARTE Radio, ou bien du *Prix Adolf Grimm* dans la catégorie « Connaissance et Education. »

---

<sup>1163</sup> „Aber hier konnten sich die Deutschen mit ihren Vorstellungen nicht durchsetzen, weil die französische Seite schlicht darauf beharrte, dass das, was sie da einbrachte oder in der Umsetzung durchsetze, dass das eben intelligenter war, moderner und mehr Aufsehen erregte“ Interview de Liane Rothenberger à Schwarzkopf en 2007, Rothenberger, Liane. *Von elitär zu populär? Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte*. Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 27. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2008, p.247 « Mais sur ce point, les Allemands n'ont pas pu faire valoir leurs idées, parce que la partie française a simplement insisté sur le fait que ce qu'elle proposait ou mettait en œuvre était plus intelligent, plus moderne, et suscitait plus d'attention. »

Engagée dans la coproduction cinématographique, ARTE a en outre mis à l'antenne de nombreux films désormais indissociables du patrimoine franco-allemand, ancrés dans la mémoire commune de nombreux germanophiles et germanistes français, tel que *Good Bye Lenin !* de Wolfgang Becker, qui reçut le prix allemand du *film en or* dans les catégories meilleur long-métrage, réalisation, acteur principal, second rôle, montage, image et musique, ainsi que les prix de *meilleur film européen, meilleur acteur et scénario, le prix du public*, et le *prix européen du cinéma* à Berlin. Le documentaire n'est pas en reste avec, à titre d'exemple, le *Prix de la Télévision* pour le documentaire *France-Allemagne : des ondes parallèles*, coproduit par ARTE, que nous mentionnons puisqu'il demeure représentatif de cette volonté de mettre le franco-allemand au centre de la programmation. Le documentaire fut en outre diffusé à l'occasion de l'anniversaire du Traité de l'Elysée. Le film-documentaire de Pierre-Olivier François, *Le Grand Recul*, recevait tous les honneurs, et le *Prix Spécial franco-allemand du journalisme* dans la catégorie « Télévision du Haut Conseil Culturel franco-allemand » en 2001.

ARTE reçut de nombreuses récompenses pour ses actions culturelles, ainsi, le *Prix d'honneur du Haut Conseil Culturel franco-allemand* fut remis à Jérôme Clément, Jobst Plog et Dieter Stolte en 2005, car la « Chaîne, [...] depuis sa fondation, est animée par la volonté de mieux expliquer la France aux Allemands et l'Allemagne aux Français et a mis l'Europe au centre de ses programmes. »<sup>1164</sup> Quelques années auparavant, en 2001, la chaîne recevait le *Prix Carlo Schmid*, ainsi que le *Prix franco-allemand de la culture* par la Fondation Européenne de la culture *ProEuropa* de Genève en 2003. L'Eurofipa d'Honneur lui fut décerné pour son action en faveur de la création lors du Festival International des Programmes de l'Audiovisuel (FIPA) de Biarritz, et la *Caméra de la Berlinale* récompensait les 20 ans d'action de Jérôme Clément à la présidence d'ARTE et son engagement en faveur de la création cinématographique.

Si la chaîne s'est vue récompensée par de nombreux prix, elle gratifie elle aussi les projets culturels, dans la lignée de sa volonté de soutien à la création. Elle encourage les artistes et auteurs indépendants, les jeunes acteurs de la vie culturelle européenne et mondiale. ARTE a décerné de nombreux prix tant aux créations documentaires qu'à des projets de courts ou longs métrages, sans oublier les projets numériques, désormais au cœur des créations contemporaines. Les prix sont remis lors de grands festivals, et la chaîne est partenaire du

---

<sup>1164</sup> Rapport annuel 2004-2005.

prestigieux Prix *Lux* décerné par le Parlement Européen. ARTE s'est en outre associée à la remise de grands prix de médias européens, La *Médaille Charlemagne*, le *prix franco-allemand du journalisme*, ou encore *CIVIS* en faveur de l'intégration et de la diversité culturelle.

ARTE se profile désormais comme médiatrice de grands événements culturels européens et mondiaux, et elle participe à sa manière à une réflexion plus globale sur les politiques culturelles européennes, par l'organisation et la participation à des colloques et conférences sur la culture, ses partenariats et son soutien financier aux coproductions franco-allemandes en télévision. En 2014, ARTE était présente sur le Forum de Chaillot à Paris, qui débattait sur l'avenir de la culture en Europe. Le rapport annuel de cette année évoque notamment une participation d'ARTE au colloque tenue en Italie, « *The Promise of the EU* », débat interrogeant « le rôle stratégique des médias dans le service public », ainsi que « l'intégration culturelle européenne ». ARTE a fortement élargi son champ d'action et participait au Forum Culturel Chinois.

Si les responsables les plus pragmatiques décrivent leurs publics comme des *consommateurs*, leurs fonctions les y obligeant, puisqu'ARTE demeure avant tout une chaîne de télévision, ces téléspectateurs sont considérés comme les *citoyens européens* qu'ils sont, et même plus encore, ils sont à la fois considérés comme *téléspectateurs* – leurs attentes et usages sont minutieusement prédits – mais aussi comme *acteurs*, par opposition à la passivité, et *créateurs*, créateurs qu'ARTE est prête à soutenir, à cofinancer, afin de donner à voir des contenus potentiellement représentatifs d'une Europe culturellement inspirée, novatrice, inventive. La chaîne franco-allemande fait en sorte d'être une « télévision citoyenne et de qualité »<sup>1165</sup>, et ses opérations menées avec l'OFAJ/DFJW, l'Institut Goethe ou encore la fondation Robert Bosch constituent une partie de ses multiples actions de médiation culturelle.

Au-delà de l'écran, ARTE s'implique dans la vie de la cité en soutenant de nombreuses manifestations représentatives des valeurs de culture et de citoyenneté que la Chaîne a toujours défendues.<sup>1166</sup>

---

<sup>1165</sup> Rapport 2008-2009.

<sup>1166</sup> Rapport 2006-2007.

Cette notion de citoyenneté est indissociable d'ARTE, et figure par ailleurs dans le Contrat d'Objectifs et de Moyens d'ARTE France. Une citoyenneté concrétisée par nombre d'actions culturelles, mais aussi dans ces engagements éducatifs, et écologiques.

C'est une chaîne citoyenne car elle se veut *engagée dans la société*. Il y a eu des engagements à faire des activités dans les prisons par exemple, de se lier avec des festivals, de faire un travail de *médiation culturelle*, tout cela fait partie de cet engagement citoyen. Nous travaillons sur des objets qui ne sont pas uniquement des objets de télévision, prenez par exemple Educ'ARTE.<sup>1167</sup>

La partie Allemande ne rédigeant pas ce type de contrats, il est difficile de mesurer la valeur de cette notion Outre-Rhin, les pôles allemands remplissent leurs fonctions de coordination et d'apport en contenus à Strasbourg, et la partie française semble plus dynamique dans ces actions de médiation. L'Allemagne n'est cependant pas en reste, nombreux sont les festivals culturels en tout genre sur le territoire allemand, couverts de près ou de loin par ARTE. La chaîne y est aussi reconnue comme instance associée au rayonnement d'évènements culturels. La chaîne a un impact réel en Allemagne, et est initiatrice d'ateliers et activités culturelles, en témoignent les dires de Claire Doutriaux au sujet de l'émission *Karambolage* :

[...] en Allemagne malgré des audiences qui ne décollent pas, on est sans cesse invités, ça fait toujours un peu le « buzz » quand on présente l'émission. Et même, dans tous les Länder du Nord de l'Allemagne, et en Autriche aussi, les élèves travaillent sur des concours vidéo formats *Karambolage*.<sup>1168</sup>

Si les nouvelles technologies ont rendu possible la télévision participative, ARTE a, dès ses premières années de diffusion, joué un rôle pionnier dans ce domaine, avec un service téléspectateur actif, avec un intérêt tout particulier pour l'actualité culturelle et européenne. Bien avant la mise sur le marché de nouveaux supports tels les smartphones et tablettes, ARTE a joué sur l'interactivité, justifiant en partie sa vocation interculturelle, sa vocation de rapprochement des peuples. Et ce rapport étroit avec le public explique sa très bonne position dans les sondages de satisfaction, même si cette dernière obtient des taux d'audiences plus modestes.

---

<sup>1167</sup> Emmanuel Suard, interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>1168</sup> Claire Doutriaux, interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche d'ARTE France, Vanves.

## **b) ARTE et le renouvellement du discours interculturel médiatisé.**

La thématique du numérique traitée dans le chapitre précédent nous a menée à quelques réflexions au sujet de la constitution d'un *nouveau* discours interculturel, et des nouvelles formes que celui-ci peut prendre grâce à la multiplication des supports de diffusion, leur facilité d'accès, non plus seulement à domicile, mais aussi en nomade. Le web fait désormais entière partie des stratégies de la chaîne, de son mode global de production. Les programmes sont tant pensés pour l'antenne que pour le web. La chaîne est en constante évolution. Pionnière dans la télévision bilingue, elle est également pionnière dans la HD, le numérique, la 3D, le 360°. ARTE remplit sa mission citoyenne, s'adapte à la demande et aux nouveaux modes de consommation. Profondément tournée vers l'humain, elle est en mesure de proposer de nouveaux formats adaptés aux nouveaux modes de consommation, et propose une nouvelle approche des médias. ARTE rayonne ainsi tant grâce à son support d'origine qu'est la télévision, que sur le web. La chaîne a su créer du lien entre tous les acteurs de l'audiovisuel, avec ceux de la culture et de la création. Elle incite elle-même à la création et soutient les auteurs émergents. La nature expérimentale de la chaîne fait entière partie de son identité, de son ADN. Après avoir passé avec brio les tests du satellite, puis du numérique, la chaîne rayonne désormais sur le web. Alors qu'elle fut la première à passer en diffusion haute définition, elle s'essaye aujourd'hui aux technologies immersives, la 3D et le 360°. Ses nouveaux défis résident clairement dans le numérique et le multilingue. ARTE cherche à consolider ses audiences, à rajeunir ses publics, et la stratégie multi-support lui permet non seulement d'attirer les jeunes actifs, mais surtout de se montrer flexible, en convenant ainsi à tous les profils, et donc tous les modes de consommation. Le site web, régulièrement renouvelé, enrichi, repensé, propose des formes supplémentaires, complémentaires, permettant a priori de solutionner cette problématique à l'origine inéluctable en télévision de concordance des habitudes, des moyens, des attentes des consommateurs. La problématique du *prime-time* est écartée, puisque les publics peuvent désormais consulter leurs contenus favoris à toute heure. Ceux-ci sont pensés dans cette nouvelle optique, bi-média, et respectent la même ligne éditoriale à perspective européenne. Outre sa lutte continue pour la parité de diffusion et de réception de ses contenus en France et en Allemagne, lutte ardue du fait de vecteurs stratégiques (l'intégration dans des paysages audiovisuels distincts et divergents), technologiques (câble en Allemagne versus réseau hertzien terrestre en France), la chaîne a su miser sur l'établissement d'un rapport particulier avec son public. C'est aussi en se détachant de l'unique support télévisuel qu'ARTE a su s'imposer comme chaîne de qualité. Elle s'est

ainsi engagée dans une réelle mission de médiation culturelle, décidément tournée vers les citoyens.

ARTE semble tellement ancrée dans sa politique de proximité avec les publics, inhérente à ce pourquoi elle a été créée, qu'elle reste à l'affût des grandes évolutions, des pratiques et usages de consommation de contenus médiatisés. Au sujet de la consommation web, Français et Allemands se rejoignent d'ailleurs en partie, ce qui n'a jamais vraiment été le cas en télévision. Une problématique qui ne semble pouvoir être résolue puisqu'aujourd'hui, ARTE procède toujours à de nombreux décrochages, et montre ainsi qu'il est impossible de rassembler deux populations face aux mêmes programmes et à la même heure, de proposer un *prime-time* unique, convenant pleinement aux deux.

Alors qu'ARTE mise de plus en plus sur l'innovation, la création, l'accessibilité, l'une de ses stratégies les plus palpables, et ce sur tous les écrans, l'*ancrage dans l'actualité* reste l'un des fondamentaux. La chaîne franco-allemande s'appuie ainsi sur sa vocation culturelle au sens large du terme pour s'affirmer comme chaîne de décryptage de phénomènes sociaux. Cela n'est pas sans rappeler le fait que le Journal d'Information a été pensé et accepté par les responsables de la chaîne parce que les actualités constituent elles aussi la *culture*. Sans non plus s'enfermer dans une programmation dite *anniversaire*, ARTE constitue sa grille en résonance avec l'actualité, une actualité européenne afin de toucher le public le plus large possible. Son site web se renouvelle régulièrement afin d'être moderne, le plus représentatif d'une part des attentes esthétiques du moment, mais aussi représentatif des grandes actualités. En 2020, ce dernier se présentait sous forme de catalogue très simple d'accès visuellement, composé de vignettes disposées horizontalement selon les genres ; cinéma, culture, histoire, décryptage et investigation, téléfilms, séries etc.

Lors de la crise sanitaire liée à la Covid-19, ARTE mettait en ligne un contenu spécial, pensé pour aider parents et enseignants à mettre en place une certaine continuité pédagogique alors que les écoles restaient fermées. Notons que France Télévisions mettait elle aussi en place une programmation spéciale dédiée à l'éducation, et répondait ainsi, tout comme ARTE, au dispositif Nation Apprenante. Fin 2020, la chaîne mettait à disposition des étudiants via la plateforme ARTE Campus plus de mille vidéos et divers outils pédagogiques pour leur faciliter l'accès à l'enseignement à distance, et ce en format multilingue (français, allemand et anglais). ARTE Campus offre en outre diverses possibilités d'élaboration de travaux universitaires grâce à un large panel d'outils. France Télévisions bousculait sa programmation

linéaire pour diffuser des cours assurés par des enseignants sur ses antennes, selon un réel emploi du temps, calqué sur les modèles d'enseignement français classiques, de 9h à 16h15, complété sur son site web par une collection de programmes. La chaîne franco-allemande paraissait quant à elle sur le web, ne diffusait pas de cours à l'antenne puisque ses contenus foisonnent de formats ludiques, pédagogiques et éducatifs, toujours diffusés mais lors de cette période mis en avant, à l'instar de *Karambolage*, *Xenius*, *ARTE Junior*. La chaîne créait son catalogue pédagogique en ligne, destiné à tous les niveaux d'enseignement, faciles d'accès puisque sur la page d'accueil du site web sous la dénomination « Nation Apprenante ». En un clic, parents, enseignants et élèves avaient ainsi accès à toutes les émissions reconnues comme étant pédagogiques par ce dispositif, cataloguées selon leur nature, *Xenius* (produite en Allemagne) pour les sciences, *Points de Repères* pour l'histoire-géographie (France), *Le Dessous des Cartes*, pour la géopolitique (France), *A musée vous, à musée moi*, culture (France), *Karambolage*, culture (France) *Réviser sa philosophie autrement*, *Streetphilosophie* (Allemagne), *Visites Guidées dans les plus beaux musées du monde : Seul au musée* (Allemagne), *La magie des grands musées* (Allemagne), *Les records animaliers* (Junior, France et Allemagne) *Ils ont ton âge* (Junior, France et Allemagne), *Vraiment Top ! Savoir tout sur tout* (Junior, Canada), *La Science de l'illusion*, *Remue Méninge* (Junior, Australie). Plutôt que de produire des contenus éducatifs inédits à destination de l'antenne linéaire, dispositif coûteux, ARTE a organisé cette bibliothèque de contenus pédagogiques, et a proposé ses ressources disponibles sur la plateforme Educ'ARTE en toute gratuité, un catalogue particulièrement riche de plus de 1300 vidéos de toutes disciplines, toutes en accès libre, en français, allemand et anglais. Notons cependant que ces élans de mise à disposition de contenus éducatifs lors du confinement n'ont été promus et menés que par la partie française, et actent une divergence des pratiques entre Français et Allemands. Contrairement à la partie française, la page d'accueil de la version allemande du site web d'ARTE ne renvoyait pas à ce catalogue spécial confinement. Le catalogue, « *Wissen für Groß und Klein* »<sup>1169</sup> existait lui aussi, avec les mêmes contenus, mais dans un onglet dédié aux sciences, sans avoir été particulièrement mis en valeur sur le site. Une stratégie qui s'explique par la politique allemande, alors que tous les établissements français fermaient sur l'ensemble du territoire, les différents Länder ont pris leurs décisions au cas par cas, avant que l'ampleur de l'épidémie ne pousse le gouvernement fédéral à prendre des mesures plus strictes. Les écoles allemandes ont en outre ré-ouvert plus tôt qu'en France, et l'Allemagne demeure nous

---

<sup>1169</sup> « Savoirs pour grands et petits. »

l'avons vu très vigilante quant à la notion d'éducation à l'aide d'outils numériques. La plateforme Educ'ARTE est d'ailleurs bien franco-française, bien que soutenue par l'OFAJ/DFJW, l'ADEAF (Association pour le Développement de l'Enseignement de l'Allemand en France), cofinancée par le programme Europe Créative-Média de l'Union Européenne, ainsi que le Fonds Européens de Développement Régional.

Si le suivi scolaire sur les plateformes numériques semble être avant tout une décision française, notre analyse du site lors de la période de confinement montre aussi des manœuvres plutôt propres aux mœurs politiques culturelles allemandes, en particulier le soutien aux artistes, un sujet par ailleurs plusieurs fois évoqué dans le Journal d'ARTE. La plateforme ARTE Concert mettait en outre en place un dispositif inédit, *United We Stream*, en réaction à la fermeture des clubs et autres lieux d'expression musicale Berlinoise, une véritable tradition en Allemagne, particulièrement à Berlin. La chaîne créait ainsi un *livestream* dans les lieux connus de Berlin, afin de soutenir les artistes et leur permettre de continuer à jouer. Sur le site web de la chaîne étaient ainsi diffusées des séances de *clubbing* virtuels, les artistes se produisant seuls dans les clubs fermés au public, mais retransmis en direct. L'idée s'est rapidement répandue et ces *lives* ont aussi eu lieu à Paris, Moscou, New-York, Hô Chi-Minh-Ville et Bangkok. Malgré le confinement, malgré les mesures de distanciation physique, ARTE est ainsi parvenue à créer un lien entre ses publics, entre ses publics et les artistes qu'elle soutient.

Toujours en quête d'un ancrage dans l'actualité, la chaîne mettait sur pied la série web *VIRAL : Journal Mondial d'une Pandémie*, produite par la partie française, une série d'épisodes filmés de manière très brute, en caméra embarquée, les journalistes se filmant seuls, selon le mode du *mobile journalism* souvent propre à l'investigation, et proposaient ainsi un tour du monde de la pandémie et de ses conséquences, avec leurs propres moyens, le domaine de l'information étant lui aussi restreint par les règles sanitaires adoptées.

ARTE dépasse largement les fonctions premières de l'audiovisuel que sont la diffusion et la création, et sa grande particularité réside en ses fonctions de médiation, jusqu'alors relativement méconnues des autres chaînes. ARTE souhaite dépasser les références nationales, et cela n'est possible que grâce à ses capacités fortes de médiation, ses actions citoyennes. La tâche fut d'autant plus complexe qu'il n'existait, au moment de sa création, aucun public européen, un espace public qui n'existe à l'heure actuelle toujours pas, mais qui a tout de même vu se multiplier quelques élans. Le numérique permet surtout un accès



simplifié aux contenus internationaux, et les publics se sont ainsi peu à peu habitués à s'écarter de leur paradigme national, notamment grâce aux plateformes de séries, qu'ils regardent de plus en plus en version originale sous-titrée et permettent la diffusion d'*items* extranationaux. ARTE entre dans cette veine en transmettant un cinéma et des contenus provenant des quatre coins du monde, et habitue ses publics à d'autres codes esthétiques et culturels. Le flux de contenus internationaux s'est intensifié depuis la création d'ARTE, et encore plus ces dix dernières années. Grâce à l'expansion d'Internet et des plateformes de séries, les publics se sont habitués à l'*Autre*, sont plus ouverts et plus curieux. ARTE a largement justifié et répandu sa position de chaîne d'expérimentation, de qualité, de sorte à pouvoir toujours se permettre de bousculer ses publics.

Alors que la télévision semble peu à peu boudée, condamnée à être le média des populations vieillissantes et délaissée par les publics plus jeunes, le confinement lui a, en quelque sorte, donné un nouvel élan. Elle s'est ancrée plus fort dans la sphère privée des populations, et si le numérique a lui aussi joué un rôle important, les chaînes de l'antenne linéaire s'attelaient toutes à proposer des contenus éducatifs, pédagogiques, des sessions de sport à la maison ou de cuisine en direct...La télévision joue toujours ce rôle si important au cœur des familles. Ces nouvelles pratiques ont, d'une certaine manière, dépoussiéré la télévision pendant le confinement. À titre d'exemple, Canal Plus proposait un accès libre à ses programmes, et fut rapidement suivi par la télévision d'Orange. Certaines chaînes, profitant de la popularité de leurs nouveaux formats en direct, ont d'ailleurs poursuivi l'aventure après le confinement, à l'instar de M6 et ses cours de cuisine en direct et en interaction avec ses publics à l'aide d'appels *visio*. À l'heure où la télévision cherchait à se renouveler, et n'hésite d'ailleurs plus à montrer ses dispositifs de captation sur ses plans larges – une esthétique que l'on retrouve chez *Square Salon* – le confinement semble avoir renforcé cet ancrage dans la sphère privée des publics. Les procédés mis en place lors du confinement ont poussé les responsables de chaînes à accepter que l'ensemble des dispositifs techniques soient montrés aux publics, et a donné à la télévision une nouvelle esthétique, qui assume les problèmes techniques, les improvisations. ARTE peut ainsi probablement se permettre de proposer de nouveaux formats, de prendre de nouveaux risques, et ne pas uniquement investir fortement dans le numérique, bien que ce dernier soit effectivement le nouveau vecteur de propagation d'un discours interculturel et promotionnel de l'Europe. La crise de la Covid a en outre accéléré le processus d'usage massif des supports numériques, en témoigne le néologisme « Édutubeurs », ces vidéastes de *Youtube* proposant des contenus éducatifs. Bien que

particulièrement efficient, le numérique met tout de même en exergue quelques disparités. Il est certes un nouveau vecteur dans la constitution d'un discours interculturel médiatisé mais nous avons pu constater que, si l'apport en contenus linéaires respecte bien la parité, Contrat de Formation oblige, ce n'est pas le cas sur le web. L'utilisation de supports numériques et des réseaux sociaux est d'autant plus légitime qu'ils constituent une nouvelle façon de penser le discours interculturel audiovisuel, et parce que le numérique fait émerger une communauté participative, qui permet au discours de tendre vers le dialogue entre les peuples, et ce de manière bien plus visible et palpable que ne le faisait la télévision. ARTE semble être parvenue à créer un espace de dialogue, de distribution de créations, grâce à ce nouvel outil. Le numérique offre à ARTE une nouvelle visibilité, et non des moindres.<sup>1170</sup> La grande qualité de l'outil numérique, d'Internet, réside certes dans sa nature extensible, ainsi que la grande liberté qu'il offre aux publics en termes de consommation – à toute heure et sur de nombreux supports – mais aussi dans sa capacité à rassembler son auditoire, et cela a toute son importance pour les bâtisseurs d'ARTE, car il s'agit là d'un auditoire potentiellement bien plus large qu'en télévision. À l'heure où les responsables d'ARTE ont su montrer leur volonté de se faire une place sur le numérique et les réseaux sociaux, avec un site web particulièrement bien conçu, à l'interface à la fois ludique et intuitive, avec une vraie dynamique d'interaction notamment sur Instagram, et quelques essais sur l'application Snapchat, ARTE pourrait multiplier ses interactions directes avec ses publics. Internet permet finalement de se détacher du système de message à sens unique qu'offre la télévision et permet un transfert de ce discours vers le *dialogue*, l'*échange*. Les téléspectateurs, les utilisateurs, peuvent désormais dialoguer, réagir, participer, et ARTE, en élargissant ainsi ses supports de diffusion et d'interaction, pourra tendre de plus en plus vers une plateforme de dialogue, un véritable forum culturel et européen, une plaque tournante des biens culturels médiatisés. Pour se faire, la chaîne pourrait s'appuyer plus encore sur les nouvelles plateformes populaires, telles que la plateforme *Twitch*<sup>1171</sup> dont la communauté va ascendante, destinée au départ à la diffusion en direct de jeux vidéo, avec une fonction *chat* permettant à tous les participants – joueurs comme spectateurs – d'échanger en direct. Les fonctions de cette plateforme de *streaming* se sont depuis bien élargies, et ses utilisateurs s'y retrouvent

---

<sup>1170</sup> « Tous les jours sur le numérique on fait près d'un million de vidéos vues » Interview avec l'un des responsables d'ARTE, Strasbourg. « On met en ligne à peu près entre 400 et 600 vidéos par an, des petits formats et des concerts entiers, et 350 *lives* par an environ. » Emelie De Jong, interview du 04 décembre 2017, ARTE France, Issy-les-Moulineaux.

<sup>1171</sup> La chaîne Youtube *le Vortex* coproduite par ARTE fait de plus en plus souvent appel à des vidéastes de la plateforme afin d'évoquer et de vulgariser de multiples sujets (histoire, philosophie, archéologie, biologie, linguistique etc.), et développe ainsi sa culture numérique en touchant une génération plus jeune, en s'adaptant toujours aux nouveaux usages.

pour d'autres échanges, musicaux, discussions... En octobre 2020, Alexandria Ocasio-Cortez, l'une des représentantes démocrate de Joe Biden, a organisé une session de jeu sur la plateforme et profitant de ses quelques 435 000 spectateurs pour les encourager à aller voter. ARTE dispose d'une chaîne sur la plateforme, afin d'y exposer sa part de *culture geek*, mais n'a pour l'heure proposé que quelques rendez-vous et ne nous a pas semblé très active. Depuis 2021, ARTE se montre plus dynamique sur *Twitch*. En février 2021, la chaîne y proposait un direct consacré à l'atterissage du robot Perseverance sur Mars, présenté par le vidéaste Patrick Baud, alias Axolot, bien connu des utilisateurs de la plateforme. Si l'émission s'est vue diffusée sur cette plateforme en ligne, les codes de la télévision y sont perceptibles, avec une esthétique propre à ARTE : un plateau très neutre, et chaleureux comparable à celui de *Square Salon*, des invités spécialistes de la question traitée, des images d'illustration, un habillage et des *synthés* pour présenter les intervenants. Le public s'y est montré particulièrement actif, profitant des fonctions *chat* de *Twitch* pour poser leurs questions, ou converser entre eux pendant la diffusion. Le 03 mars 2021, ARTE lançait en outre son programme *talkshows et podcasts*, « Jour de Play », avec une diffusion prévue en direct un mercredi sur deux à 20h30, après avoir testé un pilote en octobre 2020. La première diffusion officielle comptait un peu plus de 14 000 spectateurs. ARTE pourrait ainsi multiplier ses interventions sur la plateforme, ou bien utiliser son propre site web, ou créer une application dédiée à cela, et organiser des directs parfois pointus en faisant intervenir des spécialistes et ses journalistes, en s'appuyant sur le *chat* pour faire interagir les participants depuis leur domicile, pourrait organiser des directs plus légers lors de grands événements culturels, des concerts, des sorties de film, ou bien encore élargir les fonctions de *Karambolage*, en proposant de se faire rencontrer des utilisateurs francophones et germanophones autour de jeux, d'anecdotes à la *Karambolage*... avec ce type d'outils, les possibilités et les combinaisons sont infinies pour rendre *participatif* le discours interculturel médiatisé, pour construire et renforcer une « communauté ARTE », et donc un public un peu plus européen qu'il ne l'est actuellement. En télévision comme sur le web, la solution pour rassembler les publics européens semble se trouver en partie dans le *direct*, c'est en multipliant les grands directs qu'ARTE atteindra un vrai statut de *forum de l'interculturel médiatique*.

L'on peut affirmer qu'ARTE est médiatrice, citoyenne, et qu'elle s'adapte en permanence pour que ses diffusions et ses modes de consommation soient adaptés aux usages de ses publics. L'on peut dire que la chaîne cherche à se populariser, pour reprendre le terme

utilisé par Liane Rothenberger<sup>1172</sup>, mais nous ne l'utilisons pas dans son sens péjoratif, mais bien dans son sens premier, celui le rattachant à la notion de peuple, de citoyen. Si toutes les chaînes de télévision cherchent à s'adapter, ARTE montre une vraie dynamique de renouvellement et d'expérimentation qui la détache de ses homologues. Les trente ans de la signature du Traité Interétatique furent l'occasion pour la chaîne de s'affirmer encore un peu plus dans le monde du numérique. Après une refonte du site en 2020, ARTE relançait son offre en adoptant un principe assez similaire à celui de *Netflix*, en rendant possible l'accès à de nombreuses séries, inédites ou cultes, avec cependant une particularité la détachant du géant américain : la gratuité de l'offre et une recherche de qualité et non de la quantité. Le 03 octobre 2020, ARTE s'est ainsi positionnée officiellement dans le marché mondial de la série, dont la courbe de consommation est exponentielle. Avec « En thérapie » (réal. E. Toledano et O. Nakache), disponible en intégralité sur sa plateforme en ligne, ARTE s'offrait une belle visibilité dans le monde de la série<sup>1173</sup>. Cette nouvelle offre n'a pas été pensée pour être complémentaire de la chaîne linéaire, mais elle est bien indépendante, supplémentaire.<sup>1174</sup> Si la stratégie de rajeunissement de la chaîne est ici évidente, il s'agit aussi d'une nouvelle politique d'accès, de flexibilité, d'adaptabilité : un reflet des *compétences acquises* dans tout *système interculturel fécond et dynamique*.

L'analyse des grandes évolutions de la programmation, ainsi que des nouvelles stratégies de la chaîne sur le plan technologique montre tout l'intérêt que portent les architectes d'ARTE au citoyen, aux téléspectateurs. L'accessibilité aux programmes culturels et de qualité, tout comme l'ouverture aux publics sont au cœur des grands axes de réflexion et d'innovation du canal franco-allemand. En avril 2021, ARTE lançait par ailleurs sa nouvelle chaîne sur le canal 77 des téléviseurs connectés en s'appuyant sur la technologie HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV). Ainsi, tous les utilisateurs munis d'une « *smart TV* », donc munis d'une connexion internet sur leur téléviseur ont la possibilité d'accéder aux programmes d'ARTE délinéarisés, de retrouver tous les programmes disponibles en ligne, comprenant un guide des programmes, des recommandations, des *playlists* à thème (info et société, cinéma,

---

<sup>1172</sup> Rothenberger, Liane. *Von elitär zu populär? Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte*. 2008.

<sup>1173</sup> Du 04 au 10 mars 2021, « En thérapie » se trouvait ainsi en 5<sup>e</sup> position du classement « Les séries les plus vues sur les plate-formes » proposé par le site betaserries.com. Sur le très populaire site allocine.fr, cette même série prenait la tête du classement des séries les mieux notées.

<sup>1174</sup> Quelques semaines plus tard, les groupes France Télévisions (France 2, France 3, France 4, France 5, France Info), TF1 (TMC, TF1 Séries Films, TFX, LCI, TV Breizh, Ushuaïa TV, Histoire TV) et M6 (W9, 6ter, Gulli, Téva, Paris Première) annonçaient eux aussi l'ouverture d'une plateforme numérique de streaming et en direct : SALTO, payante, proposant des films, des séries françaises comme étrangères, documentaires, programmes jeunesse, avant-premières et *replay* de l'antenne linéaire.

séries et fictions, culture et pop, ARTE concert, sciences, voyages et découvertes, histoire). Si la proposition est intéressante car elle rajeunit, dans une certaine mesure, l'objet en tant que tel, il s'agit finalement de rendre accessible les contenus du site web sur téléviseur. Les utilisateurs sont en outre dans l'obligation de posséder un appareil compatible. Cette technologie inhérente à la consommation à la demande participe selon nous de l'effacement progressif de l'antenne linéaire, un recul de l'interculturel télévisuel donc, qui, à l'origine, encourageait pourtant la production d'un *programme commun*, à destination des Européens, et en *simultané*. Il nous semble fondamental de pouvoir créer des rendez-vous communs, bien que le public soit désireux d'une programmation « sur mesure ». Si ARTE prouve une fois n'est pas coutume sa fine expertise des attentes de ses publics, que la chaîne contribue bien aux transferts de biens culturels à l'échelle européenne, la véritable rencontre, franco-allemande ou européenne, n'a pas vraiment lieu. Sa nature lui permet d'expérimenter et ses responsables pourraient profiter de son rayonnement pour faire éclore un véritable espace médiatisé de dialogue européen, en proposant toujours plus de rencontres sur leur antenne linéaire ou leurs réseaux sociaux, *Youtube* et *Twitch* permettant aisément de « tester » ce type de contenus, de nouveaux formats.

Sa renommée en termes de création, en tant que laboratoire d'expérimentation, a conquis bon nombre de producteurs et d'auteurs, ce qui lui confère nous avons pu le démontrer, une place particulière dans le paysage audiovisuel et culturel européen. Son caractère transnational, ses équipes internationales lui permettent de puiser dans des ressources extraordinaires, et de s'affirmer comme chaîne symbole du rapprochement des cultures, dans la continuité de ce qu'avaient initié F. Mitterrand et H. Kohl lors de sa conception. Résolument tournée vers son public, ARTE s'est détachée de l'unique support télévisuel, sans pour autant le négliger. Au fait des attentes de son public, le canal franco-allemand a amplifié sa présence sur la toile, sur les réseaux sociaux, et s'est montré toujours plus actif dans la participation à de grands événements culturels à portée européenne, voire mondiale. ARTE est sans conteste la chaîne gage de qualité, et elle a su transposer ce label hors des écrans pour se mouvoir incontestablement en un *vecteur franco-allemand de médiation culturelle européenne*. La grande particularité de ce média reste son attachement aux citoyens : à l'affût de leurs attentes, désireuse de les rapprocher autour d'une cause commune qu'est la culture, la compréhension de l'*Autre*, le rapprochement européen, elle se distingue des grandes chaînes populaires. ARTE cultive une pratique singulière qui n'est pas nécessairement associée aux chaînes de télévision, celle d'une pratique de médiation, palpable à travers sa forte présence

sur les forums de la culture et de l'audiovisuel, ou encore l'organisation de manifestations et festivals à teneur culturelle.

Les médias sont en mesure d'endosser ce rôle médiateur, culturel, et doivent l'assumer et le développer à l'heure où l'on peut se questionner sur la place de la culture dans les débats publics. ARTE est parvenue à mettre en place un *dialogue en interne*, un *dialogue interculturel* lui permettant ensuite de constituer son *discours de promotion et de formation à l'interculturel*. Une expression à l'échelle extranationale permettant de brasser les cultures, de les faire se confronter, de participer aux transferts de biens culturels. Au même titre que certaines institutions franco-allemandes, à l'instar de l'OFAJ par exemple, ARTE favorise le dialogue, donne à voir les spécificités culturelles des peuples d'Europe, et du monde. Au fil des ans, ARTE a en outre multiplié ses partenariats et coopérations, l'organisation de rencontres et de festivals internationaux, ainsi que ses actions de soutien à la création. La chaîne prouve que l'interculturel se fonde avant tout sur la reconnaissance de l'*Autre*, que le dialogue, lorsqu'il est fécond, conduit non seulement au rapprochement, mais aussi à l'enrichissement de chacun des sujets participants. C'est la raison pour laquelle ARTE cherche à diffuser la culture sans l'effriter, en cherchant à la populariser – ou plus exactement la *démocratiser*, la rendre accessible au plus grand nombre – et en dépassant son rôle de simple diffuseur. Le discours interculturel télévisuel se fonde ainsi non seulement sur la diffusion d'un programme pensé pour pouvoir rayonner à l'international, un discours de formation et de promotion de l'interculturalité, mais aussi sur le soutien à la production et le développement de manifestations culturelles. En ce sens, le développement des grands médias de communication, en particulier Internet, est positif, puisqu'il permet une ouverture encore plus large sur l'*Autre*. Le flux grandissant d'informations, de données culturelles dans le sens large du terme favorise grandement les transferts, mais cache aussi une autre problématique, celle d'un intérêt apparent, mais erroné pour les autres cultures, masquant en fait un ethnocentrisme relatif. Le flux continu de données sur le web n'est-il pas finalement qu'une sorte d'immense vitrine sans réelle substance ? Un monde soi-disant ouvert sur l'*Autre*, sans qu'il n'y ait d'échanges réels ? Où se situe la médiation que propose ARTE ? Les flux communicationnels sont toujours plus importants, mais restent en grande partie superficiels, les processus de compréhension, de signification de l'*Autre* ne se mettant en place qu'avec un réel travail de fond, comme a pu et peut le faire ARTE nous l'avons montré en nous intéressant aux relations internes au sein de la chaîne ainsi qu'à sa genèse.

**c) ARTE, un discours télévisuel pleinement interculturel ? Perspectives critiques et suggestions.**

À travers ses contenus, ARTE souhaite donner aux spectateurs l'opportunité de comprendre l'*Autre*, et ainsi favoriser l'échange et le dialogue. ARTE constitue, semble-t-il, un intermédiaire entre les cultures, se profile comme *chaîne médiatrice*, et remplit tant des fonctions propres à divers corps de métiers (journalisme, traduction, éducation), que des fonctions divertissantes associées à la télévision. ARTE semble parvenir, au vu de sa longévité, à constituer une forme de discours interculturel, un discours qui lui-même incite à nouveau au dialogue, une forme de discours implicite, via une ligne éditoriale singulière, en faveur de l'Europe et de la culture.

L'étude des rapports entre les pôles constituant la chaîne tend à souligner que les rapports à la culture influencent l'apport en programme, tout comme le système même de fonctionnement des deux entités nationales que sont ARTE France et ARTE Deutschland. L'opposition fédéralisme / centralisme joue un rôle important et, nous l'avons montré, l'apport français coïncide plutôt avec les événements culturels parisiens, alors que l'apport allemand semble plus représentatif de l'ensemble du territoire Outre-Rhin.

La programmation n'est cependant pas moins riche en France du fait de son centralisme, tout comme le fédéralisme n'apporte pas nécessairement plus de richesse aux contenus proposés à la partie allemande.

La France a une excellente histoire culturelle, documentaire, les productions françaises sont très qualitatives. Cependant en Allemagne effectivement grâce à la décentralisation nous avons plus de fonds locaux, parfois c'est plus facile à monter. Certains documentaristes français renommés travaillent même parfois avec la WDR ou la BR pour faire leurs produits pour ARTE, donc tout cela se mélange. Mais le fédéralisme ici n'apporte pas forcément plus de richesse culturelle, et une chaîne comme la WDR ou la BR doit tout de même contenter son public ; la BR le public bavarois par exemple. Cela peut être un problème, le fait que les produits proposés par l'Allemagne ne doivent pas être trop ancrés localement, parce que sur ARTE ça n'a pas d'intérêt. On ne cherche pas à contenter uniquement les Sarrois ou les Bavarois, mais bien un public large, européen. Et puis nous avons aussi un apport de programme depuis l'Europe, les Autrichiens, les Finlandais, Belges, etc. On ne peut pas dire que parce qu'il y a centralisme d'une part et fédéralisme de l'autre qu'il y a plus de variété dans les produits proposés. Après l'on verra une différence bien sûr entre les apports d'une petite chaîne de l'ARD contre la

ZDF, parce que les moyens sont différents, mais ce sont d'autres critères qui jouent un rôle dans la qualité.<sup>1175</sup>

La partie française semble se montrer plus soucieuse d'un soutien à la création, notamment cinématographique, et entretient des rapports étroits avec ses partenaires culturels – dans leur majorité parisiens. L'ARD et la ZDF, qui constituent la branche allemande d'ARTE, exploitent quant à elles leurs stocks, et utilisent ARTE comme une plateforme d'essai avant une diffusion sur leurs propres canaux. Si les deux télévisions Allemandes semblent s'ancrer dans une perspective financière, la stricte ligne éditoriale d'ARTE les force à ne proposer que des contenus culturels, européens, qualitatifs. La part allemande de la programmation n'en n'est donc pas moins pertinente. La tradition de télévision culturelle est en outre bien plus ancrée en Allemagne qu'elle n'a pu l'être en France.

Bien que l'ARD et la ZDF profitent de ce système de recyclage, les contenus proposés correspondent aux attentes des responsables de la programmation. Nous l'avons déjà évoqué, la partie française, perçue par les Allemands comme élitiste du fait de la programmation originelle de La Sept, a dû s'adapter, et ARTE offre actuellement des programmes répondant à une définition large de ce qu'est la culture, un *erweiterte Kulturbegriff*, soit la culture patrimoniale, artistique, les traditions et modes de vie... Ainsi, la culture peut, si elle n'est pas acceptée, être à minima diffusée, et donc partagée et transmise, et ce permettant de renforcer la cohésion entre les nations.

[...] il y a des thèmes qui nous réunissent et qui sont universels ; la musique, la nourriture, le sexe ou les guerres. La chance que l'on a à l'unité culture, c'est que la musique dépasse ainsi toutes les frontières et même des artistes français peu connus peuvent trouver un public en Allemagne, et inversement. Autour de la nourriture il y a quelque chose qui nous relie aussi... finalement l'on pourrait dire que c'est la culture qui nous relie les uns aux autres, car la culture est un héritage commun...<sup>1176</sup>

Les références culturelles de chacun des deux pays engagés dans le projet ARTE sont bien connues des responsables de la programmation, et une ligne éditoriale a pu être strictement définie afin de convenir au mieux aux deux publics récepteurs. Tous les programmes soumis à l'étude par la Conférence des Programmes ne respectent cependant pas toujours l'ensemble de ces exigences. Si chaque contenu se doit d'être composé, rédigé, monté de sorte à éviter tout ce qui pourrait créer des différences dans sa réception, ces derniers méritent parfois des

---

<sup>1175</sup> Annette Gerlach, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.

<sup>1176</sup> Claire Isambert, interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg.



ajustements, ou tranchent avec les attentes de la chaîne, mais sont retenus car ARTE baigne aussi dans une politique de curiosité, d'expérimentation, de recherche permanente de nouveaux formats. Dans ce cas, les outils d'adaptation sont variés, allant du simple ajout de commentaire à un travail de réécriture. D'autres solutions existent, et ne s'ancrent cette fois-ci plus dans le fond mais dans le travail d'insertion dans la grille des programmes. ARTE se permet ainsi de *décrocher*, en veillant à toujours proposer les mêmes contenus, mais plus à la même heure en France et en Allemagne, afin de mettre en avant le programme attendu par les Français en France, par les Allemands en Allemagne.

Alors que la solution du décrochage nous a été présentée lors de nos enquêtes, comme ponctuelle et mesurée, nous avons pu constater que les grilles française et allemande, si elles contiennent chaque jour les mêmes productions, s'éloignent parfois nettement l'une de l'autre. Une question se pose alors, et souligne deux cas de figure bien distincts, deux conceptions différentes de l'interculturel télévisuel : les décrochages et inversions de programmes actent-ils un recul de l'interculturel télévisuel ou bien en sont finalement l'une des manifestations ? Le fait de ne pas être en mesure de proposer strictement le même programme aurait tendance à nous faire pencher vers la première réponse, mais le fait que les responsables de la programmation soient en mesure d'évaluer la pertinence de certains programmes, et donc de les décaler d'un côté ou de l'autre pour favoriser leur visibilité acte aussi une vraie connaissance de la culture, du paysage audiovisuel de l'*Autre*, bref, de réelles compétences interculturelles appliquées à la télévision et aux médias de masse. Nous ne cachons cependant pas être en faveur d'une vraie programmation commune, comprenant le moins de décalage possible, et certains décrochages ne nous ont pas toujours semblé justifiés – dans le sens où ces derniers semblaient surtout être une solution de facilité. Nous l'avons d'ailleurs montré lors de notre analyse ciblée de la programmation, certains formats demeurent très franco-français, à l'instar du 28', qui, outre son caractère qualitatif, européen et culturel, ne trouve finalement dans son langage audiovisuel pas sa place en Allemagne. Ce dernier permet de rééquilibrer la diffusion, puisque le Journal d'Information en Allemagne est proposé plus tôt – habitudes télévisuelles obligent – mais il nous semble qu'un autre format aurait pu être pensé pour ancrer la chaîne dans l'actualité tout en étant accessible à la partie allemande.

Il s'avère que la chaîne préfère désormais favoriser l'identité européenne plutôt que franco-allemande, et un programme tel que le 28' le montre clairement. Il résulte de nos analyses que l'identité biculturelle de la chaîne s'efface progressivement de son discours – certes toujours promoteur d'interculturalité, et parfois très nettement avec *Karambolage* – et les

présentateurs, qu'ils soient d'origine allemande ou française, ne s'expriment que trop rarement dans la langue de l'*Autre*, alors qu'ARTE avait pourtant à ses débuts fait preuve d'une grande originalité et d'une vraie force européenne en faisant se rencontrer les langues et les cultures à l'antenne, dès sa soirée d'inauguration, mais encore lors des épisodes d'*Histoire Parallèle*, ou grâce à Alex Tylor et Annette Gerlach avec *Confetti*. Le multilingue, s'il est bien mené, peut pourtant être un pari payant, que seule ARTE peut se permettre d'expérimenter. L'on pourrait imaginer une émission à la modération multilingue suffisamment claire et pensée pour ne pas nécessiter de traduction, ni de doublage, grâce à des messages suffisamment contextualisés, une gestuelle particulière, des images d'illustration aidant, des mots simples choisis dans les deux langues, des jeux d'auto-traduction entre les deux modérateurs...cela montrerait aux publics français et allemands que l'on peut jouer avec les langues, qu'aucune des deux n'est inaccessible, qu'il existe un aspect ludique, facile d'accès dans l'apprentissage des langues, les inciterait éventuellement à aller plus loin, à s'intéresser à l'*Autre*, sa langue, sa culture, et renforcerait ce discours de promotion de l'interculturel. Alors que les Français ont cette image de la langue allemande comme étant difficile d'accès, brute, aux consonnes imprononçables, l'aspect ludique de cette rencontre en plateau pourrait les aider à s'y intéresser. *Xenius* s'y essaie parfois, l'émission fonctionne par ailleurs bien en France alors qu'elle demeure très allemande, et pourrait souffrir du *voice-over*. La programmation d'ARTE mériterait plus de multilingue, et ce même dans l'info. Une unique version d'une édition de l'information pourrait être proposée plutôt que les deux versions actuelles. Le travail d'écriture en amont serait bien sûr complexe, mais nul doute que les équipes d'ARTE, habituée à travailler en tandem dans l'unité information, parviendraient à mettre en place un tel format. Le journal actuel étant une réussite, il pourrait aussi être conservé tel quel, mais une version complémentaire franco-allemande pourrait être pensée. Celle-ci pourrait alors être diffusée après le Journal dans sa diffusion Allemande, avant le Journal dans sa diffusion française afin de rééquilibrer ensuite les prime-time, plutôt que de s'appuyer sur le 28' en France qui ne correspond pas du tout aux attentes allemandes. De grands moments de direct pourraient en outre être développés, selon les temps forts politiques et sociaux européens, ainsi que pour présenter des temps forts culturels, eux-aussi européens. Ces grands directs pourraient alors être pris en charge et modérés par des personnalités particulièrement compétentes dans le multilingue, afin de promouvoir ces rencontres interculturelles médiatisées, et faire rayonner la création, l'information et les grandes actualités européennes. En refusant de développer une stratégie multilingue, les responsables semblent redouter une diminution de l'audience, ne pas vouloir prendre de risques, alors

qu'ARTE semblait justement avoir été conçue pour cela, et s'affichait comme chaîne laboratoire d'expériences audiovisuelles franco-allemandes lors de sa création. ARTE serait capable d'ancrer peu à peu le plurilingue dans les imaginaires collectifs, et serait la seule à proposer un réel espace de communication interculturel vraiment efficace sur ce support.

Cette problématique de la langue reste centrale, la langue étant un élément fondamental de l'approche interculturelle. En ce sens, nous nous sommes étonnée de constater que la chaîne ne propose pas de contenus permettant l'apprentissage de la langue de l'*Autre*. La chaîne est disponible en plusieurs langues, et permet bien de s'initier à la diversité<sup>1177</sup>, mais ne développe aucune stratégie d'éducation linguistique, comme le fait à titre d'exemple *Deutsche Welle*. La plateforme Educ'ARTE, conçue par la partie française, fait pourtant tendre la chaîne vers plus d'éducatif, mais en termes de contenus, ARTE propose plutôt de participer à une approche plus globale des cultures, connaître l'*Autre*, ses comportements, ses rites, ses traditions, son histoire, et mettant le plus possible en exergue des éléments communs du passé, des traditions, des arts, afin de rapprocher ses publics, quelle que soit leur nationalité. En résolvant la problématique de la langue par diverses techniques – *voice-over*, traduction simultanée, sous-titres... – ARTE simplifie l'accès à ses contenus à un public le plus large possible, mais ne montre pas que l'apprentissage de la langue reste l'une des pierres angulaires de la rencontre et de l'apprentissage interculturels. ARTE donne à voir les esthétiques audiovisuelles et culturelles de l'*Autre*, mais l'adaptation linguistique – en particulier le doublage – écarte une partie de la richesse de la rencontre des langues. La connaissance de la langue de l'*Autre* participe pourtant grandement à la découverte de sa culture, les expressions idiomatiques en particulier sont toujours issues d'une histoire, d'une tradition ; la langue est miroir des sociétés, tout comme son évolution, et nous sommes convaincue qu'ARTE pourrait développer un axe en ce sens, grâce à sa plateforme éducative, mais pas uniquement. *Karambolage* nous l'avons relevé, propose quelques rubriques linguistique, et pourrait renforcer cet élan pédagogique, elle est l'un des formats les mieux placés pour s'y atteler. Les rubriques dédiées au juniors pourraient en outre proposer quelques formats ludiques d'apprentissage des langues, d'expressions ou origine d'expression, sur le même mode que « Les cours de dessin » court format de deux minutes lors duquel un dessinateur célèbre enseigne quelques fondamentaux pour être capable de reproduire un personnage non moins célèbre. ARTE n'étant pas à l'origine une chaîne éducative, il est tout à

---

<sup>1177</sup> Et ce aussi bien sur antenne linéaire que sur son site web, ainsi que sur *Youtube* grâce à la plateforme « Savoirs et Cultures. »

fait compréhensible que les responsables de la programmation se montrent réticents à l'idée de proposer ce type de formats. Mais en les incluant aux onglets juniors ou à *Karambolage*, ces derniers ne prendraient pas tant de place sur l'antenne linéaire. ARTE pourrait en outre imaginer une application, incluse à son site ou indépendamment téléchargeable sous le label ARTE, gage de qualité. Lors de nos interviews et enquêtes de terrain, l'évocation de cet apprentissage de la langue par ARTE n'a pas toujours été reçu positivement, certains rappelant qu'ARTE n'est pas une chaîne éducative en ce sens, d'autres soulignant le fait qu'elle est européenne et non plus nécessairement franco-allemande... quelques interlocuteurs – allemands en particulier – relevaient par ailleurs que quelques responsables français ne parlent eux-mêmes que très peu allemand, que le fait d'enseigner la langue de l'*Autre* n'est donc peut-être pas une priorité. Il nous semble cependant que le fait de faciliter l'accès à l'apprentissage de la langue de l'*Autre* renforcerait la programmation, le discours interculturel produit par la chaîne, ainsi que les relations entre employés de la chaîne. Alors que nous relevions des différences majeures entre les responsables de la programmation, plus souvent confrontés à la rencontre des langues, et les techniciens, ne parlant parfois pas un mot d'allemand, ces derniers seraient en mesure de s'améliorer grâce à des contenus proposés par le média dans lequel ils évoluent au quotidien. Alors que nous évoquions les bienfaits de la mise en place de formats bilingues, notons que la méconnaissance de la langue de l'*Autre* freine ce type d'initiatives. ARTE devrait pouvoir profiter de son image de qualité pour être la preuve qu'une rencontre des langues et qu'un apprentissage des langues par les médias est possible et pertinent. Lors de la période de confinement, nombre de chaînes ont développé les cours à l'antenne, afin que les scolaires privés d'enseignement puissent poursuivre leur apprentissage... la télévision, boudée par les jeunes générations au profit d'Internet, pourrait retrouver une place dans le cercle familial en développant un axe pédagogique aux heures de sortie d'école, plutôt que de poursuivre sa descente vertigineuse dans le divertissement pur – ce contre quoi ARTE parvient encore à lutter.

**d) ARTE, la rencontre des interculturels-sensibles et des interculturels-pragmatiques, quelques réflexions propres au management interculturel.**

Notre intérêt pour les perspectives numériques d'ARTE nous a permis en outre de constater l'existence de deux grandes tendances au sein du groupement, et de constater l'importance du pragmatisme – rarement associé jusqu'à présent aux études interculturelles, et pourtant nécessaire pour le bon fonctionnement d'une telle entreprise – Jérôme Clément le

mentionnait, et Emmanuel Tourpe, responsable des antennes linéaires et non linéaires, écartait la notion d'imaginaire au profit des notions d'usages, de consommation, propres à la télévision. Un pragmatisme qui, de prime abord, semble éloigner des théories de l'interculturel, mais qui, en télévision, et même plus largement dans tout espace communicationnel médiatisé, reste un vecteur fondamental de réussite.

Le pragmatisme fait écho aux notions de *but commun* que nous avons pu développer suite à nos enquêtes de terrain. Nous avons effectivement pu rencontrer des personnalités particulièrement compétentes dans l'interculturel, dans son sens théorique et pratique, c'est-à-dire au fait des recherches menées au sujet de l'interculturel et d'ARTE, au fait des acquis pouvant découler d'une telle rencontre culturelle et professionnelle, mais aussi conscients des malentendus, des risques, des sujets ayant vécu, travaillé ou fait leurs études dans le pays voisin... Leur discours était ainsi particulièrement influencé par ces acquis théoriques et pratiques, nous les nommerons les *interculturels-sensibles*. D'autres interviewés – non moins compétents dans l'interculturel et au sein de la chaîne – exprimaient quant à eux l'existence de différences, qu'ils déclaraient ne plus percevoir du fait de leur longévité dans la chaîne, pour la plupart des Français, alors que certains Allemands, et ce malgré leur longévité, soulignaient qu'il existe encore une forme de domination de la culture française au siège de Strasbourg. Une domination due à l'implantation du siège en terres françaises, et donc ressentie notamment dans les domaines juridiques et administratifs, mais aussi dans le quotidien de certains Allemands, bien obligés de maîtriser le français pendant que certains Français, pourtant haut placés, ne maîtrisent que peu la langue et simplement quelques mots propres à l'environnement dans lequel ils évoluent, des termes techniques en particulier. Un autre cas de figure peut ainsi être relevé, celui que nous nommerons le cas des *interculturel-pragmatiques*. Tout en étant conscients des grands tenants de l'interculturel, ces derniers préféraient finalement balayer la théorie au profit du *résultat*. Le *but* a ainsi plus d'importance que le chemin pour y parvenir, la notion d'*objectif commun* revête ici toute son importance. Ce pragmatisme est finalement propre au milieu entrepreneurial dans lequel baigne ARTE, bien qu'elle se veuille d'intérêt public et culturelle. Aucune des deux figures, qu'il s'agisse des *interculturels-sensibles* comme des *interculturels-pragmatiques* n'est moins compétente que l'autre, il ne s'agit pas ici d'établir un comparatif mais bien de mettre en exergue différentes attitudes constatées lors de nos déplacements à Strasbourg et Paris. Ces deux figures vivent et perçoivent l'interculturel télévisuel différemment, et ne se placent pas en opposition. Les *interculturels-sensibles* font eux aussi acte de pragmatisme pour atteindre leurs objectifs, les *interculturels-pragmatiques* sont eux aussi au fait de la théorie, mais

privilégient le résultat. Finalement, certains sujets mettaient plutôt l'accent sur la nature *interculturelle* d'ARTE, d'autres sur sa nature *télévisuelle, médiatique* et il semblerait que la rencontre des deux soit aussi à l'origine de la pérennité de l'entreprise. Certains sujets, les *interculturels-sensibles*, semblaient ainsi plus désireux d'assumer la nature franco-allemande de la chaîne à l'antenne, là où les *pragmatiques* semblent préférer ne pas prendre ce risque à l'antenne, au profit de l'Europe, et pour conserver un certain taux d'audience, en rejetant, d'une certaine manière, les origines expérimentales d'ARTE, sur lesquelles l'on pourrait pourtant s'appuyer pour renforcer l'amitié culturelle franco-allemande médiatisée. De la même manière, les *pragmatiques* se montraient moins gênés à l'idée de procéder à divers décrochages pour convenir – et ce donc séparément – aux deux publics français et allemand, là où les *interculturels-sensibles* le regrettaient et souhaitent préserver au maximum une diffusion linéaire similaire que l'on se trouve en France comme en Allemagne. L'interculturel télévisuel, uniquement représenté au quotidien par ARTE, se situe ainsi dans cette double contrainte, qui semble parfois contradictoire, mais est aussi très complémentaire, celle d'être une entreprise interculturelle, qui demande donc la présence d'acteurs particulièrement compétents théoriquement, tout en étant une entreprise de télévision, qui requiert des compétences bien plus pragmatiques. ARTE doit produire, ARTE doit être regardée. Pragmatisme et théorie se rencontrent finalement, cohabitent, parfois de manière subtile, et les plus pragmatiques le sont afin d'être le plus compétents possible dans leur poste, tout en étant baignés dans un système interculturel. C'est aussi ce qui fait l'originalité de notre objet d'étude et nous permet de proposer quelques perspectives dans le domaine précis du management interculturel appliqué à la chaîne.

L'article de Patrick Démerin<sup>1178</sup>, que nous avons plusieurs fois mentionné dans cette étude, certes très critique, nous a permis d'élargir nos perspectives au sujet du management interculturel au sein d'ARTE. Il semblerait que la partie française, et en particulier les sujets que nous qualifions d'*interculturel-pragmatiques* préfèrent se détacher de la nature franco-allemande de la chaîne pour plus d'européen. Cela met-il en exergue le fait qu'il existe bien une forme de déséquilibre ? Les Français seraient donc conscients que les synergies ne sont pas toujours tout à fait tangibles, mais que la coordination avec l'Allemagne leur permet d'exister, puisqu'elle leur assure la moitié de l'apport en programmation ? Comme le souligne Patrick Démerin, « une appellation 'franco-allemande', en effet en les mettant face à la réalité

---

<sup>1178</sup> Démerin, Patrick. « Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ? » *Le Débat*, n° 120 (2002): 4-31. <https://doi.org/10.3917/deba.120.0004>.

de leur vécu quotidien, les obligerait à réfléchir à un minimum d'osmose franco-allemande (structure, programme, identité) qu'ils refusent de toute leur âme. La mention 'européenne' est commode : elle est vague, et fait l'impasse sur les Allemands. »<sup>1179</sup> Si nous ne partageons pas entièrement ce point de vue, encore moins le fait que « ARTE non seulement n'a pas fait avancer d'un iota le rapprochement franco-allemand mais rejette cinquante ans en arrière tous les acquis patiemment réalisés depuis la guerre »<sup>1180</sup>, nous avons tout de même pu constater de forts déséquilibres structurels et stratégiques, qui jouent en défaveur de la programmation.

Chaque entreprise, chaque environnement interculturel dispose d'un contexte qui lui est propre, il n'est donc pas aisé de mettre au point une méthodologie applicable à toutes les situations dans tous les milieux interculturels. La gestion de l'interculturel chez ARTE est propre à un contexte spécifique, une histoire, une rencontre politique influencée par des facteurs économiques, technologiques, géopolitiques et culturels, que nous avons pu décrire en les regroupant dans ce que nous baptisons la « première strate de l'interculturel télévisuel », la « *strate systémique* », conditionnée par la nature de l'entreprise – audiovisuelle et culturelle. L'implantation à Strasbourg constitue elle aussi les fondements de l'environnement interculturel d'ARTE, et nous avons pu constater que la loi de juridiction d'entreprise française y est appliquée. Si l'on peut parler d'*hybridation*, de *métissage* entrepreneurial concernant les employés Français et Allemands, notons que ces termes s'appliquent tout de même plus aux Allemands de l'entreprise, bien obligés de s'*adapter* à la langue, au mode de vie, à la culture française, leur entreprise étant, bien que de portée européenne, implantée en France. Ces derniers ont à intégrer des éléments administratifs, juridiques, linguistiques que les Français connaissent déjà. Les Français – notamment les employés au sein des services de programmation du siège – peuvent tout de même participer de cette notion d'hybridation, puisqu'en contact permanent avec des collègues allemands, et parce qu'ils examinent et conçoivent la programmation dans ce paradigme franco-allemand. Les deux cultures se mélangent dans une même sphère, mais cette sphère, puisque française d'un point de vue territorial et juridique, force les Allemands à s'adapter à des domaines multiples, là où les Français n'ont qu'à s'adapter à la rencontre interculturelle effective, le contact humain avec leurs collègues allemands, et répondre aux lignes éditoriales bien précises de la chaîne. Les contacts, moments dialectiques au sein de cette sphère ont été classés selon notre méthodologie dans la *strate environnementale*, dialogique, qui permet de

---

<sup>1179</sup> Idem.

<sup>1180</sup> Idem.

se questionner sur l'acquisition, par les sujets évoluant dans cette strate, de compétences interculturelles, soit la flexibilité, l'adaptabilité, la compréhension de l'*Autre*, l'ouverture sur l'*Autre*, ou encore une meilleure connaissance de *Soi*.

Les managers d'ARTE doivent, en plus des compétences managériales classiques, savoir s'adapter aux références et outils communicationnels de l'*Autre*, afin de créer un environnement sain, propice à un interculturel dynamique et fécond. Se développeront ainsi des compétences supplémentaires, notamment relationnelles, qui permettront à terme d'atteindre le but commun au groupe, ici la production d'une grille de programmes et de contenus. Les capacités d'adaptation semblent plus développées chez un employé ou un manager d'entreprise interculturelle, la rencontre interculturelle est riche, mais source de malentendus, d'incompréhensions. Chaque sujet doit être capable d'adapter son discours afin qu'aucun interlocuteur n'éprouve de sensation de domination ou de non-respect de sa culture. La rencontre interculturelle permet d'acquérir une certaine connaissance de sa propre culture, de prendre du recul vis-à-vis de sa culture et de *Soi*. Être conscient des différences culturelles, c'est apprendre à mieux connaître ses propres valeurs culturelles, ses propres références, et conduit à de meilleures compétences de gestion et management.

L'on a, dans toute entreprise interculturelle, et donc chez ARTE, la possibilité de classer de manière très simplifiée les managers en deux catégories, selon nos propres appellations : les *locaux* (les Français, dans notre cas d'étude) et les *externes* (les Allemands, toujours concernant le siège de Strasbourg). Leurs comportements peuvent néanmoins être très similaires, puisque les employés eux-mêmes, et donc les sujets avec qui ils seront en interaction, sont eux aussi Français ou Allemands. Chaque manager, dans le cas d'ARTE adopte tantôt une position de dialogue de culture A à culture A, tantôt de culture A à culture B, puis de B à B, ou de B à A, ce qui n'est pas le cas dans toutes les entreprises interculturelles. Le fait que les employés comme les managers puissent être porteurs des deux cultures en jeu dans le système interculturel établi facilite grandement les échanges, et lisse une partie de la problématique de domination d'une culture sur l'autre. Chez ARTE tout de même, les managers – et employés – Allemands se profilent, au même titre que tout travailleur expatrié, comme des Sujets dans un pays d'accueil, que ni les managers, ni les employés français ne pourront ressentir en étant à Strasbourg uniquement. Certains interlocuteurs Allemands décrivaient très bien cette situation, évoquant un contexte français dominant, sans que cela n'ait cependant trop d'incidence sur les avancées et le développement de l'entreprise qu'est ARTE, leur but commun et le rôle de chacun étant clairement définis, le



caractère promoteur d'interculturel et d'Europe d'ARTE menant en outre à postuler des Sujets plutôt convaincus de l'importance et la plus-value de l'interculturel. Nos interlocuteurs allemands semblaient plus observateurs au sujet des différences d'interaction, des non-dits, des malentendus existant au siège, sans que cela ne biaise la relation, ces derniers faisant preuve de souplesse, de flexibilité, et ne se frustrant guère de ces situations parfois déstabilisantes pour le bien de leur entreprise. Les employés allemands semblaient plus curieux de la culture de l'*Autre*, s'exprimaient tous en Français même lorsque nous leur propositions d'échanger en langue Allemande.

L'étude de la *strate environnementale*, consacrée au *dialogue interpersonnel*, à la *communication interculturelle*, montre à quel point la mise en place d'un échange fondé sur le respect des deux cultures en contact, ainsi que sur le compromis et le consensus, est nécessaire au bon fonctionnement général de la chaîne. Le dialogue interculturel instauré à Strasbourg est suffisamment stable pour assurer d'une part la pérennité de la chaîne, d'autre part pour venir compenser les manquements que nous avons pu observer du côté des pôles nationaux, tous deux très ancrés dans leurs systèmes propres. L'environnement strasbourgeois est représentatif de ce que nous nommons un *interculturel dynamique*. Si demeure le fait que les employés allemands du groupement évoquent des situations d'inégalité, de légère domination de la culture française, un équilibre semble avoir été trouvé, tant l'espace dédié aux tandems franco-allemands reste harmonieux, fonctionnel, clairement défini. Strasbourg demeure l'unique lieu de confrontation interculturelle, l'on y perçoit l'expression et les manifestations des cultures de chaque individu en contact. Pour cette entreprise télévisuelle à dessein transnational, les bâtisseurs du projet ARTE ont fait en sorte que toutes les conditions soient réunies pour qu'une rencontre fructueuse ait lieu.

Strasbourg fait figure de « *zone tampon* », lieu de convergence de toutes les inégalités, qui reçoit ces contenus d'Allemagne trop peu inédits, ceux de France très pariso-centrés, parce que les échanges entre ces pôles sont quasi-inexistants, mis de côté certains déplacements officiels à l'échelle individuelle ne concernant que quelques hauts-responsables. Les pôles nationaux sont avant tout des centres administratifs, ne sont en rien des espaces d'interculturalité ; d'un point de vue des échanges concrets entre employés. Le dialogue interculturel instauré à Strasbourg semble ne reposer que sur un principe fondamental ; le fait que les acteurs engagés soient persuadés de l'utilité et de la pertinence de la chaîne, engagés dans ce projet culturel et européen, dans un *but commun*, en étant à la fois conscient des concessions qu'ils ont à faire pour que la rencontre interculturelle se déroule dans de bonnes

conditions, et conscients de l'enrichissement intellectuel qui en découle. L'expérience vécue par les employés de la Centrale, une expérience de remise en question de soi, d'acceptation de l'*Autre*, de prise de considération des différences, participe pleinement de la constitution d'une programmation fondée sur la promotion de ces différences. Aux unités de programmes, les équipes travaillent en coopération franco-allemande et ont ainsi développé des compétences interculturelles permettant de mettre en place une programmation qui répond bien aux missions de la chaîne. Constituer une programmation interculturelle équivaut à créer du contact entre les cultures. Dans sa programmation, ARTE est pleinement européenne, et non pas uniquement franco-allemande. L'interculturalité sur la base du franco-allemand dans ses locaux est un outil pour rayonner sur l'Europe. La *culture d'entreprise* forgée par ARTE permet à l'interculturel de s'exprimer.

Puisque quelques déséquilibres ont tout de même été relevés, il nous semble nécessaire de développer quelques réflexions ayant pour fin de renforcer cette culture d'entreprise si particulière, l'idée de constituer un groupe relationnel fort étant l'une des clés de l'interculturel. La force et la stabilité du groupement professionnel constitué à Strasbourg semble reposer sur le *but commun*, l'*objectif à atteindre*, clairement défini d'une part, d'autre part soutenu par des employés convaincus de son utilité, voire même sa nécessité. C'est le *but commun* qui permet ainsi à toute l'entreprise de dépasser les éventuels conflits, de les rendre positifs, de transformer les querelles en malentendus productifs. Cette notion de *but commun* a très souvent été mentionnée lors de nos interviews et rencontres de terrain, tant avec les *interculturels-pragmatiques* que les *interculturels-sensibles*. Afin de relancer, de consolider le groupe en fonction à Strasbourg, le *but commun* se doit d'être précisé, redéfini, et surtout transmis aux sujets a priori moins touchés par l'interculturel, moins compétents dans l'interculturel car très peu en contact avec l'*Autre*, à l'instar des techniciens, bien évidemment compétents dans leurs tâches quotidiennes, mais finalement communes à toutes chaînes de télévision. Du côté des techniciens, le *but* à atteindre consiste en la diffusion des programmes choisis, écrits, produits, retravaillés par les sujets en fonctions aux unités de programmation. L'accent doit être mis sur le fait que ces programmes soient pensés pour être largement diffusés, et il pourrait être tout à fait pertinent, pour renforcer l'identité européenne de la chaîne, de recruter des techniciens européens et non uniquement francophones, comme c'est en grande partie le cas à l'heure d'aujourd'hui. Les francophones s'intéresseraient alors probablement plus à la langue de l'*Autre*, à la culture de l'*Autre*. Pour pouvoir mettre sur pied un discours interculturel fort et probant, ARTE doit pouvoir accueillir en son sein des équipes

elles-mêmes interculturelles, ARTE doit pouvoir montrer qu'il est possible de constituer une réelle communauté interculturelle fonctionnelle, dynamique, productrice de programmes à large portée pour soutenir et préserver les cultures européenne, pour défendre la diversité.

Si ARTE est parvenue, d'une certaine manière et au vu de sa pérennité, à constituer son propre groupe social, à faire se développer des capacités d'échange, de coopération, une dynamique d'interactions culturelles, afin d'être ensuite en mesure de promouvoir à l'antenne une programmation encore plus interculturelle, permettant l'échange, le transfert de biens culturels, notons qu'il est possible de proposer des perspectives de renforcement de ce groupe social *artésien*, en profitant en outre des compétences de certains Sujets, que sont la flexibilité, l'adaptabilité. Ces compétences permettent de minimiser les conflits, ou de les rendre productifs, de favoriser le dialogue, de trouver un terrain d'entente pour pouvoir collaborer lors de tâches communes propres à l'entreprise. Le léger déséquilibre constaté est en partie dû à l'implantation du siège à Strasbourg, mais il était complexe de faire un autre choix que cette ville symbole de l'union européenne. Quelques solutions peuvent être appliquées pour rendre le siège encore plus franco-allemand, et la question de la formation à l'interculturel se pose évidemment. Alors que les situations interculturelles peuvent conduire à des blocages et des frustrations, et ce d'autant plus dans le cadre précis de l'atteinte d'objectifs professionnels, il semblerait pertinent qu'ARTE multiplie les ateliers interculturels pour ses employés, dans une sphère conviviale, décontractée, éventuellement hors des locaux de l'entreprise, afin de rapprocher les Français et les Allemands du groupe, et pourquoi pas entre cadres, managers et techniciens afin de promouvoir l'horizontalité du management, et ainsi inciter les techniciens à apprendre la langue allemande pour pouvoir interagir avec leurs collègues allemands en fonction aux unités de programmation. Des solutions peuvent ainsi être imaginées afin d'accroître la motivation des employés – en particulier des Français – à apprendre la langue de l'*Autre*, lors de séminaires, de rencontres, d'activités de groupe...des activités parfois ludiques, parfois professionnelles en formant des binômes franco-allemands entre des Sujets se côtoyant d'ordinaire moins souvent. Chacun apprendrait alors plus de l'*Autre*, apprendrait à connaître ses valeurs, son humour, ses limites, ses méthodes de travail...L'interculturel est un apprentissage permanent, et même les figures ayant plus d'ancienneté au sein du Groupement ont besoin de ce type d'activités, de réunions de groupe, afin d'améliorer en outre leurs compétences relationnelles, fondamentales dans l'interculturel mais aussi dans tout lieu de rencontres interpersonnelles.

ARTE dispose de divers modes de résolution de conflits que nous avons pu constater sur place et décrire dans ce travail, que sont le *but commun*, le *consensus*, une *ligne éditoriale stricte* permettant d'atteindre les *objectifs* fixés, le fort *engagement* des Sujets en contact au sein du Groupement, un engagement parfois très personnel pour la protection de l'Europe, des cultures, de l'interculturel, de la diffusion de biens culturels. Si ces divers modes d'actions permettent à la chaîne de produire des contenus culturels de qualité, la strate du dialogue pourrait être encore plus efficiente. Alors qu'ARTE, dans son discours, promeut et forme à l'interculturel, nous avons été surprise que les équipes de Strasbourg ne bénéficient pas régulièrement de l'organisation d'ateliers de formation interculturelle et linguistique. Nous avons pu constater que les Allemands sont finalement *contraints* de s'exprimer en français, alors que les Français non ou peu germanophones peuvent très bien évoluer sans avoir à s'améliorer. Les Allemands sont contraints de se fondre dans une « culture majoritaire », expérience particulière de l'interculturel que ne vivent que peu les francophones. Afin de rendre plus stable et harmonieuse cette strate du dialogue, et de renforcer le sentiment d'appartenance à un groupe dont les sujets évolueraient sans différence, tout doit être mis en place pour que les Allemands ne se sentent ni dominés, ni porteurs de la culture « greffée » à une autre. Au sein de la structure actuelle, la constitution du groupe à Strasbourg fait prendre à la culture allemande – bien que les divers modes de résolutions de conflits amenuisent les problématiques – des allures de bouture fixée à des ramifications françaises. Diverses actions pourraient être imaginées pour rééquilibrer cet environnement franco-allemand, concernant la partie juridique notamment, qui participe à renforcer le sentiment d'être des « travailleurs expatriés » pour les Allemands, en trouvant des solutions pour que ces derniers puissent choisir d'être régis par le droit du travail allemand et non français comme ils le sont actuellement, Strasbourg étant la ville européenne par excellence, ARTE l'une des entreprises les plus européennes elle aussi, des statuts spécifiques pourraient leur être octroyés afin de leur simplifier l'accès aux assurances, cotiser pour leur retraite en Allemagne etc. Quelques maladresses propres à l'interculturel ont en outre été relevées par nos interlocuteurs Allemands, des menus mal traduits dans le restaurant de l'entreprise, des claviers français installés dans les bureaux d'employés allemand...des maladresses qui contribuent à créer un écart entre les deux cultures en contact qui se doivent d'être effacées et ne nécessitent a priori pas de grands efforts de la part des leurs responsables. Nous avons aussi pu constater en assistant au tournage d'une émission que l'ensemble de la régie s'exprimait en français, alors que la présentatrice était de nationalité allemande. Cette dernière doit donc, en plus de la gestion du stress découlant de son activité, gérer ce flux d'informations dans une langue autre

que la sienne, même si cette dernière la maîtrise. Les techniciens en régie pourraient être formés, a minima pour pouvoir exprimer quelques mots clés dans la langue du présentateur et lui éviter une situation d'adaptation que les présentateurs francophones ne vivent pas. Un même principe pourrait être appliqué à l'ensemble de l'entreprise, le fait que chacun parle sa langue, afin d'améliorer les compétences linguistiques de tous, des Français en particulier. Cette solution, en plus de rééquilibrer la situation interculturelle en forçant **tous** les Sujets à s'intéresser à la langue de l'*Autre*, renforcerait de surcroît l'identité de groupe. Des journées pourraient en outre être organisées à titre exceptionnel, quelques fois par an seulement, lors desquelles les langues seraient inversées, aux Français de ne parler qu'allemand, aux Allemands de ne parler que français, ou encore des journées uniquement en Allemand, puis uniquement en Français, afin que tous s'investissent un minimum dans l'apprentissage de la langue de l'*Autre*. Alors que figure l'obligation de maîtriser les deux langues dans les contrats de recrutement, certains Français ne pratiquent et ne comprennent que très peu la langue allemande. Ces journées dédiées à la langue de l'*Autre* pourraient se pratiquer sans que cela n'influence et ne mette en danger la productivité de l'entreprise, en n'appliquant ce « jeu » que lors de situation plus légères dans un premier temps, lors des discussions de couloir, dans le restaurant de l'entreprise, lors des temps de pause, et surtout dans une atmosphère conviviale et bienveillante, dans le respect de l'*Autre*, l'idée étant d'aider l'*Autre* à s'améliorer. Les échanges interculturels fonctionnels et sains ne peuvent avoir lieu que s'ils sont fondés sur un respect réciproque, le fait de mettre en place ces journées événements ludiques permettraient aux deux cultures de constituer une sorte de synergie horizontale, sans que l'une soit dominante sur l'autre.

Plus de transversalité dans les contenus serait en outre bienvenue, nous l'avons développé dans notre analyse de la programmation. Plus d'échanges entre les collaborateurs, professionnels de l'audiovisuel français et allemands feraient ainsi sens. Afin de rééquilibrer le système interculturel mis en place chez ARTE, nous préconisons plus d'échanges concrets entre les pôles. Notre étude de la **strate systémique** montre bien que la configuration tripolaire d'ARTE est certes pratique et efficiente, mais qu'elle est avant tout confortable, et ce pour les deux pays. ARTE rapporte de l'argent à l'ARD et la ZDF, et la France a pu conserver son embryon de La Sept, et garde une belle autonomie tout en étant financée à 50% par la partie allemande. Pour renforcer la transculturalité de la programmation, de vrais projets communs pourraient être initiés, des productions communes, des échanges, pourquoi pas des représentants permanents français en Allemagne, des représentants allemands en France, afin

que tous soient plus impliqués dans le paysage audiovisuel de l'*Autre* ? Nous avons cherché à apporter dans un premier temps une contribution théorique au sujet de l'interculturel, l'attachement à l'audiovisuel nous permet cependant de développer quelques réflexions pragmatiques dans le but de favoriser le transfert de biens culturels. Strasbourg a finalement des fonctions correctives, et il existe un grand déséquilibre entre les deux pôles, sans contact direct. ARTE aurait besoin de vrais médiateurs, missionnés pour faire navette entre les pôles, et ce régulièrement afin qu'un lien se tisse en Baden-Baden, les différents *Anstalten* et Paris. Le cœur de l'interculturel bat à Strasbourg, malheureusement il reçoit un flux finalement assez pauvre en interculturalité. Ses deux artères principales que seraient Paris et Baden-Baden sont très « monoculturelles » et Strasbourg ne pourra pas indéfiniment ré-oxygéner seule la programmation en interculturel. Le déséquilibre dans l'envoi de contenu force les programmeurs à dissocier les antennes française et allemande. L'apport en contenus interculturels de la part des pôles se doit d'être renforcé. Il est vrai que les programmes doivent suivre une ligne éditoriale strictement définie, donc les programmes conviennent à Strasbourg, ou alors sont réécrits, repensés, retravaillés, mais ils demeurent en grande partie tous représentatifs de la France lorsqu'ils proviennent de Paris (expositions, événements, information pariso-centrées, que l'on retrouve même jusque dans *Karambolage*), et de l'Allemagne, forcément plus représentative des régions du fait de sa construction fédérale. Les programmes sont en permanence relus, retravaillés, pour tenir compte au mieux des attentes d'un public large, européen, et cela pourrait être fait plus tôt dans la chaîne de production, si et seulement si les pôles nationaux étaient un peu plus baignés dans l'interculturel. Il est fondamental que des représentants au fort pouvoir décisionnaire allemand d'ARTE évoluent en France, et inversement, ce qui n'est actuellement pas le cas. En mettant sur pied un « centre allemand » à Paris, un « centre français » à Baden-Baden, ces derniers pourraient prendre le rôle d'instance corrective qu'endosse actuellement Strasbourg, seule. Ces nouvelles fonctions responsabiliseraient les pôles, les forceraient à entrer en interaction, les intégreraient mieux à la structure globale, alors qu'ils sont aujourd'hui très centrés sur leurs intérêts propres. La parité et l'alternance semblent faire partie de la philosophie de la chaîne, cela pourrait être appliqué à l'échelle des pôles et non pas uniquement à Strasbourg.

Les trois pôles devraient davantage interagir. La communication interculturelle requiert la confrontation avec l'*Autre* et non un évitement, et ce pour le bien de la construction identitaire et culturelle dans ce paradigme interculturel. La multiplicité des échanges favorise l'apprentissage interculturel, ainsi qu'un « comportement interculturel adéquat ». Les trois

pôles légitiment l'existence de la chaîne en tant qu'entité binationale sous les statuts spécifiques au Groupement Européen d'Intérêt Économique, mais il serait préférable qu'ils muent en pôles relationnels, cela renforcerait le caractère interculturel de la chaîne. L'interculturel se situe à la jonction de l'altérité et de l'identité. ARTE semble vouloir suivre ce schéma, mais on peut lui reprocher un manque de contacts concrets.

#### e) Retour sur la méthodologie et dernières réflexions.

Notre méthodologie tient sa genèse de l'analyse globale, dans un premier temps, du caractère interculturel d'ARTE, chaîne de télévision culturelle et bicéphale, franco-allemande. Ce modèle est complexe, unique tout au moins, et comprend différents modes d'expression et de déroulement de l'interculturel. C'est à partir de ce constat qu'il nous a semblé judicieux de scinder la recherche en strates. Une méthodologie de stratification que nous avons peu après retrouvée, dans une certaine mesure, chez Christoph Barmeyer<sup>1181</sup> et ses publications au sujet du *Passauer Drei-Ebenen-Modell*. Ce modèle structuré, structurant, est constitué de trois niveaux qui répondent au principe suivant : l'interculturel s'exprime et s'ancre dans différents systèmes, ceux-ci sont interdépendants, s'influencent réciproquement, jouent de complémentarité. Les facteurs d'influence culturels et sociaux proposés par le Modèle de Passau nous ont permis d'affiner la définition et la délimitation de nos propres strates, qui, elles aussi, s'influencent grandement. Dans ce *Passauer Drei-Ebenen-Modell*, le *Mikro-Ebene* est relatif au développement historique d'une organisation, ses institutions, les systèmes sociaux qui en découlent et qui structurent les sociétés, dans lequel s'ancre aussi les acteurs participants, leurs idées, leurs attitudes, intérêts et stratégies. Le *Mikro-Ebene* renferme la définition des normes et des lois, ce qui façonne les individus. Le *Meso-Ebene* délimite les cultures organisationnelles, leurs objectifs, leurs structures. Le regard est ici plus interne, au sujet du développement sociétal, avec par exemple des études dédiées aux modes de communication, aux rituels. Enfin, le *Makro-Ebene* inclut les institutions sociales et culturelles qui ont émergé, l'interculturalisation des sociétés, le multiculturalisme, les migrations, le développement culturel. Le niveau *Makro* s'attache plus en profondeur à l'individu, ses traits de personnalité, ses compétences.

L'existence d'un tel modèle a conforté notre souhait de mettre en place cette méthodologie particulière. Il était effectivement pertinent, afin de saisir au mieux les différents niveaux

---

<sup>1181</sup> Barmeyer C. (2010) : Das Passauer 3-Ebenen-Modell. Von Ethnozentrismus zu Ethnorelativismus durch kontextualisierte interkulturelle Organisationsentwicklung. In : Barmeyer C. / Bolten J. (Hg) Interkulturelle Personal- und Organisationsentwicklung. Sternenfels, Wissenschaft & Praxis 31-56.

d'expression de l'interculturel chez ARTE, de discerner les relations qu'entretiennent ces strates, la manière dont elles s'influencent les unes les autres, et finalement délimiter et définir les procédés qui, à partir d'un élan politique, ont permis – ou non – à ARTE de passer de la simple rencontre, du collage, à de vrais échanges, à la production un discours de promotion européenne, de promotion de l'interculturel.

Nos recherches préalables nous ont permis de constater qu'effectivement, l'interculturel s'exprime chez ARTE à différents niveaux. Cette stratification a ainsi été établie afin de mieux cerner en quelle mesure se met en place l'interculturel télévisuel chez ARTE, en quelle mesure l'on passe ainsi du *dialogue interculturel*, entre employés évoluant au sein d'une entreprise binationale, au *discours interculturel*, médiatisé. La première strate de l'interculturel télévisuel identifiée est directement associée à la genèse de la chaîne, il s'agit de la **strate systémique** : afin qu'un système propice à l'interculturel télévisuel puisse se mettre en place, une impulsion politique était de fait nécessaire. Dans cette même strate sont visibles les phases d'harmonisation juridique, financières, qui expliquent la structure actuelle de la chaîne, si singulière, en trois pôles. Cette strate permet de s'intéresser à l'ensemble des composantes de la chaîne, à l'ensemble des problématiques inhérentes à la constitution d'une entreprise interculturelle et télévisuelle, une harmonisation à trouver pour s'ancrer dans des territoires et donc des paysages audiovisuels différents.

Notre seconde strate, la **strate environnementale**, rend compte des interactions interpersonnelles et de la constitution d'un *dialogue interculturel*, un dialogue au sein même des équipes franco-allemandes, notamment à Strasbourg, l'unique vrai pôle de rencontre interculturelle quotidienne, ainsi qu'à l'Atelier de Recherche, pôle satellisé et très autonome d'ARTE, situé à Paris, et qui fait non seulement figure de vrai vivier d'interculturalité, mais aussi, et cela est regrettable, fait figure d'exception. Afin de légitimer sa mission européenne de rapprochement des peuples, la chaîne doit elle-même être en mesure de constituer un dialogue interculturel efficient, une rencontre interculturelle fructueuse entre ses équipes. Cela a pu être vérifié lors de nos enquêtes de terrain, et nous avons pu relever quels sont les grands moments dialectiques ainsi que leurs modes de résolution, nous avons pu constater qu'il existe toujours une forme de déséquilibre entre les cultures en jeu dans la sphère interculturelle que représente le Groupement ARTE.

Du bon fonctionnement de la deuxième strate dépend bien évidemment la troisième, celle traitant du système discursif de la chaîne, la **strate discursive**, soit la constitution de son



*discours*, un discours qui plus est promotionnel, médiateur et formateur. L'interculturalité s'exprime en effet dans la programmation. Nous avons pu montrer qu'ARTE met à l'antenne et sur le web des contenus favorisant la *formation interculturelle*. Cette *pédagogie à l'interculturel* est observable dans un format tel que *Karambolage*. Bien que l'on parle d'interdépendance de ces trois strates, notons que la première, dédiée à la structure globale de la chaîne, englobe la genèse, l'histoire de la chaîne, et renferme ainsi une certaine notion d'antériorité, là où la troisième strate, pensée pour traiter de la production d'un discours, acte une certaine finalité. Le système propre à ARTE, peut ainsi être analysé tel un système d'organisation, et un système culturel, permet de comprendre non seulement son mode de fonctionnement, mais apporte en outre des réponses aux nombreuses interrogations concernant le management interculturel, les politiques culturelles française et allemandes et leurs évolutions, communes comme dissociées.

Nous avons, grâce à cette méthodologie, pu répondre à nos trois grandes hypothèses de recherches. Le chapitre théorique fait lumière sur les notions fondamentales de culture et d'identité culturelle, d'interculturel, de télévision culturelle, de communication interculturelle, mais aussi sur les notions de mémoire, de dialogue, de discours. Les questions des politiques culturelles française et allemande et leur supposée incompatibilité y sont en outre traitées. La théorie a ensuite laissé place à l'histoire, chapitre qui retrace la genèse de la chaîne dans le paradigme bien défini des relations culturelles franco-allemandes. Ces deux premiers chapitres introduisent déjà l'hypothèse de l'existence de moments dialectiques dans les relations interculturelles ainsi que quelques processus de réductions de ces confrontations (inter-)culturelles, en particulier le mode du *consensus*.

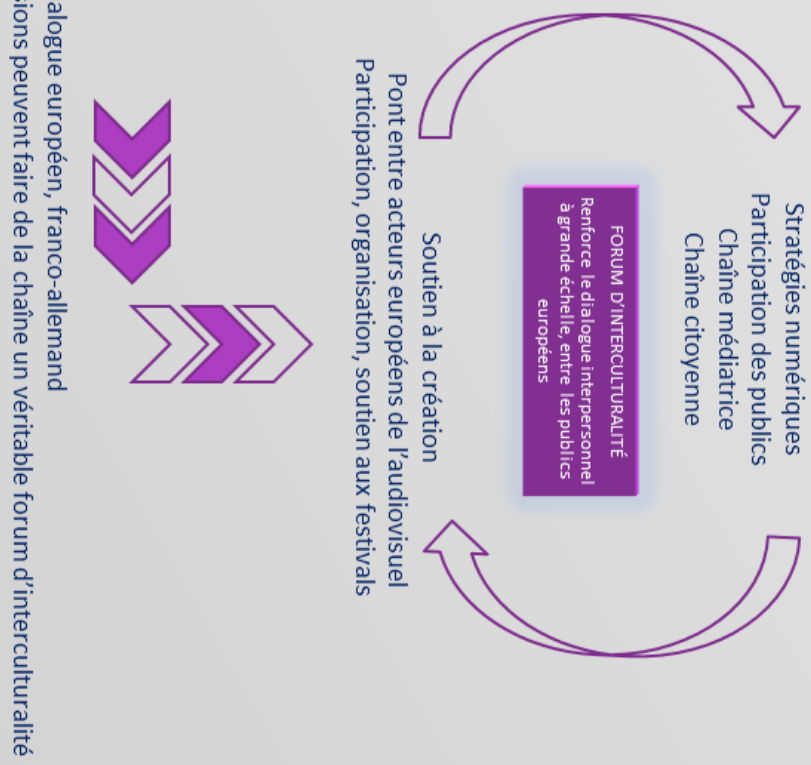
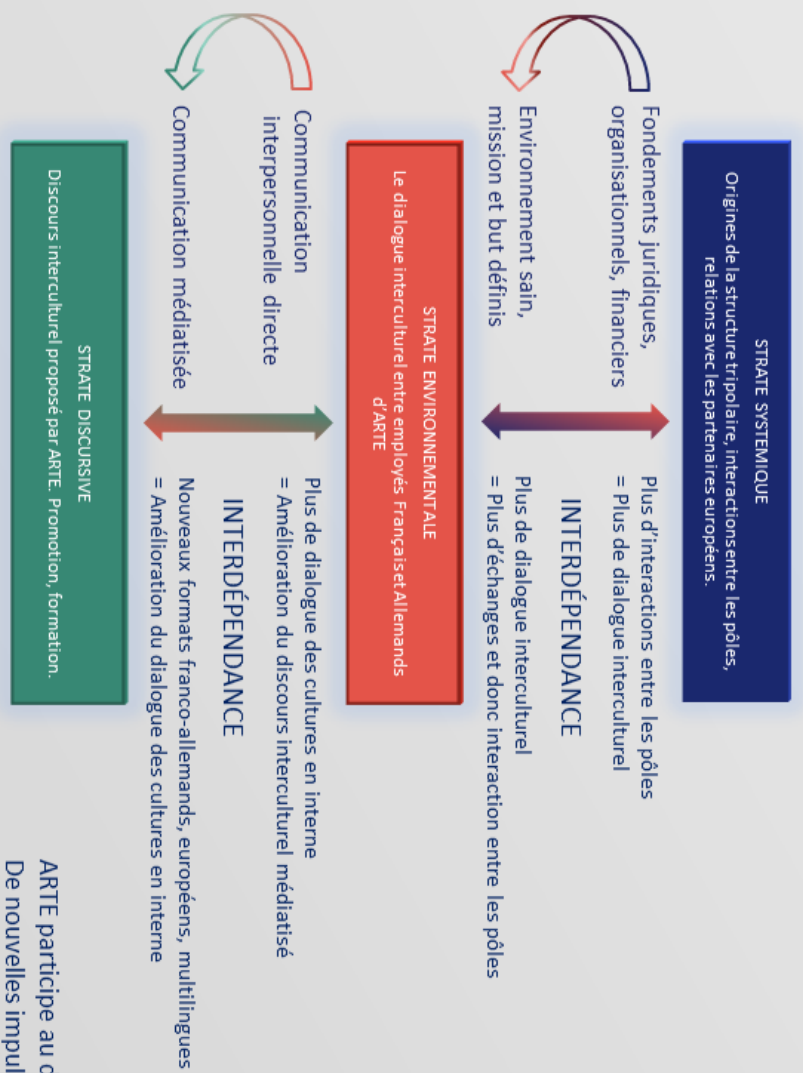
Suite au développement analytique de l'histoire de la chaîne et de l'observation de sa structure juridique et tripolaire, trois grands axes, trois grandes hypothèses ont finalement pu être émises. Chacune des strates de l'interculturel télévisuel délimitée par l'auteure permettait de répondre à une hypothèse. La première hypothèse de recherche, très globale, selon laquelle ARTE est révélatrice des politiques culturelles française et allemande, a pu être vérifiée grâce à l'étude de la genèse de la chaîne, sa structure tripolaire, les intérêts de chacun des pôles la constituant ainsi que leurs interactions, ses stratégies et ses grandes évolutions. Ces éléments ont été traités lors de l'étude de la *strate systémique*, qui met par ailleurs en exergue quelques-uns des antagonismes franco-allemands en termes de politiques culturelles, antagonismes dont le point de départ se situe particulièrement dans l'opposition centralisme/fédéralisme.

Notre seconde hypothèse, selon laquelle toute rencontre interculturelle est dialectique, s'est vue vérifiée lors de l'étude de la strate deux de l'interculturel télévisuel, qui nous a fait nous interroger au sujet des modalités de mise en place d'un dialogue interculturel, a priori sain et fécond au vu de la qualité et de la pérennité d'ARTE. L'environnement interculturel d'ARTE a ainsi été observé, ainsi que les contacts entre les sujets le constituant, en particulier à Strasbourg. Nos interviews et analyses de terrain nous ont permis de mener à bien cette partie de la recherche, d'étudier au plus près les notions de conflits, de malentendus, leur résolution, comment ces derniers peuvent devenir productifs. En découlent nos conclusions sur le caractère consensuel de l'entreprise télévisuelle qu'est ARTE, à l'origine de sa longévité, bien que nous ayons pu émettre quelques critiques et pistes de réflexion pour la faire évoluer en une entité plus forte encore dans l'interculturel. Concernant ces conclusions, nous nous sommes appuyée sur deux notions, selon nos propres définitions, celles de *l'interculturel statique* et de *l'interculturel dynamique*. Les deux ne s'opposent pas forcément, il peut y avoir des phases statiques, des phases dynamiques dans un même environnement entrepreneurial interculturel. Outre la dialectique de l'interculturel, le fait que l'environnement étudié se rattache à la sphère médiatique conduit à une autre rencontre, celle des *pragmatiques* et des *interculturels-sensibles*. Il semblerait que cette rencontre soit aussi source de réussite, car les deux profils sont particulièrement compétents dans leurs domaines respectifs, que le fait d'être un sujet à dominante pragmatique n'empêche pas d'être interculturel-compétent, et inversement, mais il faut cependant veiller à ce que les pragmatiques n'effacent pas trop les notions propres à l'interculturalité au profit de la production télévisuelle uniquement, qu'ils ne voient pas uniquement dans l'interculturel télévisuel une mise en commun des compétences audiovisuelles de chacun, mais qu'ils gardent à l'esprit que la rencontre est humaine avant tout, et qu'ils s'intéressent de plus près à la langue, la culture, l'intégration de l'*Autre* dans cet environnement particulier, notamment lorsqu'il s'agit de Français à Strasbourg, forcément moins touchés par la problématique du « travailleur expatrié ». En dépend effectivement le bon déroulement des relations interculturelles et donc la diffusion des contenus, l'accroissement des compétences de chacun, de nouvelles idées. La rencontre interculturelle, lorsqu'elle est saine, permettra aux sujets de tirer profit des moments de confrontations, des querelles, et a la particularité d'être fructueuse, à l'instar de ce qui a pu être observé à l'Atelier de Recherche, berceau de *Karambolage*.

Notre troisième et dernière hypothèse de recherche a été traitée d'une part grâce à l'étude globale de la programmation, ensuite par une analyse ciblée, avec un accent particulier sur

*Karambolage* et le *Journal d'Information*, puis le développement des stratégies numériques d'ARTE. Nous avons pu montrer que les médias sont en mesure de participer à la promotion ainsi qu'à la formation interculturelle. À l'heure d'aujourd'hui, ARTE endosse très bien ce rôle médiateur, promoteur, pédagogique. Nous avons néanmoins pu relever une forme de recul de l'interculturel dans cette strate du discours, avec notamment des contenus trop représentatifs de la vie culturelle parisienne d'une part, contenant trop peu de multilingue d'autre part, des décrochages sur l'antenne linéaires parfois peu justifiés – qui pourraient être évités et semblent être une solution de facilité trop usitée. Nous préconisons plus de rencontres visibles, en plateau, des journalistes et des langues française et allemande, pourquoi pas européenne, comme le propose *Square Salon*, qui prouve que le débat multilingue européen est possible en télévision sans être trop lourd, à condition qu'il soit bien mené, par un modérateur suffisamment à l'aise dans le multilingue comme avec la thématique abordée. ARTE pourrait s'appuyer plus encore sur les nouvelles plateformes dont la notoriété, l'usage, et la communauté vont croissant chez les populations plus jeunes, pour proposer de grands directs avec *chat*, à l'instar d'*Instagram* ou *Twitch*. L'on est parvenu, grâce à l'étude de la troisième strate, à nous interroger sur la capacité de la chaîne de passer du dialogue interculturel, puis au discours, au ***dialogue médiatisé***, sur la capacité à constituer un véritable *discours interculturel*, à dessiner les prémices d'un ***forum médiatique européen***. L'étude de la *strate discursive* montre que l'on se situe au-delà d'une programmation transculturelle. Les contenus sont effectivement ***interculturels***, proposant un vrai mélange des genres, des programmes hybrides, bien que de nouvelles impulsions soient nécessaires.

# LES TROIS STRATES OU NIVEAUX D'EXPRESSION DE L'INTERCULTUREL TÉLÉVISUEL



ARTE se présente donc, selon notre méthodologie, comme un modèle d’interculturalité en strates, et chacune de ces strates, qui renforcent par ailleurs le caractère interculturel de la structure, le maintiennent, rendent possible la constitution, tout d’abord d’un *environnement stable* et fonctionnel entre employés, et ce malgré quelques disparités notables, ensuite d’une *programmation promouvant l’interculturel*, tissant du lien entre les peuples d’Europe, redynamisant les échanges culturels et le dialogue franco-allemand. Cette analyse interculturelle que nous nommons « *structurelle* » porte sur les séquences d’interaction entre différentes cultures impliquées dans la constitution de cette entité, qui constituera *in fine* un cadre professionnel pleinement interculturel.

Le contexte audiovisuel et culturel est tout autant porteur de sens que le contexte binational, et a contribué à l’adoption de la structure bipolaire actuelle. C’est aussi la raison pour laquelle nous nous sommes dans un premier temps intéressée à la structure de l’entité qu’est ARTE. Le lien entre la structure et les interactions qui s’y déroulent est indéniable, et nous avons en ce sens pu noter qu’ARTE mériterait une restructuration pour renforcer le système interculturel en place entre ses employés. Mais ce sont aussi ces rapports, même s’ils sont parfois conflictuels, qui font de la programmation ce qu’elle est. Les conflits, les malentendus, les querelles, les moments dialectiques renforcent la nature interculturelle de la programmation. Les notions d’*objectif commun*, de *contrainte*, inhérentes à la nature de l’entreprise qu’est ARTE sont en ce sens fondamentales. Si le *but commun* est à l’origine de la structure créée, il constitue aussi le point d’équilibre, de *non fracture*. Il est le paramètre nécessaire au fonctionnement de tout groupe humain interculturel dont les échanges ne sont pas toujours paritaires ou équilibrés, comprenant une relative domination d’une culture sur l’*Autre*, comme nous avons pu le constater à Strasbourg.

ARTE est parvenue à dépasser le stade du *multiculturel*, en mettant en place des interactions fortes, et productives, grâce à une réelle démarche volontaire, volontariste, mais reste dans une certaine mesure une entité *pluriculturelle*, au regard du manque d’interaction entre les pôles nationaux la constituant. Les produits qu’elle conçoit sont, en partie, de l’ordre du *transculturel*, puisque faits pour être diffusés avant tout. Ils parachèvent la coopération audiovisuelle et culturelle franco-allemande. Bien que nous ayons opté pour un regard critique, et que nous proposons quelques perspectives de rééquilibrage, l’on ne peut qu’associer ARTE à la réussite d’un projet d’une si grande ampleur, en témoigne l’anniversaire récent de ses trente ans, ainsi que sa programmation qualitative, qui résiste par ailleurs toujours à l’appel du « grand public », du divertissement, de l’*infotainment*.

Néanmoins, sa mission historique et culturelle exige selon nous un nouvel élan, bien initié par sa nouvelle dynamique numérique, mais qui devrait se poursuivre dans sa nature, et donc sa structure et les échanges entre ses employés.

Nous avons choisi la dénomination « interculturel télévisuel » car ARTE est avant tout une chaîne de télévision, mais nous avons tâché de bien prendre en compte l'ensemble des processus dialectiques qui conduisent ensuite à la programmation, que l'on pourra enfin qualifier de transculturelle, ou d'interculturelle. Nous avons en outre englobé le média dans sa totalité, en prenant en compte sa stratégie de soutien à la création, ses actions médiatrices, et le développement de sa stratégie numérique, en nous demandant dans chaque cas si cela favorise ou dessert l'interculturel. L'interculturel est synonyme de diversité. L'on peut tenter de rapprocher les peuples, d'essayer de former un semblant de culture commune – ou plutôt partagée – mais cette dernière se présentera toujours comme une culture tierce, supplémentaire. Il est impossible – et d'ailleurs peu judicieux – de lisser les cultures pour n'en faire qu'une. L'histoire politique, économique, juridique, territoriale de chaque État joue un rôle trop important dans la constitution des sociétés et des individus y évoluant. Les processus de socialisation sont propres à toutes ces zones géographiques et ne peuvent pas être ainsi écartés. Les traditions sont propres et uniques à chaque pays, même voisins, même ceux partageant un passé commun fort.

Véritable manœuvre diplomatique, ARTE acte un *volontarisme culturel*, et personnifie la quintessence de l'amitié franco-allemande, dans la continuité du Traité de l'Élysée et d'une dynamique interculturelle initiée dès les années cinquante. ARTE est la concrétisation la plus manifeste de ce rapprochement franco-allemand porté par la télévision, et donc donnée à voir au plus grand nombre, un rayonnement aujourd'hui démultiplié et facilité par le numérique. Les échanges de biens culturels médiatisés entre Français et Allemands se sont ainsi vulgarisés, normalisés, par le biais de ces supports, linéaires comme non linéaires, et c'est en ce sens qu'ARTE se niche dans le prolongement de cette politique de réconciliation, de relance des transferts de biens culturels franco-allemands et européens. D'utilité publique, la chaîne doit poursuivre et intensifier ses actions. Alors que se multiplient les interrogations au sujet de l'accroissement des flux migratoires, la pédagogie à l'interculturel se doit d'être recentrée dans les débats politiques et publics.

À l'heure où l'on compte toujours plus d'antagonismes culturels, d'actions terroristes, un regain d'ethnocentrisme, et ce dans un contexte de pandémie, l'Europe a besoin de se

renforcer, de resserrer les liens entre ses membres. Quoi de mieux que la culture pour y parvenir ? Il y a trente ans, la construction d'ARTE répondait à une volonté forte, politique, franco-allemande. Après les partenariats technologiques, politiques, économiques, il était temps de penser *culture*. Le contexte politique et européen actuel rend l'existence du projet toujours aussi légitime. La formation interculturelle se doit d'être au cœur des débats comme le fut la culture sous Mitterrand. Si la compréhension et l'amitié franco-allemande se sont normalisées, elles mériteraient une nouvelle impulsion, une impulsion que seul un média de l'envergure d'ARTE est capable d'initier. France et Allemagne ont joué un rôle moteur dans les recherches interculturelles, et ARTE doit rester un vivier d'expérimentation. Aujourd'hui, l'on peut regretter que cette amitié franco-allemande, certes bien établie à l'échelle politique, ne soit finalement mise en valeur que lors de commémorations, de discours officiels, et non dans le quotidien politique et médiatique. Si ARTE tente d'apporter sa pierre à l'édifice, et une certaine substance à cette amitié, l'attrait pour l'interculturel – si attrait il y a – reste invisible dans l'espace public. ARTE est parvenue à participer à un rapprochement des acteurs de l'audiovisuel, à créer une mutation des projets de productions vers l'international, a redynamisé le secteur de la création, et participe au débat franco-allemand, mais cela n'a encore que trop peu d'impact sur la scène médiatique. Grâce à la création d'ARTE, les échanges franco-allemands se sont intensifiés, une politique culturelle commune a pu se dessiner, prendre du relief dans le contexte précis de l'audiovisuel. Alors qu'elle promeut les événements et les rencontres culturelles, les échanges ne sont que trop peu médiatisés à grande échelle. L'association *Sauvons l'Europe* compte par ailleurs parmi ses objectifs prioritaires d'inciter les médias à consacrer beaucoup plus de place au paradigme européen.<sup>1182</sup> Conscients que l'outil télévisuel permet de constituer une *conscience commune*, un *imaginaire* et un *langage* commun, les responsables d'ARTE rendent possibles et palpables les échanges culturels. La chaîne est en mesure de représenter l'identité de l'Europe dans son unité comme dans sa diversité. Le fait de permettre ainsi un entrelacement de deux cultures posait problème aux détracteurs du projet ARTE, qui dénonçaient un lissage des cultures au profit d'une seulement, finalement peu représentative de l'identité européenne. Force est de constater que leur jugement est erroné, qu'ARTE parvient à montrer la diversité. Les bâtisseurs de la chaîne culturelle franco-allemande avaient à cœur de faire naître un sentiment d'appartenance commune à l'Europe, et ont su démontrer que l'unité se forge dans la diversité. ARTE a su se démarquer et emplit pleinement ses fonctions socio-culturelles.

---

<sup>1182</sup> L'association a par exemple lancé en 2014 la campagne « Plus d'Europe à la télé, c'est moins de populisme dans les urnes. »

Soucieuse de la qualité de sa programmation, comme de l'intérêt que lui porte son public, la chaîne s'appuie sur le support web et plus récemment la technologie HbbTV pour rester au plus proche des attentes de ses publics, et devient, en ce sens, populaire. Une popularité en croissance sur laquelle elle devra s'appuyer pour renforcer son discours de promotion et de formation à l'interculturel.

ARTE est un outil formidable de transfert de biens culturels, et a largement dépassé le stade du symbole pour concrétiser l'amitié franco-allemande et en relancer le dialogue. L'espace interculturel que nous avons analysé profite à la culture européenne, la fait rayonner et permet – bien que certains déséquilibres dus aux intérêts propres de chaque partie aient été constatés – aux grands acteurs de la vie culturelle et médiatique, européenne et même mondiale, de se rencontrer, de dialoguer, d'échanger. Le discours constitué par ARTE est bel et bien promoteur de l'Europe et d'interculturalité, et forme à l'interculturel sans basculer dans la sphère du pédagogique et de l'éducatif uniquement, mais en sondant l'ensemble des rites, des traditions, des grands faits d'actualité internationale, des temps forts culturels européens, bref, ce qui fait l'Europe et ses citoyens.

ARTE constitue un ensemble dont les interactions interculturelles restent fructueuses, fécondes, dynamiques. Le groupement – les sujets qui y évoluent – disposent des compétences suffisantes pour poursuivre cette mission de renforcement de l'identité européenne, de sauvegarde du patrimoine culturel européen par la protection de sa diversité, et se positionne par ailleurs, si ce n'est en opposition, a minima en contraste avec les contenus en provenance d'Outre-Atlantique, en témoigne la mise en ligne d'une nouvelle plateforme de séries, évoquée par la couverture médiatique comme étant un « Anti-Netflix. »

Face à la montée des nationalismes, de l'ethnocentrisme, ARTE doit impérativement poursuivre sa mission et renforcer son discours en développant une programmation toujours plus européenne et qualitative, en mettant en avant la création, les collaborations entre acteurs de la culture et de l'audiovisuel de tous horizons, en promouvant et soutenant encore plus les rencontres et collaborations internationales. Le monde d'aujourd'hui mériterait plus d'interculturalité, plus d'ouverture sur l'*Autre*, ARTE peut en être le nouvel élan, ou l'un des outils, en montrant notamment que sa propre structure, franco-allemande, est créative, culturelle, qualitative **parce qu'elle est interculturelle.** Pour cela, les grands ouvriers de la chaîne doivent eux aussi se montrer particulièrement compétents, ambitieux, et surtout désireux de mutualiser leurs compétences avec leurs partenaires européens. La structure



mériterait donc d'être renforcée de ce sens, pour ne pas faire du dialogue *artésien*, franco-allemand, une banalité, ou le laisser s'effacer au profit de l'Europe plus largement. Les partenaires européens pourraient cependant être de plus en plus sollicités pour étoffer encore les contenus. L'identité européenne nécessite d'être renforcée, et ce plus que jamais à l'heure où les relations internationales semblent s'effriter, tant avec les États-Unis de Donald Trump, qu'entre États Européens, dont l'euroscpticisme va, concernant certains États, croissant. ARTE peut très clairement participer à la lutte contre le repli sur soi européen auquel l'on assiste actuellement. Les liens semblent parfois forts en termes de sécurité avec la lutte contre le terrorisme, mais la montée des mouvements nationalistes semble parfois signer le début de la fin de l'Europe...ces partis engrangent de plus en plus de voix lors des élections, européennes comme nationales, avec des partis hostiles à l'émigration, et après le *Brexit*, de nombreux pays européens ont vu monter en flèche leurs partis nationaux ou eurosceptiques, à l'instar de l'Italie, la Pologne, la Hongrie, la Bulgarie ou l'Autriche...C'est pour toutes ces raisons qu'ARTE doit intensifier son discours de promotion, mais surtout de formation à l'interculturel, et pour cela, la rencontre entre professionnels français et allemands d'ARTE doit être redéfinie au sein du siège de Strasbourg, comme dans les pôles annexes constituant la chaîne, ces derniers n'interagissant encore que trop peu directement. Le dialogue franco-allemand a été le moteur de la construction européenne, ainsi qu'une base extraordinaire pour l'avancée de la recherche interculturelle, et il nous semble essentiel que cette nature franco-allemande soit toujours plus assumée à l'antenne, afin d'intensifier la légitimité et la portée de ce *discours télévisuel interculturel et européen* si singulier.

# ANNEXES

## Transcriptions d'interviews.

**Claire Doutriaux**

**Réalisatrice, Créatrice de l'émission *Karambolage***

**Interview du 04 décembre 2017, Atelier de Recherche, Arte France, Vanves**

*Pouvez-vous me décrire votre parcours ainsi que le rôle de cette structure, ARTE Studio, l'Atelier de Recherche ?*

C'est un rôle un peu confidentiel. ARTE n'avait pas de production interne jusqu'à ce que nous fassions *Brut* (1995-1998) avec Paul Ouazan, - attention à ne pas confondre avec l'émission internet BRUT lancée par Renaud Le Van Kim il y quelques années et qui nous a volé le titre sans aucun scrupule -. Notre BRUT était une sorte d'alternative à un journal télévisé, l'émission a duré quatre ans, en diffusion hebdomadaire le vendredi à 20h.

En fait, l'Atelier de Recherche d'ARTE France a été créé dans la foulée pour nous permettre de continuer sur cette lancée. Nous avons réalisé dans ce cadre bon nombre d'émissions plus ou moins expérimentales. Mon collègue Paul Ouazan a d'ailleurs produit l'émission *die Nacht*, une émission expérimentale mensuelle durant de nombreuses années. Désormais, il travaille essentiellement pour le web.

C'est dans ce cadre de l'Atelier de Recherche qu'est né *Karambolage*. Nous sommes installés dans le Studio d'Arte France, la petite filiale de production d'ARTE, qui produit des habillages pour la chaîne et quelques émissions comme *Karambolage* qui, je crois bien, est la seule émission intégralement produite en interne.

*Le Dessous des Cartes* est également fabriqué au studio mais avec des partenaires extérieurs, *Square* de Claire Parney est également réalisé dans nos locaux mais cette émission est produite par un producteur indépendant. Au studio se trouve aussi le bureau parisien de l'information. Cette toute petite structure permet de tout faire : du plateau de tournage aux salles de montage, en passant par les cabines d'enregistrement, le mixage etc... : tout se fait

sur place. Ce studio est donc un lieu de production par opposition au siège d'ARTE France qui ne comporte que des bureaux.

Lorsque j'ai créé *Karambolage* (première diffusion en janvier 2004), je me suis entourée à la rédaction d'Allemandes essentiellement. J'ai produit, réalisé cette émission pendant quinze ans et je souhaite désormais lever le pied, j'ai donc nommé Jeanette Konrad, rédactrice en chef, et c'est donc une Allemande qui encadre maintenant l'équipe. Je suis toujours présente mais je ne m'occupe plus de *Karambolage* de la même façon. Je réalise des émissions spéciales et je veille au grain, mais la relève s'est très bien passée !

Alors que je ne pensais faire *Karambolage* que pour un an, cela fait désormais plus de dix-sept ans que l'émission est diffusée. Le programme fonctionne bien, même très bien en termes d'audience, notamment en France. On nous a changé l'horaire de diffusion à plusieurs reprises ces dernières années, passant de notre horaire historique du dimanche à 20h au samedi à 20h30 pour nous replacer au dimanche 20h30 depuis début 2019 et je dois dire que c'est un excellent horaire qui a encore augmenté notre visibilité en France. En Allemagne nous sommes également revenus au dimanche, hélas à 18h55, ce qui est trop tôt : nous pourrions gagner en audience avec un horaire comme celui que nous avons en France et qui nous permet de faire de très bonnes audiences.

***Comment décidez-vous des sujets que vous allez traiter dans Karambolage ? Les idées viennent de l'ensemble de la rédaction ? Vous tâchez de suivre des actualités ?***

Quand on connaît le mode de fabrication de *Karambolage* avec son image très travaillée par les graphistes et donc très chronophage, on comprend que nous ne pouvons pas suivre l'actualité. Nous nous attachons plutôt aux rites, mais il nous arrive de décrypter l'actualité avec nos analyses d'image que nous n'hésitons pas à diffuser à la date anniversaire de l'événement, avec un an de recul.

Honnêtement lorsque j'ai commencé l'émission, j'ai pensé qu'au bout d'un an, j'aurais fait le tour des sujets « rites et traditions » des deux pays. Ce qui est étonnant, c'est que quinze ans plus tard, nous sommes toujours là, nous avons toujours des listes de sujets à travailler. Et comme le dit très justement Nikola Obermann, l'une des rédactrices, c'est aussi en grande partie parce que c'est notre propre vie de franco-allemandes que nous mettons à l'antenne.

***Finally, you answer to questions that you pose to yourself? You tell stories that you lived more or less close to?***

Oui en quelque sorte. J'ai vécu plus d'une quinzaine d'années en Allemagne. L'émission n'aurait pas vu le jour autrement, cela n'aurait pas été imaginable sans cette expérience. L'émission est le reflet de cette double culture.

Ce qui m'importait, c'était d'éviter de tomber dans le cliché, et c'est de cette crainte qu'est né le concept de base qui n'a pas changé depuis : partir du détail, l'objet, le mot, l'article de loi, l'uniforme, le rite etc, l'analyser et se permettre éventuellement une interprétation du fait de nos deux cultures. Je voulais donc que l'émission soit très incarnée. Elle ne l'est pas par une personne, elle l'est par un ton et par le fait que celles et ceux qui écrivent sont toutes des personnes vivant à cheval sur les deux pays. Et que l'humour, voire l'autodérision soit présents. Et je voulais qu'à la réalisation, l'émission soit très gaie, très vive. Pour intéresser les Français à l'Allemagne, les Allemands à la France mais surtout pour intéresser les autres à « mon dialogue intérieur » entre ces deux langues, ces deux histoires, ces deux réalités. En tout cas, il fallait veiller à ne pas intéresser uniquement les Allemands francophiles et les Français germanophiles !

***Karambolage est d'ailleurs clairement devenu un support pédagogique...***

Oui, c'est vrai. Et je pense - et c'est un point important pour moi – que si *Karambolage* est une émission attractive, c'est qu'il n'a pas été décidé ici par les instances dirigeantes d'une chaîne de faire une émission européenne. Cette émission, elle sort d'une nécessité, celle d'une auteure – moi en l'occurrence – d'exprimer ce rapport aux deux cultures qui l'habitent. Ma chance, c'était de travailler à ARTE et de pouvoir y développer ce projet.

***And maybe for you too, you allow yourself to answer to your own questions?***

Oui, c'est exactement cela. J'ai eu la chance de pouvoir le faire, et cela fonctionne, c'est parfait !

***Vous avez évoqué La Sept, vous faites partie de la structure depuis ses origines, selon vous, que reste-t-il de La Sept dans ARTE ?***

Pas grand-chose... Mon collègue Paul Ouazan et moi-même peut-être, nous sommes vétérans ! Ou des dinosaures, comme on voudra ?

***Le projet a été pensé comme soutien à la création, une envie de diffuser des biens culturels...est-ce vraiment cela ?***

Pour être tout à fait honnête, une télévision, ça demande beaucoup d'argent. Lorsque l'on créé une chaîne comme La Sept à l'époque, on est dans les marges, on tente beaucoup de choses. Puis le succès vient, l'institutionnalisation aussi et cela entraîne forcément une sorte de programme plus consensuel. La Sept avait un très fort esprit de création, qui a régné à une époque. Ce n'est plus tout à fait la même chaîne. En tant que pionniers de la première heure, l'on peut bien sûr regretter certaines choses, mais des nouvelles productions sont arrivées et, à vrai dire, je ne me vois pas vraiment travailler autre part qu'à ARTE !

À l'époque, nous avons quitté des chaînes qui existaient, pour « s'engager » en quelque sorte dans La Sept. Avec l'Atelier de Recherche, cet esprit est toujours présent.

***D'un point de vue du développement de la chaîne vers le numérique, pouvez-vous dire que vous en profitez avec Karambolage ?***

Quand on fait une émission à l'heure actuelle, on ne la fait plus uniquement pour l'antenne, on la fait aussi pour les sites, pour les réseaux sociaux. Nous concernant, cela fonctionne plutôt bien. La devinette par exemple marche très bien, c'est devenu un incontournable. Le format court de *Karambolage* nous a permis de nous adapter rapidement aux attentes du web finalement, l'émission s'y prête particulièrement. Il y a un travail spécifique pour le web, mais ne nous leurrions pas, c'est avant tout le succès à l'antenne qui entraîne le succès sur le web, en tout cas, en ce qui nous concerne. D'une semaine à l'autre, nous touchons le dimanche soir en France entre 650 000 et 900 000 téléspectateurs, et si l'on rajoute les téléspectateurs allemands, entre 150 000 et 200 000, nous dépassons le million. Nous ne toucherions pas un million de personnes qui s'appuieraient sur la plateforme web uniquement. Mais cela élargit notre public, c'est sûr.

***Et vous avez des retours directs de certains téléspectateurs ?***

Nous avons énormément de retour des téléspectateurs, de courriers et mails, c'est vrai que nous recevons beaucoup de louanges, c'est plutôt agréable ! Nos téléspectateurs sont très fidèles et très attentifs. Nous savons aussi, parce qu'ils nous l'écrivent, que des jeunes se sont mis à l'allemand grâce à l'émission, ce qui est émouvant. Nous recevons des mails charmants des deux pays. Nous recevons aussi des suggestions de sujets. Même si l'audience est supérieure en France, les Allemands sont très actifs dans ce dialogue-là, c'est assez intéressant au regard du rapport d'audiences.

***Vous laisse-t-on une grande liberté de production avec *Karambolage* ou la présentez-vous encore régulièrement avant la mise à l'antenne ?***

Nous jouissons d'une grande liberté ! La chaîne nous fait confiance !

Mais les débuts ont été coriaces : on ne peut pas dire qu'à l'époque, le projet ait été accueilli de gaîté de cœur par la chaîne. Lorsque j'ai présenté le projet sur papier, on m'a donné de l'argent pour faire un pilote. J'en ai fait cinq, sur des formats différents, et j'ai bien compris que si l'émission durait une heure, ce serait un mensuel, et il fallait qu'elle soit très courte pour s'inscrire en hebdo, car le travail graphique, notamment l'animation sont très chronophages.

Lorsque la direction de la chaîne a visionné les pilotes, ça a fait un drame ; ARTE était habitué à faire en sorte que les Français parlent de la France, que les Allemands parlent de l'Allemagne, mais certainement pas que des Allemands se permettent de se moquer – gentiment – des mœurs françaises et vice-versa. La direction a eu peur des conflits que cela pourrait générer, et ce tant au sein de la chaîne qu'à l'extérieur. Ça a été une longue lutte de faire en sorte que cette émission puisse enfin voir le jour. Mais une fois lancée, elle s'est imposée très vite.

Si - ce n'est pas moi mais Véronique Cayla, ma présidente qui le dit -, *Karambolage* est un peu l'ADN de la chaîne, l'émission s'est imposée dans le dialogue franco-allemand. Il y a en Allemagne un paradoxe assez intéressant, que je ne comprends pas vraiment : Malgré les

audiences qui n'atteignent pas les audiences françaises, nous sommes sans cesse invités, nous présentons *Karambolage* partout, dans les Instituts français, les universités, les écoles etc. et ça fonctionne toujours très bien. Dans tous les Länder du Nord de l'Allemagne, et en Autriche aussi, les élèves travaillent depuis plusieurs années sur des concours vidéo formats *Karambolage*. L'émission est donc à la fois très présente en Allemagne mais l'audience y stagne. Peut-être parce que la rédaction est en France, ou parce que l'horaire de diffusion en Allemagne n'est pas optimal... je ne me l'explique pas complètement. Tout cela est étonnant, mais c'est la réalité des choses. Il faut dire qu'ARTE est beaucoup moins regardée en Allemagne qu'en France.

***Le fait que l'initiative soit française au départ, – même si on peut vous qualifier de franco-allemande, La Sept demeure une initiative française – cela a-t-il créé des disparités ?***

ARTE aussi a été créée à l'initiative de la France, c'est François Mitterrand qui a proposé à Helmut Kohl de le rejoindre et celui-ci s'est d'ailleurs mis à dos tous les ministres présidents d'Allemagne en faisant cela. La création d'ARTE n'a pas été simple mais c'est un autre débat.

***Il semblerait logique que l'on parle de disparités, d'autant plus qu'ARTE Deutschland a probablement des intérêts différents du fait d'être une « filiale » de l'ARD et de la ZDF.***

La question se pose effectivement : il n'y a pas de mariage plus déséquilibré que celui d'ARTE entre la structure française et la structure allemande. Les deux structures n'ont rien à voir, et j'ai suivi de près les difficiles négociations. Mais il fallait que la chaîne existe, même si c'était bancal ou déséquilibré. On peut se poser beaucoup de questions sur le bon fonctionnement des choses, tout n'est pas simple. En fait, ARTE est un peu une chaîne diplomatique, avec tous les avantages et les inconvénients que cela entraîne, c.-à-d. que si ce n'était pas une chaîne supranationale, avec un budget venant à part égale de France et d'Allemagne, nous ne serions plus là depuis belle lurette. Nous aurions été engloutis par France Télévisions, et c'est toujours une menace. Nous serions, comme en Allemagne finalement, une chaîne de rediffusion essentiellement, avec quelques programmes un peu plus pointus que sur les autres chaînes publiques. Être une chaîne « diplomatique », c'est notre protection. Le revers de la médaille, c'est qu'il faut toujours trouver du consensus et c'est parfois fort épuisant.

***Comment s'intègre l'Atelier de Recherche dans la structure tripolaire de la chaîne ?***

Nous sommes ici dans un cas particulier, nous sommes satellisés par rapport à ARTE France, ce dont nous ne plaignons pas. *Karambolage* est reconduite presque automatiquement puisqu'elle fonctionne. Nous faisons nous même les versions françaises et allemandes, sans passer par Strasbourg, c'est unique, je crois, dans le fonctionnement de la chaîne. Ici la traduction est très fouillée, c'est un vrai travail de dentellières, entre l'image et texte et le jeu des deux langues. Ça n'aurait aucun sens pour *Karambolage* de ne pas fabriquer parallèlement les deux versions.

L'interculturel s'exprime complètement ici au sein de l'Atelier de Recherche, c'est le lieu le plus représentatif du franco-allemand en tout cas, pour ARTE France ! Et de ces contacts entre Français et Allemands sortent les sujets que l'on peut retrouver dans *Karambolage*.

***Et vous avez pu vivre quelques querelles, quelques mésententes dues à ce mélange de cultures françaises et allemandes ?***

Des mésententes, je n'irais pas jusque-là : nous discutons beaucoup et parfois un peu fort, ça ne s'appelle pas *Karambolage* pour rien ! Les sujets sont souvent issus de ces discussions...

***L'objectif, la mission d'ARTE, est de rapprocher les peuples d'Europe, avez-vous l'impression de remplir ce rôle-là ?***

On me le dit. C'est vrai que je n'ai pas créé cette émission dans l'optique précise de rapprocher les peuples d'Europe. J'ai essayé avant tout de faire une émission de télévision, une émission qui intéresse les gens, sur des sujets français et allemands. Il se trouve qu'au fil des années, l'on me dit que cela joue bien un rôle dans le dialogue franco-allemand, et j'entends cela avec une certaine émotion. C'est vrai que nous avons une certaine responsabilité. C'est un travail très personnel, et lorsque l'on travaille sur le détail, en profondeur, ça touche à l'universel.

***Et Karambolage peut-elle s'ouvrir à d'autres pays ?***



C'est une discussion qui a été menée au sein de la chaîne à plusieurs reprises, mais j'ai toujours répondu : pas avec moi, pas avec mon équipe. L'émission fonctionne parce que nous connaissons parfaitement la culture allemande et la culture française, nous essayons d'être pertinents et nous nous permettons aussi d'être impertinents. Sur l'Italie ou l'Espagne, j'aurais un rapport de journaliste dans le meilleur des cas, ou de touriste dans le pire. Par contre, nous ouvrons nos sujets aux cultures émigrées en France et en Allemagne, aux mythologies turques, magrébines. Dans ce cas, c'est pertinent puisque ces personnes vivent au sein de nos pays, c'est un chantier qui est difficile, mais c'est pertinent. Proposer un kaléidoscope européen, c'est prendre le risque d'être superficiel, d'être dans les clichés.

Pour revenir à la question de l'interculturel, nous vivons ici avec les deux cultures, nous commençons une phrase en français, pour la terminer en allemand. Nous sommes franco-allemands. Ce n'est pas une émission européenne, c'est une émission faite par des Européens. C'est notre vie que l'on met à l'antenne et c'est ce qui explique, je pense, son succès et sa longévité. Il fallait veiller à ne pas faire une émission uniquement pour les francophones d'Allemagne et inversement. Il fallait intéresser largement et c'est ce qui s'est passé. Cela a ouvert une sorte de compréhension sur l'Allemagne contemporaine.

***Si je vous dis que je considère ARTE tant comme une chaîne que comme une institution culturelle, qu'en pensez-vous ?***

Moi, je fais des programmes de télévision, c'est ce qui guide ma démarche. Que la chaîne soit perçue comme une institution culturelle est fort probable. Mais ce peut être un mélange des deux. La chaîne a une image de marque. L'audience joue son rôle, mais c'est une chaîne publique, et nous sommes quand même moins tributaires de ces fameuses audiences.

Le fait que ce soit une chaîne diplomatique nous préserve, Il me semble qu'ARTE joue un rôle diplomatique plus qu'institutionnel. Nous aimerions, bien sûr, que parfois des décisions plus radicales soient prises... Est-ce que tous les programmes qui sont sur la chaîne sont ceux qui devraient être sur une chaîne culturelle européenne ? L'on peut parfois se poser la question... ARTE cherche à élargir son public, et cela depuis vingt ans, quitte à perdre parfois son ambition, mais elle reste malgré tout une chaîne innovante. Nos dirigeants, préoccupés par l'audience qui leur permet de se battre pour obtenir les budgets auprès des gouvernements

successifs, sont très attentifs à l'audience. Il y a dans toutes les chaînes de télévisions ce rapport dialectique entre les dirigeants et les gens de programmes.

Je fais cependant une émission qui me correspond, et qui fonctionne, et ce parce qu'ARTE m'a laissé ce lieu d'expérimentation. Mais plus une chaîne grandit, plus le côté institutionnel s'affirme, plus les budgets sont importants, plus le danger du programme consensuel s'impose...

***Lorsque l'on discute avec des téléspectateurs lambda, on entend souvent qu'ARTE est une de leur chaîne préférée, et on le voit aussi dans les sondages, mais pas dans les audiences, comment expliquez-vous cela ?***

La télévision reste souvent un pur outil de divertissement, et les documentaires ambitieux, les spectacles souffriront toujours de la concurrence avec les séries ou les programmes plus faciles à avaler. Concernant les opéras à titre d'exemple, lorsque l'on fait 1% d'audience, cela représente deux-cents mille téléspectateurs, contre deux mille places à l'opéra. C'est énorme, non ? Tout le monde a droit à cette nourriture-là. Tout le monde n'habite pas Paris, tout le monde n'a pas accès à ces lieux. À ceux qui attaquent ARTE qui ne ferait pas assez d'audience, je voudrais répondre que même s'il n'y a que cent-trente personnes au fin fond d'une province qui s'intéressent à un programme un peu complexe, c'est juste formidable qu'ils puissent y avoir accès. C'est une offre à laquelle tout le monde doit pouvoir avoir accès, mais il faut évidemment veiller au bon usage de la redevance. Nous avons la chance de travailler au sein d'une petite structure aux budgets serrés. C'est plutôt satisfaisant.

***La programmation française et allemande d'ARTE est décalée, pouvez-vous m'en parler ?***

La programmation entre France et Allemagne est en effet de plus en plus décalée. *Karambolage* en est l'exemple. Il était logique de proposer quelques horaires différents, selon les *prime-times* de l'un et l'autre pays, mais nous faisons de plus en plus décrochages, en 2018, certaines émissions françaises (*Le Dessous des Cartes*, *Vox Pop*, *Karambolage*) ont été placées en Allemagne le samedi matin. Pour ma part, je m'y suis fortement opposée. Nous nous éloignons de ce concept de chaîne à programmation unique et c'est dommage, encore plus pour *Karambolage*, car c'est une vraie émission transfrontalière qui est très regardée en famille et le créneau de début de soirée nous convient à merveille. Eloigner la programmation française et la programmation allemande de *Karambolage* à des horaires différents n'a aucun

sens. Finalement nous avons été placés en Allemagne à 18h55, nous ne sommes pas trop loin du créneau français.

Le *28 Minutes*, cette émission d'information française, n'est pas fait pour l'Allemagne, il a été créé pour remonter les audiences en France et c'est vrai, ça marche, ça marche même fort. Elisabeth Quin mène très bien cette émission, ce n'est pas le problème, mais, pour ma part, je m'inscris dans une démarche qui est celle d'une chaîne franco-allemande et j'ai cherché à créer une émission transfrontalière qui s'adresse au même moment à deux publics différents et qui essaie sans cesse de dire à l'un des deux publics : attention, tandis que je vous raconte ça, de l'autre côté de la frontière, les autres nous écoutent et nous regardent aussi avec leurs oreilles, leurs yeux, leur histoire...Je veux que ça reste toujours présent à l'esprit.

J'ai fait très attention au début à faire en sorte qu'on ne sache pas d'où provenait cette émission : en France ou en Allemagne ? Nous faisons très attention dans les premières années à ne jamais le marquer, nous ne donnions d'ailleurs aucune adresse de rédaction pour ne pas avoir à le divulguer. Il était impossible pour le public de savoir, ni dans les sujets, ni dans l'esthétisme, si l'émission était française ou allemande.

En règle générale, en télévision, l'on cherche à montrer des têtes, à avoir des têtes à vendre. La forme sur laquelle j'ai souhaité travailler ne s'appuie pas sur ce principe. Nous en souffrons peut-être, notamment vis à vis de la presse qui aime à montrer « le » visage de l'émission mais c'est ainsi que j'imaginai l'émission. Le *28 Minutes* a été créé avec une fonction bien précise, mais qui renforce le décalage entre les deux pays sur la grille de programmes puisque ça ne passe pas en Allemagne. Je regarde cette évolution avec un certain malaise. Il faut faire attention à ces décalages, car on prend le risque de laisser chacun faire sa chaîne. Les Français vont se préoccuper de leurs audiences en France, les Allemands des leurs en Allemagne...ce sont des évolutions que je trouve un peu problématiques...

***Je vous remercie pour cet entretien.***

**Emelie De Jong**

**Directrice de l'unité Arts et Spectacles**

**Interview du 04 Décembre 2017, ARTE France, Issy-les-Moulineaux**

*Quel est votre rôle ici à ARTE France, d'un point de vue des choix éditoriaux, des choix spécifiques à la programmation ?*

ARTE France a la spécificité d'être organisé d'un point de vue éditorial par unités de programmes. On a six unités de programmes : découverte et connaissances, cinéma, fiction, art et spectacle, société et culture, puis le développement numérique. Dans le service public, France Télévision par exemple, cela fonctionne par unités de programmes qui sont juste éditoriales, et l'administration est centralisée. Nous, nous sommes des unités intégrées c.à.d. des unités de programme éditoriales avec l'administration et la post-production intégrées. On fait tout cela ici, c'est une équipe de 25 personnes et on a tous les corps de métier. Pour résumer, notre métier est d'expertiser et d'instruire les projets proposés par l'industrie de l'audiovisuel, à savoir les producteurs indépendants. Nous instruisons des projets qui sont soumis par des producteurs indépendants dans le cadre d'une ligne éditoriale prédéfinie, selon chaque unité. Une fois le projet sélectionné, un projet qui rentre dans ce cadre et dans les objectifs de production, on travaille avec le producteur et le réalisateur pour que le projet soit adapté aux cases. Ensuite il passe par deux commissions : la pré-commission des programmes au sein d'ARTE France, puis la Conférence de Programmes à Strasbourg. C'est un *process* qui dure deux voire trois mois, et ensuite seulement on peut administrativement engager un contrat pour ce projet.

Mon rôle dans tout cela, c'est de travailler avec les chargés de programmes, qui sont les gens qui lisent, suivent et défendent les projets. En fait on reçoit des projets, les chargés de programmes se chargent de les étudier - ils sont au nombre de huit dans cette unité - ils regardent le contenu, s'ils connaissent déjà le réalisateur, s'il a déjà travaillé avec nous. Quand on ne le connaît pas, on propose de le rencontrer pour discuter du projet. Une fois ces étapes passées, nous faisons une fiche de pré-commission, et tout est totalement informatisé. Tous les mois, je fais une pré-commission, en vue de la *PK* : la *Programmkonferenz*, la Conférence des Programmes à Strasbourg.

Avant ces deux étapes, il faut savoir que nous avons aussi un comité éditorial au sein de l'unité, qui a lieu tous les quinze jours et réunit les chargés de programme, et chacun fait part

des projets qu'il a vus, des gens qu'il a rencontrés etc. C'est très important car chacun y présente aussi les projets qu'il a retenus, pour les *pitcher* et justifier son choix auprès de ses collègues.

Donc pour un projet X ou Y, un chargé de programme va par exemple avec un *Documania* – qui est une de nos cases, nous avons huit cases par semaine, que nous partageons avec les Allemands – créer une fiche informatique dans notre base avec à chaque fois ce qui est essentiel, la *logline*, et expliquer pourquoi on ferait ça maintenant, car on cherche à toujours être en résonance avec l'actualité, on fait ensuite un résumé du projet, avec l'intention de réalisation, le synopsis... tout cela est étudié et fiché.

Cette fiche est ensuite envoyée pour préparer la pré-commission, qui est une instance dirigée le directeur éditorial ARTE France. Nous proposons ces projets en coproduction ou en développement.

La coproduction, c'est lorsque l'on estime qu'un projet est assez mûr pour partir sur cette coproduction, que le producteur a déjà les co-financeurs. En développement, c'est lorsque l'on propose au producteur un développement d'écriture, pour creuser un peu. Nous avons ces deux façons de faire, soit coproduction, soit développement. En développement, ARTE donne des échéances etc. Nous travaillons au plus près des acteurs de l'audiovisuel, sommes très impliqués dans les coproductions que l'on engage.

Il y a aussi les pré-achats. Dans ce cas le projet est déjà avancé, ARTE veut un regard éditorial mais ne veut pas investir autant, c'est souvent le cas de projets étrangers, alors que les coproductions sont vraiment faites avec des producteurs français. On peut aussi faire le choix de l'achat. Cela concerne tant les projets français qu'étrangers, souvent des documentaires et des concerts. Mais on ne fait pas beaucoup d'achats. Ce qu'on fait ici, c'est tout de même à 90% français. Notre mission ici c'est vraiment de faire travailler l'industrie de l'audiovisuel en France, l'industrie de la production française. Donc on ne fait quasiment que de la coproduction, très peu d'achats, très peu de pré-achats.

Autre cas de figure : des projets sont parfois refusés ou suspendus. Quand le sujet est apprécié mais pas la forme par exemple. Mais nous avons l'habitude de travailler ensemble, avec Strasbourg, nous savons ce qui est attendu donc c'est assez rare, nous faisons des propositions qui sont en général retenues.

Une fois retenu en pré-commission, le projet est basculé à Strasbourg, et Strasbourg a besoin d'avoir des dates de livraisons, tout est codifié, SP1 par exemple signifie spectacle en coproduction, on met les auteurs, les provenances, les producteurs. Tous ces éléments-là purement administratifs, doivent être renseignés, la plateforme sur laquelle on prévoit la chose, la case etc...tout cela est basculé à Strasbourg, qui ne reçoit que ça.

Le projet finalement part du chargé de programme ici à ARTE France, monte au directeur éditorial ARTE France, puis redescend vers le chargé de programme à Strasbourg, qui fait une fiche de lecture. Strasbourg est là pour coordonner en fonction des projets allemands aussi. Il se peut qu'il y ait des doublons, mais c'est très rare que cela arrive.

Le projet va donc être étudié par l'unité qui le concerne à Strasbourg, pour nous ce sera Culture ou Connaissance. L'unité peut donner un avis favorable, ou le suspendre pour le réétudier, et en parlera à la *PK*, constituée de deux personnes de Strasbourg, deux personnes ARTE France, deux de l'ARD et deux de ZDF pour débattre sur ces projets.

Si l'avis est favorable, validé éditorialement, la validation déclenche le numéro qui nous permet de faire valider le contrat, de le livrer etc. Une fois que c'est validé, le chargé de programme va rappeler le producteur pour lui annoncer que c'est bon, et le producteur va commencer par envoyer les éléments financiers : devis et plan de financement à l'administrateur de l'unité. Les producteurs savent ce qu'ARTE France investit par case, par 52 minutes, par opéra etc. Cela se transforme parfois en une sorte de jeu de rôle, tout le monde sait qui veut quoi, combien de financement ils pourront avoir du CNC (Centre National Cinématographique), qui est un très gros co-financeur. Tout ce qui est « création documentaire » est co-financé par le CNC. L'administrateur rencontrera le producteur avec son directeur de production, avec le chargé de programme, et éventuellement le réalisateur.

Le producteur est garant de la livraison et de l'utilisation de l'argent d'ARTE. Le projet suit son cours, les concernés vont tourner, monter etc, et le chargé de programmes d'ARTE intervient quand un premier visionnage est possible. Je fais le dernier visionnage, sauf s'il y a une problématique qui me fait intervenir plus tôt. On compte entre deux et cinq visionnages en général. Après le programme est livré à ARTE France, vérifié parce qu'on a des normes à respecter. Le projet passe en post-production, et enfin, après avoir encore été vérifié et validé, il est envoyé à Strasbourg pour le multilingue et la dernière vérification. Une fois que tout ça est fait, on se charge de sa programmation, de la partie presse etc. En parallèle le service

commercial peut intervenir, peut décider de prendre en distribution le programme ou d'en faire un DVD.

***Comment harmonisez-vous la ligne éditoriale ? Avec le côté allemand, avec Strasbourg ?***

Les lignes éditoriales sont définies ensemble, c'est une sorte de réunion de bonne entente tripartite sur chaque case. Dans le groupe culture, dans lequel on décide quelle est la ligne sur le documentaire culturel du dimanche après-midi par exemple, et sur la ase arts et culture. Nous échangeons au sujet d'une ou plusieurs cases, une à deux fois dans l'année à Strasbourg, en séminaire avec les personnes qui travaillent là-dessus, avec les partenaires allemands et Strasbourg. S'il y a un ajustement de la ligne éditoriale à faire, nous le ferons, mais a priori elles sont décidées de façon collégiale, et elles sont validées par la *PK*, qui est un peu notre Saint des Saints. C'est la *PK* qui valide tout, elle qui a lieu tous les mois.

C'est finalement assez simple, et je sais très bien quelles sont les lignes éditoriales sur quelles cases. Sur *Documania* par exemple, il faut un destin romanesque, avec quelqu'un ou un contenu connu des deux publics...être européen, pas trop américain...en fait tout le monde connaît les lignes au sein de la chaîne. On sait aussi que l'on doit prendre en compte l'actualité, lorsque c'est le centenaire de quelqu'un, une grande exposition...on s'en charge forcément, et ça facilite d'ailleurs la programmation.

***Et justement, concernant vos choix de spectacles à diffuser, comment décidez-vous cela ?***

Cette fois-ci le circuit est un peu différent, c'est un peu plus moi qui choisit. Le rôle qu'on joue sur le terrain à ARTE France est très important, je discute directement avec Le Louvre, le Musée d'Orsay, Pompidou, les grandes institutions, l'Opéra de Paris, l'Opéra-Comique, Radio France, la Scène Musicale, les grandes scènes de la vie musicale française. Malheureusement plutôt à Paris qu'en province, puisqu'on connaît bien mieux cette programmation, mais on discute aussi avec Toulouse ou Aix. Donc, soit ce sont les producteurs qui proposent une saison ou des concerts, soit ARTE le sait par l'institution et on regarde les points forts de la saison. Une fois identifiées les choses que l'on veut faire, on les présente à une instance qui s'appelle *Musica*, qui est un groupe d'experts de musique classique et de danse au sein d'ARTE, avec deux personnes d'ARTE France, deux de Strasbourg, deux de l'ARD et deux de la ZDF. On présente tout ce qu'on veut faire en musique classique et danse à ce groupe. Une fois que c'est validé, on le passe en pré-commission et à la *PK* pour validation.

Mais attention, ce sont toujours des sociétés externes qui filment. Nous ne sommes que des bureaux ici. À part ARTE Studio, à qui on peut faire appel si on veut vite aller capter quelque chose, mais nous faisons habituellement appel à des prestataires extérieurs. Ce sera toujours un producteur, qui nous proposera ses projets, qui les mettra en œuvre, et c'est le producteur qui trouve le réalisateur, pas ARTE.

Le JT et les émissions plateau sont par contre tournées à Strasbourg. Ce qui est fait par ARTE France, le 28' par exemple, qui est français, est tourné en plateau en France par une société extérieure. C'est en studio, mais c'est aussi un système de producteur. Ce qui est tourné en interne est à Strasbourg : les quelques plateaux de débat, puis l'habillage. En dehors de cela tout est fait à l'extérieur, avec les producteurs.

***Vous êtes en charge de la plateforme ARTE Concert, pouvez-vous me parler du développement de l'offre numérique chez ARTE ?***

ARTE Concert est effectivement dans notre unité. Nous avons la responsabilité d'ARTE Concert pour ARTE France. On considère que la musique sur ARTE est un tout, qui s'appelle ARTE Concert, et nous ne faisons pas de différence entre web et antenne. Nous disposons d'un groupe de travail de sept personnes à plein temps, qui sont en charge des choix de programmation, des choix de mise en édition et la production. Nous travaillons avec des producteurs ou avec ARTE Studio. On met en ligne à peu près entre 400 et 600 vidéos par an, des petits formats et des concerts entiers, et 350 lives par an environ. Toute une équipe s'occupe des réseaux sociaux aussi, mais en coordination avec Strasbourg et les partenaires allemands. Donc concernant ARTE Concert, il y a toujours un comité éditorial, le CRAAC (Comité Rédaction Antenne ARTE Concert), avec une réunion tous les jeudis matins avec la chargée de programme musique et la chargée de programme responsable de la danse, avec trois personnes d'ARTE Concert, le responsable de la production, de la programmation et de l'édition. Ici sont faits les choix des concerts et émission. Cela passe par une instance de validation avec Strasbourg : c'est la Conférence Plateforme ARTE Concert. Il y a un Comité en visioconférence avec Strasbourg toutes les semaines, tout est très bien coordonné car le volume est ici très important. La ligne éditoriale, comme pour le reste de la programmation suit une actualité. Dans ce cas, c'est l'actualité des grandes scènes européennes, avec plus de volume, plus de festivals et de formats courts. 80% de la programmation est *web-native*, nous nous servons de la plateforme web pour multiplier l'offre.



Nous faisons aussi de la production pour ARTE Creative. Si vous allez sur Arte.tv, vous y verrez toutes ces offres, selon les catégories, connaissances, cinéma, fiction etc. ARTE Concert est en fait une des offres d'Arte.tv, et il y a aussi une entrée LABEL CREATIVE, et quatre personnes dans l'unité travaillent là-dessus. Là c'est une offre plutôt ludique, pop...

***Votre but était d'élargir votre public ?***

Élargir le public, oui, compléter l'offre antenne, je dirais finalement élargir l'étendue de la marque, sa portée.

***Peut-on selon vous considérer ARTE comme une institution culturelle plus que comme une chaîne de télévision ?***

Oui, nous pourrions dire cela, pas vraiment par l'organisation de festivals et la remise de prix, qui est une petite partie de l'activité. Mais pourquoi pas une institution culturelle dans la position particulière que nous avons dans le PAF. ARTE France est un producteur de programmes et non un diffuseur de programmes. Les programmes sont diffusés via la chaîne ARTE. De fait depuis 20 ans on a créé une sorte d'institution culturelle qui est ARTE, la marque est une institution, gage de qualité et gage de culture, d'une certaine qualité de culture. La partie remise de prix et festival est plutôt un travail de terrain, qui fait partie de notre mission, mais ce n'est pas le cœur de la mission, le cœur c'est vraiment d'être diffuseur de programme. On est dans la création d'œuvres audiovisuelles.

***Mitterrand disait en 1994, « C'est à travers l'audiovisuel que l'on peut aborder le problème d'identité culturelle en Europe », pensez-vous ainsi répondre à cette problématique ?***

Je dirais que l'on tente de répondre à cette problématique. Notre mission est avant tout d'être européens. ARTE est une chaîne européenne, avec une vraie visée avec ARTE Europe, et cette offre d'accessibilité avec les diverses langues, les sous titrages qui se développent, toujours dans cette ambition d'étendre la visibilité à l'Europe. Ce qui veut dire aussi prendre des droits avec ces pays pour diffuser dans ces territoires.

C'est au cœur de notre ADN de travailler sur la compréhension de l'autre à l'échelle de l'Europe, plus largement à l'échelle du monde. Sous-jacent, on a quand même des programmes qui y répondent très clairement comme *Karambolage* ou *Vox Pop*, notre magazine européen, pour parler des institutions de l'Europe, ou notre journal qui a une visée européenne, qui veut traiter autrement le regard sur l'autre. Un programme comme *Cuisine*

*des Terroirs* est lui aussi très ancré dans le terroir européen, il essaie de montrer toute la diversité. Un autre magazine l'après-midi, *Invitation au Voyage*, à portée mondiale mais très axé Europe. On a des programmes dont l'objectif est le rapprochement des peuples en montrant leurs traditions, leurs habitudes, leur quotidien, et plus largement cette idée de toujours penser à l'autre public, au public allemand, voir les autres publics. Quand nous présentons une grande actrice française par exemple, il faut aider à la compréhension, proposer une introduction pour que les Allemands comprennent tout de suite pourquoi c'est une grande actrice française. Et j'espère ainsi que les Allemands regarderont ce programme, que ça attisera leur curiosité, et contribuera au regard que l'on peut porter sur l'autre, à la connaissance que l'on peut avoir sur l'autre. Depuis que Mitterrand et Kohl ont mis en place cette chaîne on essaie de garder très présente cette idée de rapprochement avec l'autre. C'était leur objectif lorsqu'ils ont créé la chaîne, et on y pense tous les jours, et à chaque niveau, dans tous nos choix.

***Pensez-vous que le succès de la chaîne réside dans le fait que les employés connaissent justement bien l'autre ? Notamment grâce aux rédactions franco-allemandes ?***

Ici à ARTE France, clairement pas. Peut-être à Strasbourg, mais pas ici. Ici l'allemand est un plus mais pas une obligation, et on reste franco-français. La structure de la chaîne permet la connaissance de l'autre entre Français et Allemands, avec des stages, quelques journées interculturelles à Strasbourg, avec une volonté, un effort de se connaître les uns les autres. Mais au quotidien, nous sommes en lien avec Strasbourg concrètement, mais pas avec les Allemands. Strasbourg étant un pôle de coordination, la post-production est en lien avec Strasbourg, et dans ce cas précis la connexion est forte. Mais les gens qui sont les plus exposés, les plus proches de Strasbourg, sont les gens à mon niveau, les directeurs d'unité. Nous sommes amenés à rencontrer nos collègues allemands, à réfléchir ensemble sur la ligne éditoriale. Mais le reste des employés d'ARTE France...pas vraiment. Dans le quotidien de la chaîne ça n'aide pas à la compréhension de l'autre... Ce n'est pas à ce niveau-là que les choses se passent, on n'est pas du tout une rédaction franco-allemande ici à ARTE France. À Strasbourg, comme ils sont chargés du multilingue, cette idée de double culture est beaucoup plus forte, et c'est logique.

***Comme l'ARD et la ZDF, qui constituent le pôle allemand, sont elles-mêmes des chaînes de télévision, et même un groupement de chaînes concernant l'ARD, je suppose que les différences sont elles aussi très marquées, avec des divergences d'intérêt ?***

Il y a d'énormes différences, par la structure déjà, puisqu'ARTE France est une entité unique, composée de 250 personnes, et notre seul but est de produire des programmes qui vont être diffusés sur ARTE.

L'ARD et la ZDF reçoivent la *Pauschal*. Les gouvernements allemand et français donnent chacun la même somme à l'instance ARTE pour faire exister la chaîne. Dans le budget français, il y a une somme bloquée pour les programmes ARTE France, et le Gouvernement allemand donne une somme équivalente à ARTE Deutschland pour les programmes en Allemagne. Cette somme est gérée par ARTE à Baden-Baden, qui donne 50% à l'ARD, 50% à la ZDF, la fameuse *Pauschal*. Chaque Land va recevoir une somme selon ses désirs de produire pour ARTE, et chaque Land de l'ARD ne va pas faire énormément de choses. C'est un peu l'équivalent d'un France 3 Région. La *Pauschal* participe à payer les gens et produire les programmes, mais, chaque programme produit à une double visée, il doit être dans la ligne éditoriale d'ARTE, donc diffusable sur ARTE, mais souvent également sur leur chaîne « locale », ce qui change un peu la donne. Leur regard éditorial n'est pas du tout porté uniquement vers ARTE, et vers notre façon de faire, qui est une façon commune de faire les choses. Leurs programmes vont devoir être recyclés ailleurs, avec une première diffusion sur ARTE et ensuite sur les chaînes de l'ARD, et parfois idem pour la ZDF. Donc tout cela change forcément le genre de programmes qu'ils font.

Le regard éditorial en Allemagne n'est pas tout à fait le même qu'en France, et on a beau avoir les mêmes lignes éditoriales sur le papier, le résultat ne sera jamais perçu ni conçu de la même façon. Il y a un endroit où il n'y a presque pas de différences entre les deux pays, c'est *Tracks*, le magazine qu'on fait depuis vingt ans maintenant, et qui dispose d'une rédaction française et de trois rédactions en Allemagne, mais on est tellement imbriqués que le téléspectateur, ou l'internaute, ne voit pas la différence, mais ce cas de figure est très rare.

### ***Et tout cela est-il problématique ?***

Cela peut être parfois problématique pour la qualité des programmes...la qualité peut en pâtir, en Allemagne particulièrement. Peut-être qu'ils se disent la même chose nous concernant, mais parfois on se dit quand même « là c'est peut-être un peu limite. »

### ***Mais ARTE est moins regardée en Allemagne...***

Tout est proportionnel. Pour ARTE en Allemagne, on a toujours été autour des 1% de part de marché, en audience, et c'est plutôt bien au vu de l'offre. En France l'audience est à 2.2 en

parts de marché, ce qui est plutôt bien aussi, puisque en 2010, 2011 on était à 1.5. On a beaucoup augmenté grâce à la relance éditoriale de Véronique Cayla et tout ce qui a été fait.

Relativement, on peut presque dire que la chaîne est plus regardée en Allemagne, par rapport au paysage audiovisuel, on est devant quelques câbles mais à peine, en Allemagne on est assez bien vu malgré les nombreuses chaînes, car ils sont entièrement câblés.

*Je vous remercie pour cet entretien.*

**Jérôme Clément**

**Président fondateur d'ARTE**

**Interview du 30 octobre 2018, Paris**

*Une première question à propos de la nature culturelle de la chaîne : Les acceptations de la culture divergent entre Allemands et Français. ARTE propose-t-elle une définition plus « à l'allemande » de la culture, plus proche des traditions, des sociétés ? La problématique d'une définition de la notion de culture s'est-elle posée ?*

Non le problème n'a pas été celui-là. Nous n'allions pas nous lancer, même si nous en avons discuté, dans une discussion de fond sur ce qu'est la culture. Nous savions que les mots ne correspondent pas au même concept, qu'ils ne sont pas porteurs de la même signification. La seule façon de résoudre le problème, c'était d'être pragmatiques : nous faisons de la télévision, dans différents genres, le documentaire, la fiction, le cinéma. Quel type de films allions nous retenir, et comment définir la ligne éditoriale de chacune des cases ? Nous ne nous demandions pas à chaque fois est-ce de la culture ou non ? Cela venait dans la conversation, bien sûr, mais nous avons résolu le problème de façon pragmatique et non pas théorique.

*Avez-vous tout de même assisté à des querelles au moment de la mise en place de la ligne éditoriale, le journal d'information par exemple ?*

Nous nous sommes demandés si nous devions traiter de l'information ou non sur la chaîne, et de quelle façon ? Journaux, magazines, documentaires ? Et quelle information nous faisons, étant entendu que nous ne pouvions pas traiter les sujets comme les autres. Ça n'avait pas beaucoup de sens de montrer des informations locales, par exemple, que sais-je, les inondations dans l'Aude...ou le climat à Hambourg...qui n'intéressent qu'un public national.

*Toujours à propos de la culture et cet aspect franco-allemand ; l'on connaît bien les grandes lignes de la politique culturelle française, Malraux, les maisons de la culture... Du côté allemand cela est moins visible...Qu'est-ce qui fait que les Allemands aient envie aussi de mettre à l'écran, en partenariat avec la France, des contenus culturels ? Constatez-vous des différences, des disparités entre les ambitions françaises et allemandes ?*

Les Allemands ont évidemment un attrait pour la culture. Ils étaient d'ailleurs plus avancés que les Français en télévision, avec notamment le *Theaterkanal* pour le théâtre, et de très nombreuses retransmissions musicales sur les chaînes régionales de l'ARD. Le fait d'amener de la culture à la télévision allemande ne posait aucun problème. C'est surtout avec la fiction que nous avons eu quelques difficultés.

Champagne par exemple était du divertissement assez léger...ça ne nous paraissait pas du tout adapté au public français...nous avons ainsi eu différentes appréciations, objet par objet. Mais nous nous sommes compris progressivement.

*À propos du contexte de la genèse d'ARTE ; le projet a été très soutenu politiquement, ce qui a par ailleurs été source de critique parfois. C'est bien parce qu'il y avait à ce moment-à en France une politique culturelle forte...Pourrait-on dans notre contexte actuel, refaire quelque chose comme ARTE ?*

Bien sûr, la culture a été mise en avant dans les années quatre-vingts, mais surtout il y avait une véritable volonté franco-allemande européenne. François Mitterrand et Helmut Kohl cherchaient à construire ensemble dans tous les domaines de la société ; les avions avec Airbus, l'Euro et la monnaie, la défense avec l'Eurocorps ; donc la question culturelle se posait car il n'y avait pas eu grand-chose de fait et François Mitterrand y était très attaché. Lothar Späth, le ministre du Bade-Wurtemberg a joué un rôle très important. Mais il ne faut pas inverser les choses, ce n'est pas la volonté culturelle qui a fait ARTE, c'est la volonté franco-allemande qui a fait ARTE avant tout, même si il y avait également une forte volonté de construire une Europe de la culture.

*Mais la chaîne s'est tout de même fondée sur La Sept, pleinement culturelle ?*

Parce qu'en France on a utilisé ce qui existait, la Sept, qui produisait mais ne diffusait pas. La Sept avait été créée pour qu'il y ait une chaîne culturelle dans le paysage audiovisuel français. Après la diffusion de la Cinquième, version Berlusconi, qui avait fait scandale, François Mitterrand voulait se racheter. Mais La Sept ne diffusait pas, et je me suis battu pour qu'elle ait un créneau de diffusion sur la Trois, puis un canal entier dit multiville. Ensuite, en 1993, un an après le lancement d'ARTE sur le câble et le satellite, la faillite de la Cinquième a permis de récupérer un canal hertzien à part entière. En Allemagne ils avaient des

programmes culturels de très grande qualité, et *Drei Sat*, une chaîne culturelle avec les Autrichiens. Mais il faut se rappeler qu'ARTE est d'abord une affaire franco-allemande.

*Peut-on définir ARTE comme une chaîne interculturelle ? Du fait de l'harmonisation entre collaborateurs franco-allemands ? Est-ce que vous y voyez une dimension plus large ? L'interculturel s'exprimerai à plusieurs niveaux, à la fois une collaboration étroite en interne, à Strasbourg notamment, ensuite dans la conception de ces programmes à destinations de différents publics, puis dans ses fonctions de médiation culturelle ? On se situe dans le soutien à la création, à la production ...est ce que toutes ces facettes là en font un média interculturel ?*

Le mot interculturel ne me paraît pas forcément adapté, vous y attachez beaucoup plus d'importance qu'il ne me semble. L'interculturel, c'est mettre son imaginaire en commun, c'est avoir une grille de lecture par la télévision et par la création, qui soit une façon de confronter, et non pas d'unifier les points de vue français et allemands, sur des sujets qui touchent à l'histoire, au regard sur le monde, au documentaire. C'est ça qui est important.

*C'était donc cela votre volonté première ? Confronter les imaginaires ?*

Oui, mais encore une fois quand F. Mitterrand et H. Kohl ont pris cette décision, leur projet était d'abord politique. La télévision les intéressait tout comme la culture, mais c'était d'abord un sujet politique : rapprocher les deux peuples, qu'ils se connaissent mieux.

*En ce sens, est ce qu'elle participe réellement à une forme de dialogue franco-allemand ? Entre collaborateurs, mais aussi du côté de la réception, des publics ?*

Bien sûr. Nous passions notre temps à faire venir des gens pour discuter sur tel ou tel sujet, sur les plateaux, c'était l'occasion de se parler. Lorsque nous avons lancé *Histoire Parallèle*, qui a duré tout de même six ans, il y avait des historiens français, allemands, des personnalités qui venaient, qui discutaient, cela avait une vraie influence. La fiction, le documentaire, tout comme la structure d'ARTE elle-même, est du domaine de la confrontation permanente, l'équipe franco-allemande à Strasbourg est un lieu de confrontations permanentes. J'avais moi-même avec mon homologue, le vice-président allemand, de vrais liens, nous discussions de tout. De vraies amitiés se sont créées et cela est très important. Nous avons, en ce sens,

énormément contribué au rapprochement franco-allemand. Cela concerne ceux qui le faisaient, ceux qui étaient invités, mais le public aussi. Le public a vu, par notre journal et par les œuvres montrées, des informations sur l'Allemagne qu'il n'avait pas, et cela, c'est un imaginaire...

*À propos de la structure de la chaîne et ses trois pôles : On parle dans certains articles critiques de divergence d'intérêt entre les pôles, en particulier Paris et Baden-Baden, avec un manque de lien entre ces derniers, que Strasbourg cherche à compenser en coordonnant tout cela. On peut lire aussi que le côté créatif vient du pôle français alors que le pôle allemand, régi par ARD et ZDF est plus dans l'économie de marché...votre avis sur la question ?*

C'est un débat qui a toujours lieu...le coût de la chaîne, qu'est-ce que ça rapporte... Mais nous voyions bien que nous étions dans une entreprise qui avait une grande mission politique et culturelle européenne. Il y a eu énormément de réticence de l'ARD et de la ZDF. Du côté français, j'ai eu contre moi M. Bourges, TF1, France Télévision...Tout le monde était contre et c'était difficile. Parce que ça coûtait cher, parce que c'était trop compliqué. Outre la question de la pérennité, ça coûtait évidemment de l'argent. L'argent mis pour ARTE, les chaînes allemandes le vivait comme une amputation de leur budget. Alors oui, on peut dire qu'elles cherchaient à nous « refiler des programmes », et qu'ARTE leur servait en fait de financement complémentaire pour des programmes qu'elles auraient fait de toute façon et pour lesquels elles avaient plus d'argent. C'était un sujet de tension. Alors qu'ARTE en France était totalement autonome : ARTE côté français avait un budget pour créer pour ARTE, les Allemands avaient un budget pour créer à partir de l'ARD et de la ZDF, alors évidemment certains responsables de l'ARD et de la ZDF considéraient que la cassette d'ARTE servait aussi de complément de budget pour leurs propres programmes. Cela a pris beaucoup de temps pour que tout cela s'harmonise, mais la plupart des Allemands comme des Français ont joué le jeu. Ils ont vite compris, en tout cas la majorité d'entre eux, qu'au-delà des problèmes de boutique et de pouvoir, l'enjeu les dépassait et qu'ils avaient une immense responsabilité historique. D'ailleurs je leur rappelais sans cesse lorsque les discussions s'enlisaient dans la médiocrité.

*Et à propos de la Conférence des programmes à Strasbourg ?*



C'est un grand sujet ! C'est un rituel, c'est la grande messe, c'est le lieu où chaque mois les confrontations ont lieu, tout simplement parce que là, on est dans le concret. Est-ce qu'on prend ce programme ou pas ? Est-ce qu'il correspond à la ligne éditoriale, pas trop germano-allemand, pas trop franco-français, est-ce que les Allemands, les Français vont comprendre ?

***Peut-on qualifier ARTE d'institution culturelle ?***

Oui, si l'on veut, c'est devenu une institution culturelle, c'est une création européenne d'envergure sur le plan culturel. Mais faut-il ainsi catégoriser les choses ? Cela reste une chaîne de télévision...c'est une entreprise commune. Pour revenir aussi à votre question sur l'interculturel, je dirais que forcément c'est interculturel dans la mesure où il y a des relations entre deux pays qui parlent de leurs cultures, mais quand je pense à ARTE ce n'est pas le mot qui me vient à l'esprit ni celui qu'on utilisait. Alors oui, c'est devenu une institution culturelle, mais ça ne l'était pas au début, c'était seulement un champ d'expérimentation.

***Mais la chaîne a largement dépassé le seul cadre de la télévision...elle est désormais gage de qualité, c'est un vrai label...***

Oui bien sûr, c'est un gage de qualité et d'exception...mais nous ne nous sommes jamais posé la question de savoir si ARTE devenait ou allait devenir une institution culturelle.

L'intéressant a été de voir comment nous avons pu résoudre les problèmes qui se posaient, pendant la Conférence des Programmes en particulier, sur des questions très concrètes entre Français et Allemands.

***Existe-t-il des ateliers d'apprentissage de la langue pour les collaborateurs de Strasbourg ?***

Le contrat de travail indique que chacun doit parler la langue de l'autre. Mais il est vrai que les Allemands parlent plus français que les Français ne parlent l'allemand. Des cours de langue sont effectivement proposés.

***Y a-t-il selon vous une émission plus représentative que les autres de ce dialogue franco-allemand ?***

La chaîne a plus de vingt-cinq ans, alors il n'y a pas une émission qui soit plus symptomatique. Mais *Histoire Parallèle* reste selon moi fondamentale, après cette confrontation brutale et guerrière entre deux pays, nous mettions face à face la vision que chacun en avait dans les journaux de l'époque avec des dialogues entre deux experts. Le format a duré plus de six ans et ça a été vraiment essentiel. Après il y a eu *Karambolage*, sur la langue, les magazines comme *Transit* qui ont joué un rôle important, et j'en oublie sûrement...il y a eu toutes les soirées thématiques.

***Et l'émission Confetti ? Qui mélangeait un présentateur français et allemand, en alternance ?***

Oui il y a eu *Confetti*...et ça n'a pas marché...nous avons fait des essais...Mais on peut penser au journal aussi, puisque c'est le lieu de lecture de l'actualité commune, et un journal binational, c'était révolutionnaire. Qui plus est excellent. L'idée était de voir comment on lisait l'actualité quotidienne avec un double regard, ça a marqué la chaîne sur le plan des confrontations franco-allemandes et de la culture franco-allemande. Une double lecture du monde politique qui me semble essentielle.

***Le fait qu'elle est chaîne d'expérimentation vous a finalement permis de ne pas hésiter à essayer plusieurs formats et les supprimer de l'antenne, de toujours innover...***

Nous avons fait des tentatives, mais par exemple sur l'humour nous n'avons jamais réussi. Nous avons essayé avec les cabarets allemands, mais les cabarets allemands ne font pas du tout rire les Français. Comme la soirée d'inauguration, qui avait été un bide complet. Nous n'avons jamais réussi à faire une émission commune humoristique, les Français et les Allemands ne rient pas de la même chose, les codes ne sont pas les mêmes. En revanche, nous avons réussi sur le dessin, quand nous faisons des dessins satiriques, cela fonctionnait mieux. Mais parce que le dessin appelle un autre imaginaire. Pour les fictions, les fictions allemandes et françaises restent elles aussi bien séparées. Faire des fictions communes, nous n'avons pas toujours réussi. C'est dans toutes les émissions documentaires et les magazines, qu'il y a eu le plus grand champ d'expérimentation commune.

***Concernant les différences d'audimat entre France et Allemagne, le paysage audiovisuel de l'un et l'autre pays est un élément de réponse, mais comment expliquez-vous ces taux plus bas en Allemagne ?***

Le paysage allemand était en effet plus riche que le français. Avec la réussite de leur plan câble, les Allemands ont un nombre de chaînes considérable, et il y a déjà beaucoup de culture sur les troisièmes chaînes de l'ARD. En France, il y avait moins de chaînes quand nous avons commencé, et ARTE avait des crédits spécifiques qui étaient dédiés à la culture et à la création culturelle.

***Les contenus sont-ils strictement les mêmes en terme de programmation ? Il y a bien quelques différences dans les cases de diffusion. Je pense notamment au 28 Minutes...***

Nous ne faisons pas cela à l'époque où je présidais la chaîne. Cela fait aussi partie des évolutions, et nous pouvons le comprendre. Le format 28' est franco-français. Quand on faisait le magazine *Metropolis*, il y avait une rédaction franco-allemande, avec Pierre André Boutang, avec une conférence de programme chaque semaine pour établir l'ordre du jour. C'était lourd mais nous voulions absolument que cela reste franco-allemand et qu'il y ait une rédaction commune. Nous passions des heures au téléphone pour se mettre d'accord. 28' c'est un parti pris franco-français, et c'est donc normal que cela n'intéresse pas les Allemands. L'époque est différente.

***Les deux programmations étaient strictement les mêmes lorsque vous étiez Président de la chaîne ?***

Oui, nous y veillions, ce qui était compliqué. C'est pourquoi la conférence de *Metropolis* était très spéciale. Nous avions des programmes proposés par les Français, d'autres par les Allemands et il y avait aussi quelques programmes communs. Même avec les émissions qui n'ont pas duré, ça a été très riche, et nous avons dû faire beaucoup de compromis.

***Quelques articles mentionnent une nouvelle vocation de la chaîne, qui tendrait vers plus de « populaire » pour attirer plus de monde, un public plus large...que répondez-vous à cela ?***

Je voudrais d'abord revenir sur la question de l'audience : en Allemagne la concurrence était beaucoup plus forte donc nous avons eu plus de mal à installer la chaîne, nous n'avons jamais ou presque dépassé les 1%. Mais en France nous sommes montés...lorsqu'il n'y avait pas le numérique, j'ai vu la chaîne monter à 3,5, 4%, ce qui n'était pas mal du tout. Elle est maintenant à 2,5 environ en France, ce qui est bien dans le nouvel environnement numérique.

Concernant l'idée d'attirer du public, il n'y a finalement rien de nouveau, nous avons toujours cherché à séduire le public, qui ne le voudrait pas, s'agissant de la télévision ? On diffuse pour être regardé ! La prise en compte de l'opinion, de la concurrence, est nécessaire, et j'ai toujours fait très attention à ce que la ligne éditoriale soit rigoureuse, mais en pensant un maximum au public...entendre dire, ici et là, que c'est plus populaire avec le changement de présidence peut être froissant, comme si j'avais voulu faire des programmes « non populaires »... nous n'avons pas cherché à faire une télévision que personne ne voit. L'objectif n'était pas d'atteindre une élite.

***À propos du futur de la chaîne, qui se tourne toujours plus sur le bimédia, cela vous a concerné aussi ?***

J'avais effectivement commencé dès les années 2000. ARTE a très bien développé les plateformes. ARTE est à la pointe de ce qui se fait en télévision sur tous ces sujets. Nous avons commencé à nous interroger très tôt sur ce sujet, j'avais senti qu'il fallait y aller, les équipes sont très performantes.

***Et c'est d'ailleurs ce caractère expérimental, que nous avons déjà évoqué, qui vous a permis de vous lancer dans ce nouveau domaine, sûrement plus que d'autres chaînes ?***

Oui absolument, c'est une chaîne qui peut se permettre d'essayer. La radio aussi était une innovation, ARTE Radio a innové.

***Et, la question de la langue, de l'adaptation, le sous-titrage par exemple, a-t-elle été source de problèmes ?***

Le problème n'était pas en soi le sous-titrage, le problème c'était le choix entre la version originale et la version sous-titrée. C'était un sujet sensible. Fait-on du sous-titrage, de la

version française, une voix française par-dessus...cette solution du doublage, j'avoue ne pas l'aimer beaucoup...entendre des films américains doublés en français, ça ne marche pas bien. On peut désormais s'équiper facilement et entendre la langue originale.

***Puisque la chaîne est franco-allemande dans son identité, pourquoi ne propose-t-elle pas des contenus en faveur de l'apprentissage de la langue de l'autre ? Même si ce n'était pas l'objectif au départ, pourquoi ne s'est-elle jamais tournée vers cela ? Avec Internet, la plateforme pourrait le permettre.***

Je pense que c'est parce que les gens ne regardent pas la télévision pour apprendre les langues. Cela pourrait effectivement faire l'objet d'une application pratique, autonome. La question de la langue nous a beaucoup préoccupés, mais la chaîne n'a pas été créée pour l'apprentissage des langues. De nos jours en faire une sorte de produit dérivé, pourquoi pas, mais même à l'heure actuelle, je ne pense pas que l'on puisse faire plus.

***Et se tourner vers l'éducatif ?***

C'est un vrai sujet. Le sujet a surtout été posé quand nous étions avec La Cinquième. J'étais favorable à l'intégration de la chaîne La Cinquième et ARTE, et j'avais pour projet de faire une chaîne éducative avec les Allemands. Finalement de faire sur le modèle d'ARTE pour la culture, une chaîne qui soit pour l'éducation. Et les Allemands n'étaient pas contre...c'était un beau projet mais malheureusement il a été interrompu donc on a supprimé ce qui avait été commencé, à savoir l'association ARTE/La Cinquième, et l'intégration des deux. Le projet est tombé à l'eau, et c'est dommage, je pense vraiment que nous aurions pu faire une chaîne éducative.

***Il existe finalement une plateforme, Educ'Arte, dédiée à l'éducation...***

Oui, et tant mieux, c'est exactement ce qu'il fallait faire. Quand j'avais créé la BPS (Banque de Programmes et de Services), c'était déjà l'idée : créer un programme à destination des enseignants avec les moyens technologiques adaptés, mais c'était pour les Français seulement.

***La fusion La Cinquième/ARTE a été refusée à cause du holding France Télévision ?***

Oui, il y a eu changement de gouvernement en France, comme souvent, et M. Jospin a voulu en créant France Télévision y intégrer ARTE. Je m'y suis formellement opposé, et les Allemands aussi.

***Par crainte de perdre une certaine liberté ?***

Évidemment, nous l'aurions forcément perdue. Il fallait garder sa spécificité. ARTE est unique et doit le rester.

***ARTE est-elle une chaîne généraliste ou thématique ? À cause de son aura culturelle, mais avec son journal d'information, j'aurais tendance à dire qu'elle se situe entre les deux...***

J'ai toujours refusé qu'elle soit qualifiée de thématique. J'ai toujours dit que c'était une chaîne généraliste. Finalement nous ne sommes pas non plus obligés de catégoriser les choses pour les comprendre, et j'ai toujours répondu aux journalistes qu'ARTE est plutôt un OVNI. C'est une chaîne très originale, très particulière, qui n'a pas vraiment d'équivalent, mais avec la culture, on touche à tout, à tous les sujets. On peut y parler d'économie, de politique, de social, de musique, de théâtre, danse ou industrie. Il a certes des sujets qui sont plus difficiles à traiter en télévision que d'autres mais c'est vrai pour toutes les chaînes ; à partir du moment où on a un journal et que l'on traite de tout, on est une chaîne généraliste.

***Ouvrir des pôles ailleurs, en Europe, cela fait-il ou a-t-il fait partie de vos projets ?***

Nous avons essayé, j'y ai passé un temps fou. Avec les Belges et les Suisses cela a marché. Avec les Italiens, ça a été très chaotique, avec les Espagnols ça a marché un temps... C'est assez difficile parce que chaque pays a sa situation économique, et toutes les difficultés rencontrées avec la partie allemande, il fallait les traiter de nouveau. Avec le Québec, ARTE France s'est bien entendu, et on en retient la création d'ARTV en Amérique Francophone, qui fonctionne plutôt bien en termes d'audience. Véronique Cayla a continué et créé de nouvelles plateformes linguistiques, c'est très bien.

***Votre bilan sur toutes ces années consacrées à ARTE ?***

Ce fut une expérience formidable, passionnante, une grande aventure. Nous n'étions pas sûrs du résultat. Mais ça a marché et c'est devenu maintenant une « institution » pour reprendre votre expression, et finalement même bien plus, je dirais une véritable « réalisation » en Europe, sans modèle équivalent. On m'a d'ailleurs proposé des projets similaires entre Chinois et Japonais, entre Brésiliens et Argentins. L'idée a beaucoup intéressé dans le monde entier. Mon rêve aurait été de le faire entre Israéliens et Palestiniens mais le contexte politique ne s'y prête plus. Cela reste la plus belle expérience dans le domaine télévisuel et sur le plan des initiatives culturelles européennes.

Une dernière remarque à propos de votre sujet de thèse, faites attention à l'utilisation du terme « interculturel », qui honnêtement ne me plait pas beaucoup, dans le sens où ARTE est beaucoup plus que de l'interculturel, c'est une entreprise, d'abord européenne, de compréhension entre deux peuples, à travers un modèle télévisuel.

*Je vous remercie pour cet entretien.*

**Emmanuel Suard**

**Directeur de la Gestion, ARTE GEIE**

**Interview du 25 mars 2019, ARTE France, Issy-les-Moulineaux**

*Vous exercez vos fonctions sur le pôle de Strasbourg, quel est votre rôle au sein de la chaîne ?*

Je suis directeur de la gestion et gérant au sein du GEIE, qui a des fonctions de coordination, de diffusion, de programmation, ainsi qu'un travail autour des versions linguistiques, des relations internationales et du développement européen. Il y a ensuite au sein de la gouvernance d'ARTE GEIE l'équivalent d'un conseil d'administration : l'Assemblée Générale. C'est l'assemblée des membres : ARTE Deutschland et ARTE France. La gouvernance plus précise est le Comité de Gérance, qui se réunit tous les quinze jours et qui comporte quatre membres, le Président, la Vice-Présidente et les deux directeurs gérants, celui des programmes et celui de la gestion, en sachant que quand l'un est allemand, l'autre est français, et inversement. J'occupe ce poste depuis 2017, auparavant j'étais conseiller culturel à Berlin et à ARTE France de 2012 à 2016 ; de 2004 à 2012 dans d'autres fonctions, plutôt dans les programmes à ARTE GEIE, où j'étais directeur de la programmation et directeur adjoint des programmes ainsi que d'autres fonctions à ARTE France, de 2000 à 2004.

*Lorsque l'on parle de chaîne culturelle, il est difficile de définir cette notion de culture, et d'autant plus dans ce cadre franco-allemand qu'est celui d'ARTE. Comment parvient-on à mettre en place une programmation dite « culturelle », qui conviendrait aux collaborateurs français et allemands ? Ainsi qu'à un public français et allemand ? Quelles ont été les grandes problématiques ?*

La grande problématique c'est qu'ARTE est certes une chaîne culturelle européenne, et est en fait un peu plus que ça : dans sa forme, c'est une chaîne généraliste, c'est-à-dire qu'elle a tous les types de programmes, à l'exception du sport en direct, et donc c'est effectivement plus compliqué qu'être une chaîne spécialisée sur un créneau qui serait le sport, ou l'info, les animations enfantines, qui sont les grands types de chaînes internationales qui existent au monde. Les chaînes internationales étant par ailleurs souvent plutôt des chaînes venant d'un pays et qui se destinent ensuite à l'international, qu'elles soient publiques ou privées.



En prenant du plus large au plus pointu : La notion de culture n'est pas la même ; elle est pourrait-on dire, plus large en Allemagne, elle implique quelque chose de plus sociétal, de plus civilisationnel. C'est une première ambigüité qu'il faut surmonter. La deuxième ambigüité c'est que, quand on parle de la culture au sens français, c'est-à-dire la culture au sens des beaux-arts, et tout ce qui est ancré dans ce champ-là, l'équivalent allemand devient paradoxalement plus étroit que le sens français. Vous avez toute une série de champs qui sont entrés dans la culture, notamment dans les années 70 et 80, à commencer par le cinéma puis ensuite des éléments tels que la bande dessinée, des éléments en télévision, les séries...les jeux vidéo dernièrement...Tout ceci est entré plus tôt dans le champ culturel en France qu'en Allemagne (selon cette définition française de la culture). Parler de la BD comme élément culturel, ce n'est plus un sujet maintenant en Allemagne, mais ça l'a été. Dans le champ culturel des années 90 ce n'était pas du tout évident. Les Allemands étaient plutôt fermés à la BD, cela représentait pour eux ces Comics qui se vendaient dans les gares, essentiellement des *Marvel* et deux autres pays, avec les Français *Astérix* et *Lucky Luke*, et les Belges comme *Tintin*. Depuis dans les années 2000 s'est développée une BD et des romans graphiques allemands, ce qui a changé la donne, mais c'est un exemple d'élément qui a mis du temps à être considéré comme culturel.

Un autre exemple qui a beaucoup d'influence sur ARTE : les séries, puisque les séries sont entrées dans le champ culturel, à la fin des années 90 avec des petites chaînes du câble, comme *Jimmy* du groupe Canal à l'époque, qui faisait beaucoup dans la série américaine, mais de qualité, et qui était précurseur. La chaîne a fait faillite mais avait pour ligne de diffuser le meilleur des séries américaines. C'était qualitatif, et ça a été le début de quelque chose qui s'est ensuite généralisé. Mais plus tôt en France qu'en Allemagne. Avec le directeur des programmes de l'époque, Christoph Hauser, on avait travaillé pour faire entrer la série dans la chaîne à travers des *éléments patrimoniaux* de la série, dont *The Avengers* par exemple, puisque c'était un élément de culture dans les deux pays. On avait travaillé aussi sur quelques séries américaines extrêmement patrimoniales et qualitatives comme *Le Prisonnier* ou *Twin Peaks*, dans la deuxième partie des années 2000, sachant qu'auparavant sur ARTE au début de la chaîne les séries existaient un peu mais c'étaient des séries britanniques qui étaient diffusées plutôt en *access prime-time* et sous la forme de « divertissement intelligent » pour ainsi dire. Maintenant, avec le fait que ARTE produit ses propres séries, en France notamment – mais côté allemand il a eu aussi des séries de qualité – le moteur s'est enclenché, mais ça a mis quand même un peu de temps à venir. Ce type d'exemple existe aussi sur le jeu vidéo où

vous avez une acception particulière, plus de réserve côté allemand pour considérer que c'est une partie de la culture. Ce sont toutes ces différences-là qui font l'interculturel, dans la définition de ce qui est culturel et qualitatif ou pas.

Après vous avez des éléments de différenciation qui sont liés à l'histoire culturelle, et ceux-là sont extrêmement diversifiés, pour certains ça peut créer des surprises. Nous avons été surpris par le mauvais résultat d'un cycle sur Doris Day en France, et en regardant de plus près on s'est aperçus que Doris Day n'était pas connue en France alors que c'est encore une star en Allemagne, puisque c'est le cinéma Hollywoodien des années 50, et ce pan du cinéma Hollywoodien est un cinéma patrimonial aussi connu que Hitchcock en France ou les westerns de John Ford. Il y a aussi des différences assez fines si on prend le genre du western justement. Il y a en fait des différences qui portent sur la culture, et des différences qui portent sur chaque objet, l'esthétique de chaque format. Si on prend quelque chose qui a priori parle aux deux, comme le cinéma américain, vous aurez toujours une approche différente. C'est quelque chose qui a existé avec la critique des Cahiers qui faisaient le tri entre les « bons » et les « mauvais » cinéastes américains. Cela reste dans l'imaginaire collectif des français. Et par exemple un John Ford est quand même plus reconnu comme un auteur, et donc faisant des films d'auteur de qualité, en France qu'en Allemagne, où certains de ses films sont connus mais plutôt plongés dans le mouvement général du western hollywoodien des années 40 à 60.

Quand on s'adresse à des objets qui sont à la fois français et allemands, parfois plus franco-français, parfois plus germano-allemands, cette différence peut être encore plus intéressante et être un défi à surmonter : Des différences qui tiennent au mode de récit, notamment dans le documentaire, dans l'importance de la voix-off dans le documentaire allemand alors qu'elle est plus réduite dans le documentaire français. Vous avez des différences dans le champ de la fiction, dans la structure même de la fiction. Le casting des coproductions d'ARTE est en plus fait d'acteurs qui ont une carrière internationale parfois réduite, et sont donc moins connus dans l'autre pays.

Une autre problématique a été la question de l'humour, une façon de traiter l'humour très différente : Mais on voit dans le cinéma français à l'exportation une certaine compétence à bâtir – je ne parle pas des films d'ARTE mais en général – des objets qui sont à la fois dans une forme d'humour assez grand public et qui en même temps abordent sans être

extrêmement provocateurs mais d'une manière assez simple des sujets qui pourraient être assez « limite », de l'humour noir autour du handicap, du racisme, de l'homosexualité etc. Ce qui donne typiquement *Intouchables*. Et en Allemagne, ce type de comédie grand public, on constate qu'il y en a beaucoup moins, et quand il y en a, elles ont plus de mal à s'exporter. L'humour peut être plutôt plus trash, avec une critique assez violente, virulente de la société, qui est évidemment, par cette violence, plus difficile à exporter. C'est probablement plus intéressant sur le fond, mais a plus de mal à traverser les frontières. Il y a beaucoup de différences de cette nature.

Il y a aussi une différence d'appétence, de curiosité pour des objets, géographiques par exemple : la Russie, l'est de l'Europe sont des sujets d'intérêt plus fort du côté du public allemand, alors que tout ce qui se situe du côté du nord de l'Afrique sont des sujets plus français d'intérêt. Vous avez aussi des sujets qui intéressent pareillement mais avec des approches distinctes : Les États-Unis, la Chine, Poutine... Vous avez à peu près, toutes proportions gardées, le même type d'audiences en France et en Allemagne sur des sujets comme ça. Mais avec une approche évidemment différente parce que, quand on prend les États-Unis par exemple, il y a une histoire des relations culturelles et une histoire de l'anti-américanisme en France. C'est plutôt le contraire en Allemagne avec le fait que la démocratie soit bâtie sur plein d'éléments plutôt américains – à commencer par la télévision publique, puisqu'elle est bâtie sur un système régional, alors que les deux autres puissances d'occupation à l'Ouest, les Français les Anglais, avaient plutôt un système très centralisé, avec la BBC d'un côté et ce qui allait devenir l'ORTF de l'autre. Et c'est le modèle américain qui a été choisi. Il y a ainsi une espèce d'ambivalence en Allemagne, avec cette relation d'admiration, puis en même temps de relation très complexe avec les États-Unis. Le rapport à Trump aussi est un peu différent, compte-tenu de cette histoire-là.

Pour en revenir aux éléments culturels, il y a des domaines où un pays a des pratiques plus régulières que l'autre, et s'il y en a un que nous pouvons clairement citer, c'est celui de la musique classique. Le nombre de mélomanes pratiquant un instrument est plus important en Allemagne, et c'est lié à un nombre d'orchestres, d'opéras qui est nettement plus important, de l'ordre du double voire du triple, et quand on se place dans les premiers orchestres mondiaux, je pense qu'on peut compter au moins cinq orchestres allemands (Berlin, Munich, Dresde, Leipzig, Hambourg...), et pas beaucoup de français mise à part peut-être celui de l'opéra de Paris. Cela fait que, quand on diffuse de la musique classique à l'antenne, on a

affaire à un public plus connaisseur, et par exemple, c'est vrai que lorsqu'on diffuse un opéra à l'antenne, on a le sentiment que c'est le seul titre qui va amener ou non du public en France, avec un petit nombre de classiques qui sont très regardés et le reste qui l'est moins, alors qu'en Allemagne, la présence d'un ou d'une interprète très connu, ou de grande qualité va pouvoir attirer un public sur un titre qui sera, lui, moins connu. Cela peut se voir en pop aussi parfois, l'œuvre de Dylan nous donne le sentiment d'être plus connue en Allemagne qu'en France.

Donc l'interculturel pour nous c'est cela, c'est connaître la différence de ces pays, et la connaître ça ne veut pas dire considérer cela comme une fatalité mais au contraire essayer de jouer avec, puis de la faire connaître à l'autre pays.

***D'en tirer toutes les richesses...***

Voilà ! Ce n'est pas parce qu'on sait qu'un documentaire sur Bob Dylan va peut-être avoir moins de téléspectateurs en France qu'en Allemagne qu'on va annuler cette idée de faire un documentaire sur Bob Dylan. Ce serait consternant et ce serait un manque de curiosité.

***Ça irait à l'encontre de ce pourquoi la chaîne a été créée...***

Exactement, donc il faut pouvoir essayer de connaître, et après 28 ans d'antenne, on commence à les connaître, ces différences, pour pouvoir mieux travailler autour.

***Alors justement, comment est-ce que l'on parvient à susciter l'intérêt en sachant en amont que le programme va probablement moins intéresser l'un ou l'autre pays, qu'il n'aura pas le même impact ?***

Ça dépend d'où vient le programme : s'il vient d'ailleurs que de France et d'Allemagne, le défi sera le même pour les deux publics. Mais s'il vient d'un réalisateur allemand par exemple, sur un sujet comme la Pologne, il faut savoir que les Français ne connaissent pas, dans leur grande majorité, l'histoire récente des frontières entre la Pologne et l'Allemagne, je ne pense même pas que ce soit véritablement enseigné, ni en terminale... Des gens qui ont 80 ans, qui sont nés en Poméranie, sont aujourd'hui Allemands...comme certains natifs de Pologne sont désormais en Ukraine...et donc cet aspect-là, si on fait un documentaire sur cet

espace-là, il est sans doute important de rappeler à un réalisateur allemand, à une production allemande, qu'il faudra être explicite pour ARTE...

***Lui rappeler de contextualiser en quelque sorte ?***

Oui, contextualiser un peu plus, ce qu'il n'aurait pas forcément fait s'il s'adressait au seul public allemand. C'est assez évident sur des questions d'histoire et de géographie, mais il y a des choses qui sont plus difficiles, parce que plus liées au mode de fonctionnement des sociétés, et que *Karambolage* traite par ailleurs très bien. Des questions de déficit public, des questions économiques, nécessitent une approche un peu différente. En même temps cela peut-être un piège aussi parce qu'on ne va pas mettre – cela ferait des documentaires et des films assez embêtants – dans les cinq premières minutes une espèce d'introduction pédagogique au service du public non spécialiste. Il faut pouvoir avoir le talent de le glisser dans le commentaire ou dans des éléments de montage. Mais cette question de se pose pas en fiction ni dans le spectacle.

Il y a un domaine où par contre on a longtemps baissé les bras, sans doute parce que c'est le plus difficile à ce stade, c'est celui du débat. La forme du débat. Il y a eu plusieurs tentatives, et ces tentatives se sont toujours heurtées aux nuances de la langue. Il faudrait avoir affaire à de parfaits bilingues aussi bien dans les présentateurs que chez les invités, sinon il faut attendre que la personne se fasse traduire la question, ensuite qu'elle réponde. Et toutes les capacités de couper dans un débat sont rendues plus difficiles, cela rend les interactions compliquées, et en plus ça ajoute à la difficulté de la traduction, avec des modalités différentes de construction de la phrase qui font qu'il est plus difficile d'interrompre un Allemand qu'un Français, dès qu'il a prononcé le verbe de la phrase. On faisait plus de débats dans les soirées thématiques il y a dix, quinze ans. On avait une émission qui s'appelait *Paris-Berlin* qui était une émission de débat à la fin des années 2000. C'étaient des expériences intéressantes mais que l'on n'a pas renouvelées parce que c'est assez compliqué pour le public. Nous avons finalement trouvé une solution avec le *28 Minutes*, qui fonctionne très bien en France.

***L'émission Confetti avait ce format particulier de double modération ?***

Au tout début de la chaîne c'est vrai, et qui a été retirée pour ces raisons-là. C'était finalement très lourd. Quand on a un invité, dans un duplex par exemple, ou autour d'une soirée thématique, c'est un peu différent parce qu'il va être traduit certes pour une partie du public, mais il aura le temps d'exposer ses questions, ses idées, et le modérateur saura comment gérer le temps de la traduction. Dans ce cas c'est jouable, le spectateur le supporte en termes de défi technique.

En revanche le côté « débat simultané », c'est difficile. En fait, on le fait, dans un espace qui est celui du *28 Minutes*. C'est une forme qui tâche de surmonter les questions de l'interculturalité qui se posaient à ARTE justement, une question plus technique qui est celle de l'horaire du prime-time.

Évidemment, pour plusieurs raisons, à commencer par celle du fuseau horaire et de la marche du soleil, les Allemands arrivent plus tôt au boulot, et en partent plus tôt, donc le *prime-time* est plus tôt. Une bonne demie heure voire 45 minutes plus tôt. Et donc pour d'autres raisons qui sont autant culturelles qu'autour de l'organisation de la télévision, il est fixe, à 20h15 précises, alors qu'en France, si on regarde l'histoire du *prime-time* depuis une trentaine d'années, d'abord il est différent entre les chaînes, et il change en permanence, il y a eu une tentative de le mettre à 20h35 à un moment, début 2010. Sur certaines chaînes il est bientôt à 21h10 aujourd'hui, parce que l'on rallonge les émissions d'*access* sur quelques chaînes. On a toujours oscillé en France entre 20h40 et 20h55. Au début de la chaîne, c'était le public allemand qui en pâtissait puisque le choix s'était calé sur le *prime-time* français.

### ***Et pourquoi se caler sur l'heure française ?***

Parce que, quand ARTE s'est créée, on ne tenait pas compte véritablement des carrefours, et l'idée qui venait plutôt de la partie allemande de la chaîne, c'était de créer des soirées verticales dans leur construction, donc des soirées thématiques. Il y en avait quatre au début de la chaîne : dimanche, plutôt grand public, mardi actualités, mercredi musical et le jeudi culturel. Les soirées étaient extrêmement longues, elles duraient 4h, donc la partie allemande disait que pour marquer son empreinte ARTE devait plutôt marquer son offre, et que pour la réception par le public ce n'était pas la priorité de se caler sur un horaire de *prime-time*.

### ***Et ça écartait cette problématique...***

C'est cela. Mais au bout de quatre ou cinq ans, la lenteur avec laquelle le public arrivait commençait à faire apparaître qu'ARTE seule ne pouvait pas changer les habitudes du public, et qu'il fallait donc quand même essayer de développer une deuxième partie de soirée en tant que telle, et travailler sur l'*access prime-time*. C'est un travail de longue haleine, qui a duré plusieurs années.

Une question qui est revenue plusieurs fois fut la suivante : est-ce qu'on ne pourrait pas avoir un *prime-time* dédié à l'Allemagne ? Il y a eu cette tentative de créer un programme adapté, à 20h15, qui était un programme de reportages. Ça a été une première étape de faire apparaître ce créneau de 20h15 pour tout le monde avec un reportage de 26 minutes, puis ensuite laisser la place au prime-time à 20h45. Mais ce n'était toujours pas suffisamment convainquant parce que les grandes chaînes trustaient le public à partir de 20h15 en Allemagne. Il y a eu ensuite une autre tentative de faire un programme de 43 minutes à 20h15, pour offrir un vrai *prime-time* au public allemand, mais là ça n'a pas convaincu le public français parce que le *prime-time* long d'ARTE, pour les films par exemple, passait à 21h, et c'était trop tard pour la France.

C'est pour cette raison qu'en 2009 on a décidé de créer un véritable décalage de diffusion. Donc le programme de diffusion est le même dans les deux pays, mais avec un prime à 20h15 en Allemagne et 20h45-50 en France, et c'est d'ailleurs le 28' qui a été créé pour caler ce retard de diffusion en France.

***N'est-ce pas significatif d'un recul dans vos ambitions interculturelles ? Ou à l'inverse cela démontre un résultat de compréhension de l'Autre... ?***

C'est le résultat de quinze ans d'expérience ! On est sur un média qui s'adresse au plus grand nombre, on n'est pas dans une salle de cinéma, ni dans une salle de conférence ou un musée, où les gens ont choisi de venir, on veut toucher le plus grand nombre. Voulant toucher le plus grand nombre on doit quand même se plier à un certain nombre de mode de fonctionnement du média. Et un des modes de fonctionnement de ce média, c'est qu'il y a des moments de rendez-vous. Et là aussi c'est une différence. On constate en Allemagne, dans ses modes de consommation culturelle, que le navire est plus lent à changer d'aire, on voit par exemple les Allemands acheter encore beaucoup de DVD, encore aujourd'hui...ça commence juste à baisser. Les CD ont commencé à baisser plus tardivement aussi en Allemagne qu'en France,

tout comme le *prime-time* qui est plus fixe. Soit on voulait vraiment réussir, et quand même accroître le public, soit on se contraignait dans notre politique d'offre. Alors on s'adapte, et le 28' est diffusé de nuit en Allemagne. Il est présenté quand même. Ça fonctionne forcément moins bien. Il est diffusé en français, sous-titré en allemand.

***Vous développez toujours plus l'offre sur Internet, une politique d'offre à la carte qui rééquilibre peut-être les choses ?***

Évidemment, toutes les problématiques dont nous avons parlé sont propre à la télévision de flux. Une télévision de flux qui concentre encore une grande part de notre public, mais la chance du numérique, ça a été de pouvoir développer des choses qui étaient difficiles à développer en télévision, comme la musique.

Je vous ai parlé de la musique, mais c'était toujours très frustrant d'en mettre à la télévision parce que, soit vous mettez systématiquement, disons, les dix mêmes œuvres du répertoire classique, opéra inclus, les dix grands artistes iconiques de la culture pop dans les deux pays, et dans ce cas vous avez des succès d'audience répétés, soit vous allez dans la nouveauté, et tout devient beaucoup plus compliqué parce que vous êtes dans une série de tranches de public qui sont différentes, et celui qui aime l'un de va pas aimer l'autre.

Mais il fallait qu'on le fasse donc on a été face à cette limite jusqu'à ce que le numérique permette de faire *ARTE CONCERT*, et d'offrir plein de choses différentes, à des gens différents, qui ont des goûts différents, qui pourront aller chercher ce qui les intéresse. Il y a toute une série de programmes spécifiques au numérique qui s'ajoute aux programmes qui sont diffusés sur le web, et cela permet aussi d'ouvrir de nouvelles frontières d'interculturalité puisque cela permet aussi de travailler avec d'autres langues européennes.

ARTE était prévue pour plus que deux chaînes, plus que deux pays, c'est une chaîne à vocation européenne créée par la France et les Allemands – les Länder allemands – simplement il était très compliqué, pour plusieurs raisons, d'accueillir un troisième pays. Parce que cela voulait dire à l'époque, sans Internet, traiter cela sous la forme d'une télévision : donc un troisième signal, éventuellement dans une troisième langue, avec tout ce que cela comporte d'engagement financier sur la traduction, et les droits. Évidemment si vous diffusez un ARTE polonais en Pologne vous allez devoir acheter les droits sur tous les programmes, y



compris les films de cinéma qu'on achète, et ça coûte très cher. Il y a bien eu des discussions approfondies avec la Belgique, qui présentait l'avantage de ne pas rendre nécessaire cette troisième langue, mais, là, si vous avez un membre à part entière, il doit lui aussi financer la chaîne, et donc Strasbourg, pour la diffusion. C'était un investissement qui n'était pas uniquement symbolique, et ils n'ont pas trouvé l'argent pour le faire.

Les modes de coopération se sont donc recentrés sur quelque chose de plus pragmatique qui était le fait de travailler sur des engagements de coproduction, pour les documentaires, fictions, spectacles...C'est comme cela qu'on a travaillé pendant une vingtaine d'années, et puis, depuis cinq ou six ans, on travaille avec tout ce que permet le numérique sur d'autres langues : le polonais, l'anglais, l'espagnol et l'italien. C'est l'Union Européenne qui nous soutient pour le faire, pour sous-titrer, 400 heures de programmes de chacune de ces langues, et on n'a pas les coûts de la diffusion broadcast. Nous ne faisons pas cela sur la totalité de notre offre, en grande partie sur le documentaire, beaucoup de reportages, et cela permet d'avoir une offre tout à fait intéressante, et plus simplement qu'en broadcast.

*En France, les politiques culturelles sont bien connues, Malraux, les Maisons de la culture...c'est moins le cas en Allemagne, du fait de sa structure fédérale. Avez-vous perçus des différences à ce niveau lors de la mise en place de la ligne éditoriale, dans le choix de certains programmes ?*

Pas vraiment...ce qu'on perçoit, c'est le côté « centralisateur et parisien » versus le côté « concurrence entre Métropoles » – car je dirais plutôt Métropoles que Länder. En France, on est face à une activité culturelle qui est assez centrée sur Paris, en sachant que Paris se déplace : Paris est à Avignon, Paris est à Cannes...Il y a toute une série de partenariats avec des institutions soit pariso-parisiennes, soit déportées à Cannes ou dans d'autres lieux, avec cette tradition centraliste. Ce qui n'est pas tout à fait vrai non plus, il y a quelques exceptions, cela évolue heureusement et c'est un travail permanent pour ARTE France que d'essayer de travailler par exemple à Nantes sur Les Folles Journées, avec des partenariats de communication, avec des festivals qui naissent dans d'autres villes, Sériemania à Lille pour parler d'un festival un peu récent, ou d'autres éléments de cette nature. ARTE CONCERT est un outil qui permet d'être présent dans ces différents lieux.

Sur la partie documentaires culturels il y a une partie importante de ce que fait ARTE France qui est liée à un certain nombre d'événements, de grandes expositions, qui sont l'occasion de

mettre le projecteur sur un artiste, un moment culturel...et c'est assez naturel parce qu'on sait que c'est ce qui va faire l'actualité à ce moment-là. En Allemagne, on n'est pas tout à fait sûr de ce qui va faire l'actualité parce qu'il y a plusieurs choses qui peuvent faire l'actualité, et il n'y a pas plus de légitimité à Berlin qu'ailleurs ! Berlin ne concentre que moins de 20% des entrées des musées en Allemagne, donc 80% des entrées des musées sont en dehors de Berlin, alors qu'on est à 33% d'entrées de musées en dehors de Paris et Versailles seulement. Et ce qui concerne les musées est vrai pour le reste.

Si vous voulez avoir des partenariats en musique classique, le Berliner Philharmoniker est évidemment très bien, et on est très fier d'avoir des partenariats avec eux, mais c'est aussi très important d'aller à la Staatskapelle à Dresde ou au Gewandhaus de Leipzig, et les opéras et musées c'est pareil, parmi les grands musées artistiques, vous avez Folkwang à Essen, les M21 et M20 à Düsseldorf, Ludwig à Cologne, les grands musées de Munich, Stuttgart etc. Vous avez une grosse demi-douzaine de Métropoles et d'institutions avec lesquelles il est utile de travailler. Il est peut-être un peu plus difficile de choisir en Allemagne, on ne peut pas avoir de partenariats si étroits, parce qu'à ce moment-là, on aurait beaucoup moins de liberté de programmation, car si on s'engageait à faire tout, il faudrait traiter toutes ces Métropoles de manière égale, ce qui n'est pas évident, et on serait, quelque part, prisonniers dans notre programmation. Donc il faut savoir jouer avec ça, avoir des partenariats intéressants, et cela fait partie de ces grandes différences.

Mais, pour en revenir aux politiques culturelles elles-mêmes, je constate que même en France, ces dernières se font beaucoup dans les Métropoles, dans les villes. C'est vrai qu'il y a une grosse différence financière dans les investissements entre les Länder et l'État, mais en revanche il y a autant d'argent qui est mis dans la culture dans les Métropoles françaises que dans les Métropoles allemandes, et c'est beaucoup d'argent, dans les deux pays. Certaines villes en font vraiment un atout majeur, d'autres moins, mais c'est un enjeu essentiel et on essaye de retranscrire ça aussi. Mais comme on est aussi une chaîne très orientée sur l'international, notre vocation première n'est pas de refléter la diversité culturelle des régions allemandes et des régions françaises, alors qu'on peut estimer que France 3 a aussi cette mission là d'une certaine manière, ainsi que les chaînes régionales allemandes. Nous, on prend un certain nombre de thèmes, et on fait se rejoindre des thèmes et des éléments d'actualité et de communication en France et en Allemagne. Puis on fait beaucoup de choses à l'étranger aussi. On travaille avec d'autres chaînes européennes pour mettre des portraits, des

sujets culturels liés à ces chaînes européennes sur notre antenne, avec les Tchèques on a fait quelque chose sur Kupka par exemple...etc.

***J'aurais tendance à dire que le pôle français reste plus dynamique en termes de création, de soutien à la culture, alors que le pôle allemand semble très dépendant de l'ARD et de la ZDF...***

La construction est complètement différente. Côté allemand, comme c'est quelque chose qui a été imposé aux chaînes par les politiques – alors que ces derniers n'avaient normalement rien à dire au sujet de l'audiovisuel public, ce qui a été source de critique au début – on a essayé de trouver un moyen où ce serait gagnant/gagnant : Ça a été de faire en sorte que ce qui soit diffusé sur ARTE serve ensuite à alimenter, en rediffusion, les grandes chaînes, mais aussi les petites chaînes de l'audiovisuel public allemand, *3sat* en particulier, mais aussi *Phoenix* et les chaînes du groupe régional du réseau ARD, ce qui s'est produit à un moment où la redevance augmentait, donc c'était réellement gagnant/gagnant. Côté français, ce qui a été imposé, ça a été l'Allemagne, puisque c'était une chaîne culturelle franco-française au début. Le côté un peu compliqué qu'ont vécu les allemands en se faisant imposer la chose par Kohl, ce n'était pas le franco-allemand, c'était une chaîne culturelle qu'ils devaient cofinancer. Côté français c'était le fait de travailler avec des Allemands. Les trois, quatre premières années de la chaîne ont permis de surmonter ça.

Ce qui est vrai, c'est que la différence demeure, c'est-à-dire qu'il y a une société qui est exclusivement dédiée à ARTE en France, et on voit quand même qu'elle a, de fait, plus de liberté, notamment dans le domaine numérique, pour expérimenter des choses, sur le jeu vidéo par exemple, ou encore lorsqu'elle s'est engagée la première dans la diffusion de série...

Parce que le problème, c'était que pour faire une série en Allemagne il fallait aussi convaincre une chaîne allemande de la faire aussi, et cela coûtait très cher. Or la chaîne allemande, si elle diffuse cette série après sur son canal principal, il faut qu'elle soit capable de répondre à ses attentes en matière d'audiences. C'était un problème au début, ça l'est moins aujourd'hui, mais c'était effectivement un problème au début.

Je dirais que le côté français a plus de liberté dans l'expérimentation. Côté allemand, les projets arrivent sur la table des chargés de programmes, pour ARTE, et le travail des chargés de programmes va être de trouver le partenaire avec lequel monter ce projet, il arrive à la SWR ou à la WDR par exemple, et les chargés de programmes se demandent s'ils le prennent dans le canal principal ou s'ils le mettent dans le système pour ensuite faire des rediffusions sur 3Sat. Il n'y a pas forcément de rediffusions sur le canal principal de la ZDF ou de l'ARD, ça peut être simplement sur la chaîne régionale. Cela donne plein de manières de monter des projets côté allemand, simplement c'est parfois un peu plus long.

***ARTE Radio a aussi été élaborée par le côté français...***

Oui, encore le côté expérimental. Une radio franco-allemande, il faut reconnaître que cela aurait été trop compliqué. C'était un peu sensible au côté allemand, parce qu'à l'époque, c'était plutôt des projets de coopération sur la radio, directement entre Radio France et la Saarländische Rundfunk, puis Deutschland Radio, donc d'autres acteurs, et il y a beaucoup plus de radios publiques en Allemagne qu'en France par ailleurs, donc il n'y avait pas de volonté politique de créer quelque chose de supplémentaire à ARTE. La frontière est désormais un peu plus souple, il y a plein de créations différentes qui sont sur le numérique, et rien n'empêche aujourd'hui de faire un son en allemand, sur certains formats, simplement l'idée à ce moment-là, c'est de rester dans l'esprit d'ARTE et de garder ce caractère franco-allemand. ARTE Radio n'est pas traduite en allemand.

***À l'heure actuelle, ne croyez-vous pas que les politiques culturelles, qu'elles soient françaises ou allemandes, sont en déclin ? Vous me parlez du fait que les métropoles investissent beaucoup, mais c'est quelque chose dont on entend très peu parler dans les débats politiques...***

Les politiques culturelles sont effectivement moins présentes dans le débat politique en France. En Allemagne elles ont toujours été peu présentes dans le débat politique national. Il y a des mentions dans le contrat de coalition sur des éléments de politiques culturelles, par exemple sur le jeu vidéo. Aujourd'hui les gros sujets, ce sont les sujets à l'occasion de la création du Schloss à Berlin qui reprend le musée ethnologique de Dahlem, c'est aussi la question de restitutions des biens, pendant longtemps les biens volés par les nazis, maintenant c'est la question de la restitution des biens dans les anciennes colonies, les Allemands en ont

eu certaines aussi, et ce sont des débats qui deviennent à un moment donné des débats politiques. La question des réfugiés a aussi une dimension culturelle, la question de l'égalité homme/femme. Finalement je ne sais pas si c'est la politique culturelle en tant que telle, ou un certain nombre de débats transversaux, qui ont une dimension culturelle et qui impactent le politique en Allemagne...c'est comme cela que je l'ai vécu côté allemand. Côté français il est sûr que le côté très visible des politiques culturelles comme moteur politique, de changer la vie en 1981, ou de marquer, par un certain nombre de grands travaux, la ville, par l'État et non par les communes, dans les années 80/90 et grosso modo jusqu'à la création de la Bibliothèque de France, c'est un peu terminé, et c'est pour cela que je vous dis que c'est au niveau des Métropoles, avec des questions très concrètes de cofinancement, de contribution avec des financements publics ou croisés, des contrats aidés...Tout cela est évidemment politique mais c'est effectivement moins premier...

L'incidence sur ARTE par rapport à cela...ARTE garde une certaine liberté, elle a son budget propre, qui est un budget audiovisuel et il ne fait pas partie en tant que tel du budget du ministère de la culture, c'est la redevance. La redevance est à part et c'est très important. On voit que dans tous les pays où la redevance a été intégrée dans le budget de l'État, cela se solde très vite par une diminution forte des contenus, puisqu'il est évidemment très tentant de faire des arbitrages au détriment des contenus. C'est ce qu'a vécu l'Espagne par exemple, il y avait une assez riche coopération avec la TVE pendant longtemps, jusqu'en 2005-2006. La redevance a été étatisée et la TVE n'a plus eu aucun moyen de faire quelque politique internationale que ce soit, à part un canal à l'international, mais pas de coopération avec d'autres chaînes. C'est le cas en ce moment du Danemark...ça aurait pu être le cas de la Suisse. Le fait d'asseoir sur la redevance le financement donne une liberté de pouvoir être dans le champ culturel, par différent niveau, par la culture patrimoniale, vivante et contemporaine au travers de chose comme *Square*, les invités du *28 Minutes*, les éléments qu'on voit dans différents programmes courts, la musique évidemment, et puis la création cinématographique, le court-métrage, qui est un champ évidemment plus développé que d'autres dans la création culturelle de la chaîne. Cette indépendance de financement fait qu'ARTE n'a pas subi trop fortement le contrecoup des difficultés des politiques culturelles. Maintenant, dans tous les pays d'Europe, on est face à des difficultés fortes concernant la redevance, et le débat est vif en Allemagne, il est feutré mais pas moins compliqué en France. L'existence même de la télévision publique est en question. Et ce à juste titre parce que, si je puis dire, d'un côté c'est vrai que le numérique force à réfléchir différemment, avec une

question de contenus : qu'est-ce qu'on propose comme contenus différents ? Et on voit bien que les tuyaux évoluent en permanence, et les pratiques évoluent, en permanence aussi mais avec plus de lenteur, car la démographie fait qu'il y a beaucoup plus de lenteur dans l'évolution du *broadcast*. Les personnes plus âgées consacrent beaucoup de temps à la télévision en tant que média de flux. Par rapport aux nouvelles générations, et dans l'entre deux, on a du mal à voir quel est le rythme – on voit bien la tendance, on voit moins bien le rythme et on voit moins bien où on va arriver. Il y a des éléments qu'on regarde ensemble, toutes générations, comme les grands événements sportifs, la politique. Et il y a des éléments qu'on regardait ensemble mais dont on se demande s'ils resteront, comme *Les Enfoirés* en France, *Tatort* en Allemagne... est ce que c'est quelque chose qui sera mortel car lié au média télévisé ? Est-ce que les médias numériques sont capables d'inventer des éléments fédérateurs ? Ce qu'ils n'ont pas vraiment su faire jusqu'à présent, puisque le numérique reste de la consommation individuelle. Et la société a besoin d'événements fédérateurs. Pour l'instant, c'est une question ouverte, et me semble-t-il passionnante. À quel rythme la consommation sera de moins en moins une consommation de flux ? À quel rythme elle restera une consommation de flux ?

Ce qui est sûr, et la différence qui restera, quelle que soit la génération, c'est une différence entre ceux qui ont du temps, de l'énergie, de la formation à consacrer au choix d'un programme et des gens qui ont moins d'énergie, la volonté simplement de se laisser aller, et d'autres qui peuvent avoir une réelle difficulté à choisir un programme, et qui sont forcément plutôt demandeurs d'une offre de flux comme on regarde son fil Facebook, ou comme on regarde une chaîne de télévision.

*Mais il est difficile de se projeter sur les pratiques futures...*

Alors on voit la tendance, on ne voit pas encore vraiment de diminution du nombre de téléspectateurs mais on voit une augmentation du nombre de personne qui nous regardent sur le numérique, mais l'un ne remplace pas du tout l'autre pour l'instant.

*Dans le Contrat d'Objectifs et de Moyens d'ARTE France, la chaîne se définit comme chaîne citoyenne. Quelles sont les stratégies que vous souhaitez développer pour la rendre plus citoyenne, qu'est-ce qu'une chaîne citoyenne ?*

C'est une chaîne citoyenne car elle se veut engagée dans la société. Il y a eu des engagements à faire des activités dans les prisons par exemple, de se lier avec des festivals, de faire un travail de médiation culturelle, tout cela fait partie de cet engagement citoyen. Nous travaillons sur des objets qui ne sont pas uniquement des objets de télévision, prenez par exemple Educ'ARTE.

Ensuite, mais cela est commun à beaucoup d'entreprises, être citoyen c'est se préoccuper de la responsabilité sociale de l'entreprise, avec l'environnement durable, qui compte plus à Strasbourg, avec la consommation d'énergie, les moyens de transports pour se rendre au travail, et la manière dont ils travaillent avec leur environnement immédiat...

***Vous qui avez travaillé à Paris et à Strasbourg : Se sent-on plus franco-français à Paris, européen à Strasbourg ?***

Oui, forcément il y a une différence, déjà par le fait qu'il y a beaucoup plus d'Allemands à Strasbourg. Le travail s'y fait dans plusieurs langues. Mais des choses ont facilité la prise de conscience à ARTE, le fait que les liaisons entre Paris et Strasbourg soient plus simples, techniquement, et ça compte : beaucoup de réunions se tiennent à Strasbourg, et on prend le TGV, on fait des visio-conférences, et cela permet d'avoir une identité de groupe plus marquée. Les gens se retrouvent aussi sur des lieux professionnels, salons, marchés. La semaine dernière par exemple, l'Assemblée Générale de mars associe nos partenaires européens, alors là forcément on se sent assez européen.

***Il y a cependant assez peu d'interactions entre les pôles, particulièrement entre Paris et Baden-Baden...***

Les interactions ne sont pas évidentes en pratique, il faut savoir que les gens qui s'occupent de programmes pour le pôle Allemand ne sont pas à Baden-Baden, ils sont dans les chaînes, dont ils sont plutôt à Mayence, Munich, Hambourg, Stuttgart, Berlin, Leipzig... ils doivent d'abord se réunir ensemble avant de pouvoir se réunir avec ceux d'Issy-les-Moulineaux. C'est donc important de bâtir des réunions régulières pour que les gens se voient.

Une institution qui est à ce sujet très importante, c'est la *Conférence des Programmes*, qui est le lieu où tout se rejoint, mais c'est important de faire des rencontres régulières pour pouvoir faire en sorte qu'une vie de groupe existe.

Mais Baden-Baden est plus une institution de coordination, essentiellement juridique et financière, avec le marketing. À titre personnel je travaille beaucoup avec eux, mais parce que se sont mes domaines. C'est un travail important, car ce sont des télévisions qui travaillent avec ARTE en Allemagne, il faut pouvoir les coordonner elles-mêmes, et c'est tout le travail qui se fait à Baden-Baden.

***Concernant le pôle strasbourgeois, comment êtes-vous finalement parvenu à harmoniser les cultures professionnelles ? Par des ateliers interculturels ?***

Il y en a eu, et il y a tout un travail qui se prolonge là-dessus pour les nouveaux arrivants dans le groupe, avec des ateliers interculturels qui permettent de mieux se connaître, mieux se comprendre. À Strasbourg spécifiquement, au début, les gens ont créé la chaîne donc ils ont été orientés vers le fait de trouver des solutions, ensemble, plutôt que d'avoir à s'intégrer dans quelque chose qui existait déjà, avec un objectif commun, ce qui aide beaucoup.

Mais les différences demeurent, dans les choix explicites ou pas qui sont faits dans le fonctionnement de la chaîne ; on ne peut pas dire que l'un ou l'autre l'emporte.

Le mode de gouvernance du comité de gérance est très écrit, ce qui est plutôt allemand : Tous les quinze jours on a une liste de points, qui sont préparés, avec un dossier, une note préalable, et même une résolution pré-écrite. Le comité de direction à ARTE France, c'est une réunion tous les lundis matins, sans ordre du jour, donc plutôt à la française. De ce point de vue, les cultures différentes persistent, mais même à Strasbourg, on reste sur le sol français, donc à part le droit de l'audiovisuel – qui est une exception, c'est une sorte de règle *sui generis* à Strasbourg pour ARTE, avec le CSA qui n'a pas de compétence. Mais à part ça, c'est le droit français qui s'applique, le droit du travail, droit civil, droit commercial. Mais un droit français qui est souvent un droit européen d'ailleurs ... des domaines comme ce dernier où les différences sont très minimes.

Les Allemands qui travaillent à Strasbourg se sentent peut-être plus en situation d'expatriés que les Français par définition. Cela ne se sent pas trop dans les programmes parce qu'ils sont



vraiment à égalité. Cela se sent peut-être plus dans les directions de la gestion – dont je m’occupe – où j’ai beaucoup moins d’Allemands. J’en ai à parité à la direction juridique, parce qu’il y a beaucoup de questions où nous avons besoin de spécialistes allemands, mais sur la direction des ressources humaines, sur la direction financière, j’ai beaucoup plus de Français. C’est plus un défi à ce moment pour les Allemands, qui sont ici moins à parité.

***Vous travaillez par unités, toutes les rédactions y sont franco-allemandes ?***

Dans ce qui est produit à Strasbourg, c’est franco-allemand, ainsi que dans tous les chargés de programmes. Maintenant, elles ont un travail un peu différent. Nous avons quatre unités, une travaille sur de la production propre : le Journal, ARTE Reportage, ARTE Junior etc. Les trois autres sont plus, d’une part en situation de coordination avec ce qui se fait dans les pôles, comme la réalisation de la deuxième version linguistique, et puis pour une part plus ou moins grande, la coproduction avec les partenaires européens. (40% ARTE Deutschland 40% ARTE France 20% ARTE Strasbourg.)

***En faisant mes recherches sur l’interculturel, j’ai découvert un terme qui me semble adapté à ARTE : celui des « malentendus productifs ». Est-ce que cela vous parle ? Des querelles, des conflits, des différences d’intérêt auxquels vous avez assisté ?***

Il a des différences d’intérêt bien entendu. Le fonctionnement du Comité de Gérance me semble un bon exemple. Je ne sais pas si c’est un malentendu au départ parce qu’il fallait cadrer les choses, mais c’est plus à la demande des Allemands que les choses ont été cadrées, et ça me paraît plutôt productif car les choses sont devenues plus claires dans les modes de fonctionnement et de gouvernance.

Après, toute la difficulté c’est de faire en sorte que les choses soient bien comprises, qu’en particulier dans les pôles les Allemands et les Français qui travaillent moins au quotidien avec l’autre pays comprennent bien comment l’autre pays et l’audiovisuel de l’autre pays fonctionne. Le fait qu’il n’y ait pas de CSA en Allemagne par exemple, que les chaînes publiques elles-mêmes ne dépendent d’aucun CSA en Allemagne, reste quelque chose d’extrêmement surprenant en France. À l’inverse en Allemagne le CSA éveille une sorte de suspicion d’une institution qui par définition ne peut pas être indépendante parce qu’elle dépend de l’État. Alors que le droit administratif français quand même, c’est justement toute

une dialectique assez productive entre indépendance / non indépendance, mais il y a aussi des manifestations réelles d'indépendance. La manifestation la plus claire de non indépendance a été de revenir à la nomination directe par le Président de la République – ça ne concernait pas ARTE mais France Télévision – et qui a abouti au paradoxe que les personnes nommées n'étaient pas celles que le pouvoir souhaitait. Et ça c'est quelque chose d'assez difficile à comprendre en Allemagne, ça ne correspond pas aux schémas de la Grande Nation, qui revient à une sorte de collusion entre le pouvoir et la télévision et qui finalement est assez autonome. Cela reste assez bizarre pour les Allemands. Et concernant les Français, les leçons d'indépendance des Allemands les énervent parfois un peu, parce qu'il y a aussi de la politique côté allemand bien sûr, les gens ont chacun leurs opinions politiques et les gardent pour eux mais quand il s'agit de nommer un intendant dans une chaîne, il y a aussi des électeurs derrière, qui se trouvent dans les conseils de télévision, les *Rundfunkrat*. Et d'ailleurs, ce qui est important c'est que la part laissée à la société civile est prépondérante maintenant, par rapport à celle des partis. Il faut pouvoir toucher cette complexité.

Pour en revenir aux malentendus productifs, je trouve que le plus beau résultat est ARTE Journal : C'est un programme qui de manière continue, en partant de très bas, a tout le temps augmenté son audience, et c'est une vraie réussite, on est désormais à presque 750 000 spectateurs côté français et 200 000 côté allemand. Le fait qu'il y en ait plus côté français est un signe, c'est vrai que l'audiovisuel public allemand contient des journaux d'informations qui sont un peu plus sobres dans leur forme et plus orientés sur l'international que leurs homologues français. ARTE Journal fait un petit peu moins figure d'exception en Allemagne qu'en France.

*C'est un peu le cas avec la chaîne en général non ?*

Sur certains aspects oui, la musique classique peut-être.

*Il y a quand même plus de contenus culturels et qualitatifs en Allemagne qu'en France...*

Les exceptions sont un peu différentes, il y a par exemple moins de cinéma à la télévision en Allemagne qu'en France, donc de ce point de vue ARTE est une exception peut-être plus marquée qu'elle ne l'est en France. Aujourd'hui on constate qu'il y a de moins en moins de cinéma à la télévision, d'une part car il y a des chaînes spécialisées...on a quand même six

films de cinéma par semaine, avec les rediffusions, donc ça finit par faire quelque chose d'intéressant.

***Pour en revenir à ARTE Journal, c'est la partie allemande qui voulait un journal d'information ?***

C'est vrai que la SEPT n'en proposait pas, mais je crois que c'est quand même la partie française qui a fini par y venir. Au tout début c'était un « tout image » assez court, le 8 ½ et puis un nouvel élément a été créé, le 7 ½, plus long, plus type magazine. Et puis au travers de toutes les discussions de grille est apparue la nécessité de basculer le tout pour laisser un premier carrefour à 20h15. Tout a été avancé à 19h45 sur une durée de 30 minutes à peu près. Cela s'est construit progressivement mais c'était une volonté assez forte de Jérôme Clément, de Victor Rocaries avec vraiment une légitimité pour le faire, l'envie de suivre les actualités européennes. Côté allemand aussi il y avait un intérêt. Les Allemands, leur grande idée au début ça a été les *Thema*.

***Un format qui a un peu bousculé la partie française ?***

Oui, c'est quelque chose qui a été un peu difficile à accepter pour certains. Il faut aussi se rappeler d'un compromis qui avait d'ailleurs été cité dans le contrat de formation, c'est celui de la chaîne *Musica*. Au moment où ARTE s'est créée les Allemands réfléchissaient à la création d'une chaîne musicale et donc finalement les fonds, une partie de la redevance qui devait être consacrée à cette chaîne, a été fondue dans ARTE. Les Allemands ont donc tenu à ce qu'il y ait une mention spécifique à la musique, d'où la soirée thématique musicale. Elle a existé pendant un certain temps puis a été enlevée, mais aujourd'hui l'importance qu'a pris *ARTE Concert* est l'héritier de *Musica* côté allemand. Et c'est d'ailleurs dans ce domaine du numérique que les Allemands s'investissent le plus de manière très continue.

Tout cela était aussi très lié à un certain nombre de personnalités de la chaîne qui insistaient dans un domaine ou dans un autre, c'est vrai que les deux grandes personnalités dominantes à ARTE France étaient Pierre Chevalier et Thierry Garrel, l'un dans la fiction, l'autre le documentaire, qui étaient donc les deux genres mis en avant par ARTE France. Le *Thema* était plus important à Strasbourg avec Hans Robert Eisenhauer et la ZDF. L'idée de *Thema* est restée, car c'est une marque, et elle est restée le mardi, mais c'est quelque chose qui s'est

progressivement rapproché de l'information. À Strasbourg c'est maintenant l'information qui est le domaine le plus important.

***Les formats qui représentent le plus ce travail interculturel au sein de la chaîne sont lesquels selon vous ?***

Évidemment *Karambolage*. C'est une émission magazine qui a su se construire dans le temps, il n'y en a pas beaucoup à ARTE, le magazine n'est pas le point fort de la chaîne. Ça a su se construire car les producteurs de cette émission sont des gens qui ont véritablement vécu dans les deux pays, donc qui apportent cette crédibilité. L'information, je pense que c'est le deuxième grand aspect, puisque ça permet à des journalistes allemands et français de se confronter au quotidien sur des thèmes qui font appel à des réflexes qui peuvent être différents. Tout ce qui peut avoir trait à l'actualité de manière générale, l'investigation dans les soirées thématiques par exemple.

***D'un point de vue esthétique pour le journal d'information, vous avez essayé de piocher dans les deux esthétiques française et allemande ? Je dirais qu'il ressemble plus à un journal allemand...Mais Français et Allemands n'ont pas la même façon de traiter l'information...***

En effet, on voit très bien par exemple la grande sobriété des plateaux sur la ZDF ou l'ARD. Le journaliste est souvent debout en Allemagne. On est peut-être un peu plus proche du modèle allemand, mais on n'a pas fait aussi sobre, ça choquerait le téléspectateur français. Alors oui on a puisé dans les deux. Dans les agences qui nous ont aidées à réaliser l'image de la chaîne et son habillage, il y a plutôt des agences britanniques. Sur le plan musical aussi c'est un franco-anglais qui nous a beaucoup aidé, c'est Andrew Orr, le cofondateur de Radio Nova. Avoir des designers allemands ce n'est pas non plus totalement évident. Par exemple vous avez une différence assez forte sur le look des sites, les couleurs sombres sont plus utilisées sur le côté allemand, avec cette espèce de sobriété, et vous avez plus de couleurs côté français. Si vous prenez le site du *Monde*, il est blanc, *l'Equipe* aussi, *France Info* est blanc et jaune, prenez la Médiathèque de la ZDF, elle est grise. Vous avez une tradition de design qui est différente. On avait eu aussi un habillage avec des visages, qu'il a fallu filmer, photographier. On l'avait fait à Berlin, et ça se voit. Les gens sont plus grands, plus blonds, et quand on connaît bien les deux pays, il y a même une différence physique qui existe, c'est

aussi cela qui rend la devinette intéressante dans *Karambolage*...celui-là il a l'air Français mais est ce qu'il l'est vraiment ? Car il y a évidemment des exceptions... Donc cela rend tous ces éléments assez intéressants, et c'est pour cela qu'il faut beaucoup prêter attention au design, et vous avez une sorte de sanction immédiate si le design est trop proche de vos choix nationaux. Il faut essayer d'avoir une approche assez internationale. La directrice artistique avec laquelle on travaille est française, mais l'agence avec laquelle on travaille est britannique.

***Et Xenius ?***

C'est vrai que le principe du duo de présentateur est quelque chose qui fonctionne très bien. C'est une émission allemande, contrairement à *Karambolage*. C'est une émission qui passe en journée donc qui doit être très facilement accessible. Sur ce mode de la vulgarisation scientifique les couples de présentateurs – mais c'est une question de durée, ce n'est pas évident au début, il faut les construire – ont fait un effort constant pour cela. Ça a toujours été franco-allemand, même si les duos ont parfois changé, avec un allemand, et un français qui parle allemand.

***C'est une émission qui marche aussi bien dans les deux pays ? Même si elle est doublée pour les Français ?***

Oui, c'est une émission en journée qui fonctionne bien.

***Ce principe du duo me semble particulièrement intéressant dans le sens où il met en valeur l'identité profondément franco-allemande de la chaîne. Est-ce trop compliqué à exporter sur d'autres formats ?***

L'avantage des sujets scientifiques et de connaissances c'est qu'ils sont très facilement universels. L'émission est tournée dans différents pays, mais à titre d'exemple, l'expérience que vous allez faire dans une ferme allemande ni pas si différente de celle que vous allez faire dans une ferme française. C'est quelque chose de plus compliqué si vous voulez le faire dans le domaine culturel ou dans le contact avec des artistes.

C'est une question aussi de place laissée à la parole et de place laissée aux images, dans les entretiens ou dans les témoignages qui sont versés par rapport à l'explication scientifique. C'est plus simple dans la connaissance. D'autres tentatives ont été faites, je me rappelle de deux séries historiques, avec une allemande et une française, elles ne présentaient pas mais elles rythmaient l'histoire des relations franco-allemande, sur un mode plutôt humoristique, puis ça a été répété sur l'histoire de l'Europe, diffusé en 2017. Il s'agit de « Chers Ennemis, les Français et les Allemands. Une Histoire Commune », en 2013.

### ***L'émission Metropolis l'a fait aussi non ?***

C'était plus compliqué, *Metropolis* alternait sur les sujets, il y a avait des *Metropolis* allemands, des *Métropolis* français. La moitié était réalisée par ARTE France, avec Pierre-André Boutang, et l'autre moitié par les chaînes allemandes, et maintenant ce ne sont que les chaînes allemandes qui font cette émission.

### ***Le fait que la chaîne travaille sur le principe de l'alternance, aussi bien au niveau de la direction, qu'entre ARD et ZDF pour le pôle allemand est quelque chose d'unique...***

En effet l'alternance a lieu à Strasbourg avec des mandats de quatre ou cinq ans, quand il y a un Allemand son adjoint est Français et inversement. Ça fonctionne effectivement sur ce principe là et dans la quasi-totalité des secteurs, là où il y a un responsable français son adjoint est allemand et réciproquement.

### ***Au moment des tournants, perçoit-on des différences ou cela permet au contraire d'établir une forme de continuité dans le management, dans les choix éditoriaux... ?***

Il y a des différences de management entre les Français et les Allemands, dans la relation entre manager et managé, il y a certaines constantes, par exemple le fait que le manager français a tendance à donner une mission, et revenir à intervalles réguliers mais il demeure plutôt lointain par rapport à l'allemand. Il y aura peut-être plus de suivi rapproché côté allemand. Ce qui n'est pas vrai tout le temps non plus, mais c'est une constante. Il y a des modalités dans la communication qui sont différentes, avec le caractère plus ou moins direct, plus direct en Allemagne, moins direct en France.

***Mais les choses se sont-elles finalement mises en place de manière très pragmatique ?***

Au départ les choses étaient tout de même très compliquées, parce que c'était des gens qui n'avaient absolument aucune habitude de travailler ensemble, avec des complications sur la communication puisque quand on dit non côté allemand, on dit non, mais ce n'est pas forcément avec une dimension émotionnelle, alors que le français pourra le comprendre avec cette dimension émotionnelle... Il y a toujours de nouvelles personnes qui rentrent dans le groupe donc il faut toujours leur faire prendre en compte ces différences-là. En même temps, ce qui existe, c'est que, au niveau de la maîtrise de la langue, parmi les gens qui sont recrutés avec la trentaine, il y en a de plus en plus qui ont une bonne maîtrise de la langue, avec toutes les formations de l'UFA qui existent notamment ou encore Erasmus tout simplement... c'était plus difficile à trouver dans les années.

***J'ai pu lire que la chaîne n'exploite que trop peu ce potentiel interculturel, qu'elle répond plus à un interculturel Nebeneinander que Miteinander. Que répondriez-vous à cela ?***

Là où c'est vrai, c'est que la chaîne a renoncé à certaines expériences, comme le débat par exemple dont nous avons parlé, et qui étaient productrices d'interculturalité, mais qui étaient difficiles concrètement pour le téléspectateur. En y renonçant, on a renoncé à un mal-être du téléspectateur, mais on a renoncé aussi à certaines tentatives de cette nature.

Le numérique, à l'inverse, a permis des choses qui n'étaient pas possibles au début, des choses qui sont de l'ordre de la diffusion, en plusieurs langues, de l'ordre de la programmation dans certains domaines culturels que la musique. Est-ce que le numérique va nous permettre de dépasser cela ? C'est souhaitable.

Je crois qu'il y a dans ARTE une dimension du quotidien avec *ARTE Journal*, et c'est l'essentiel du franco-allemand, avec *Karambolage*. Mais il y a eu un paradoxe au début, c'est que la chaîne devait prouver qu'elle était une chaîne de télévision, et surtout pas un instrument franco-allemand. Et le danger c'était d'apparaître comme une institution franco-allemande, un outil politique pour le côté allemand, avec la crainte côté français que cela devienne une institution et pas un acteur culturel et télévisuel. Les premières années se sont donc faites ainsi, en partie contre le franco-allemand, au sens institutionnel du terme. D'où une assez grande déception d'un certain nombre d'acteurs du franco-allemand, de

commentateurs du franco-allemand. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si *Karambolage* est apparue relativement tard dans l'histoire de la chaîne. La première émission franco-allemande qui a réussi est apparue près de quinze ans après le début de la chaîne, et ça veut dire quelque chose, ça veut dire qu'il fallait passer par le fait d'affirmer d'abord ARTE comme une chaîne. Et c'est la même chose pour le décalage d'une certaine manière. Pour accepter d'être visible en France et en Allemagne il fallait passer par plusieurs années de diffusion simultanée. On faisant ça on précédait le fait de regarder en décalé le programme.

Maintenant, la question se pose toujours, il faut toujours y être attentif, c'est-à-dire que c'est très facile de vivre à côté l'un de l'autre sans se comprendre, on peut se contenter de partager, de traduire, ça pourrait être ça le danger. Ce qui est important c'est de pouvoir continuer de « se confronter » sur le programme qu'on passe ou qu'on ne passe pas, surtout garder cette tradition de retour, de débriefing sur le programme diffusé pour a posteriori et au-delà des chiffre d'audience se dire « Est ce qu'on a vraiment fait tous les efforts pour que tel programme puisse être compréhensible pour l'autre public ? » Après il n'y a pas qu'ARTE qui a progressé en ce sens, il y a aussi les gens qui travaillent pour ARTE, les producteurs, les réalisateurs qui comprennent mieux et qui savent bien ce qui peut ou pas intéresser. Je crois que c'est ça qui est important, c'est de pouvoir rester attentif à cela. Si on ne le faisait pas, le risque serait une sorte d'indifférence mutuelle.

*C'est en créant des temps forts sur la programmation que vous pouvez vous permettre de proposer des programmes simultanément et détourner cette question d'harmonisation de prime time, essayer de proposer de vrais temps forts, c'est cela que vous essayez de faire au quotidien ?*

La politique de communication est quand même assez différente entre la France et l'Allemagne, gérée par des gens différents, alors on a des politiques communes sur quelques temps forts, la programmation d'été, des festivals. En revanche il y a quand même des programmes qui seront plus soutenus dans un pays que dans l'autre, et ça il faut continuer à pouvoir le faire parce qu'évidemment la réception est différente, puis quand on a pour prendre un exemple un documentaire culturel qui est lié à une exposition parisienne, même si ça peut intéresser le public allemand, on va travailler la communication de manière différente. Les temps forts permettent effectivement de rythmer des moments communs dans la chaîne, prochainement autour de l'Europe, avec *24h Europe* sur le modèle de ce qui avait été fait sur



*24h Berlin et 24h Jérusalem.* C'est plutôt un programme d'origine allemande qui est une coproduction avec des producteurs français.

***Les allemands sont plus attachés au côté européen ?***

Sur le point fort « Europe » il y a aussi beaucoup de programmes qui viennent du côté français, c'est très partagé. Il y a des impulsions des deux côtés, avec *Le Dessous des Cartes* ou *Vox Pop*... l'approche peut être différente mais l'intérêt est commun. Par contre toujours sur des sujets concrets plutôt que des sujets institutionnels, qui sont pour les deux pays un peu difficiles à traiter en télévision, puisque c'est abstrait.

***Educ'ARTE a été élaboré par le côté français ?***

Oui, ça a été élaboré par ARTE France développement. On essaye de le développer aussi en Allemagne. Côté allemand on a plus de mal parce qu'il y a un certain retard numérique des établissements scolaires allemands, qui tient à la fois des raisons un peu culturelle de la réticence par rapport à la gestion des données, et puis un retard tout à fait industriel dans les réseaux.

***Des différences techniques que la chaîne a connues au moment de son lancement...***

Oui mais là on ne peut pas dire que c'était un retard d'un côté ou d'un autre. C'est le fait que côté français au départ la chaîne devait être uniquement et le satellite, et donc plus réduite qu'en Allemagne, et de fait dans les premiers mois de 1992, entre mai et septembre elle a été plus réduite, et puis la disparition de La Cinq a fait qu'un canal s'est libéré sur le hertzien et une porte s'est ouverte pour ARTE, et l'audience en a profité en France.

La différence des taux d'audience en France et en Allemagne a évolué. La différence était très forte dans les années 90, jusqu'à cinq, six fois plus de parts de marché en France qu'en Allemagne, et puis cela s'est réduit puisque l'Allemagne a augmenté très lentement, mais sûrement, et puis parce que la France a vu une l'offre s'accroître avec la TNT. Quand ARTE est née en Allemagne il y avait 25 chaînes, en France il y en avait 6. Aujourd'hui, grosso modo en part de marché c'est 2,5 d'un côté, 1,1 de l'autre, en sachant qu'il y a en Allemagne d'autres chaînes culturelles comme 3Sat, qui fait aussi 1,2 ou 1,3%...

En nombre de téléspectateurs cumulés, qui est plutôt l'indicateur que l'on regarde, c'est le nombre de personnes qui regarde au moins quinze minutes ARTE consécutive, ici l'écart est plus réduit, avec onze million côté français et dix millions côté allemand. C'est un indicateur hebdomadaire et ceci est la moyenne annuelle.

*En regardant l'évolution des audiences en Allemagne et en France, il me semble qu'on est sur quelque chose de beaucoup plus linéaire en Allemagne, au mois par exemple, alors que cela paraît plus fluctuant en France, avec des pics...peut-on en conclure que le public allemand est plus fidèle ? Qu'il regarde ARTE parce que c'est ARTE uniquement...contrairement au français qui regarde selon la programmation ?*

Les pics d'audiences en France sont de l'ordre de 5 à 6%, et c'est assez rare d'avoir ces pics en Allemagne. En fait, un pic allemand sera plutôt de l'ordre de 3%, donc déjà cela peut entraîner ces différences. C'est vrai qu'il y a assez peu de variations en Allemagne, cela dit en France aussi. Elles étaient plus fortes il y a une dizaine d'années parce que la programmation de journée étale désormais les variations très fortes qui étaient liées à un bon, très bon, ou mauvais ou très mauvais résultat du prime-time.

*Pourquoi la chaîne ne s'investit-elle pas plus dans la question de l'apprentissage de la langue, comme le fait par exemple Deutsche Welle ?*

On avait fait une petite tentative au milieu des années 2000, on avait diffusé des Lucky Luke le matin dans l'autre langue, et ça n'avait pas du tout marché, le public n'était pas du tout là. Et je crois que ce n'est pas notre métier, c'est plutôt le métier de *Deutsche Welle*, de TV5 Monde, des chaînes dont la langue est l'ADN. *TV5* est la chaîne de la francophonie, *Deutsche Welle* la chaîne qui doit développer l'allemand. Mais de fait, Educ'ARTE est un atout dans l'emploi de la langue. L'erreur que l'on avait faite avec Lucky Luke c'était de vouloir s'adresser à tout le monde de manière indéterminée....mettre cela à la télévision, sans outil pédagogique ce n'est pas évident. Et c'est ce que permet le numérique, donner des outils pédagogiques, c'est ce que permet Educ'ARTE en permettant à l'enseignant de faire des coupes dans ces programmes, d'accompagner cela de son propre travail pédagogique, et là on a une chance d'être plus efficaces. Mais Educ'ARTE n'est pas orientée seulement sur la langue non plus...

***Et tendre vers une programmation plus éducative ? Il me semble que cela a été le souhait de Jérôme Clément...***

Ce que l'on fait dans l'éducatif, c'est ARTE Junior, pour les 8/15 ans. Ce qui s'est ajouté, c'est le journal quotidien le matin. C'est sur cela que l'on souhaite continuer à travailler. En espérant une fois encore que le numérique puisse toucher cette cible.

***Parmi les chaînes qui seraient à même de concurrencer directement ARTE, lesquelles citez-vous ?***

Côté français, *France 5*, et dans les années 2000 *Paris Première*, mais ce n'est plus vraiment le cas. Après ce sont des chaînes sur des secteurs, des chaînes qui font beaucoup de cinéma, plutôt sur le câble et le satellite, donc ce n'est pas une concurrence directe. Comme tous, on est soumis à la concurrence de nouveaux opérateurs comme *Netflix*, qui sont très forts dans la série. Côté allemand *3Sat* est un concurrent, en termes d'audience aussi. Mais comme les films passés sur ARTE repassent sur ces chaînes-là, on se situe entre le concurrent et la coopération. Mais *France 5* est sur un créneau beaucoup plus franco-français, et plus sur le magazine et le documentaire. Leur offre cinéma et fiction est plus limitée que la nôtre.

***Je vous remercie pour cet entretien.***

**Birgit Gabriel**

**Directrice de la Production, ARTE GEIE**

**Interview du mardi 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg**

*J'aimerais premièrement vous interroger sur votre statut de bilingue. Pensez-vous avoir moins de difficultés à vous intégrer dans l'entreprise ? Constatez-vous des différences significatives dans le rapport entre employés de la chaîne, bilingues et non-bilingues ?*

Je dirais que les bilingues - plus ou moins - comme moi, se rendent plus facilement compte des différences de communication, il y a clairement une différence de communiquer, que ce soit à l'oral, comme à l'écrit. Ceux qui sont moins bilingues sont peut-être moins interculturel-compétents. Il y a environ 75% de Français qui travaillent ici à la Centrale contre 24% d'Allemands et quelques Européens, et, en fait, parmi les Français, vous trouverez des métiers qui n'ont pas la nécessité de l'être, parce qu'ils ne sont pas *Programmprägend*<sup>1183</sup> : ils sont par exemple aux finances, à la technique. Ils pourraient faire leur travail dans une entreprise française, donc ils ne sont pas forcément bilingues, et ceux-là ne se rendent pas forcément compte, parce que, n'étant pas bilingues, et peut-être moins interculturellement informés, ils peuvent s'étonner de la façon différente de communiquer entre les Allemands et les Français. Moi je constate malgré de longues années dans l'entreprise que cette manière de communiquer « à l'allemande », ou « à la française », reste ancrée dans les personnes. C'est-à-dire que, par écrit par exemple, on constate clairement et même chez ARTE que les Français sont plus dans la politesse, dans la longueur, avec cette façon d'introduire des sujets poliment, de tourner un peu autour du vrai sujet, et que les Allemands sont plus directs. Ou encore que les Français - ils ne me l'ont pas seulement dit mais je le sais et je le vis - peuvent être un peu froissés par le style direct des Allemands. Sur un simple « il me faut une réponse sur tel sujet, merci de me répondre rapidement, au revoir. », il manquerait un peu les fleurs autour pour le Français.

*Et ce même pour les collaborateurs ayant des compétences interculturelles ?*

---

<sup>1183</sup> Que l'on pourrait traduire par « essentiels à la programmation ». Notons la tendance de Birgit Gabriel à passer d'une langue à l'autre, avec un retour à l'allemand lorsque cela lui est plus pratique, la construction des morphèmes en allemand offrant des possibilités que l'on ne retrouve pas en français. Une utilisation pratique de l'allemand que l'on a pu constater de la part d'autres employés de la chaîne capables de manipuler les deux langues.

Disons que dès que l'on est plus dans l'interculturel et dans le binational, ce qui est très flagrant c'est ce que - vous avez pu le voir ici au 3e étage – beaucoup de rédactrices et rédacteurs sont par définition interculturellement compétents, parce qu'ils travaillent sur le programme, et qu'ils forment des tandems bilingues sur leurs cases de programmes. Il y a une grande différence entre ceux qui travaillent dans les programmes et ceux qui travaillent dans ce que j'ai appelé les *services supports*, dont je fais partie aussi : production, technique, finances, RH.

Ceux qui sont donc particulièrement compétents vont s'adapter plus facilement, car ils sont conscients des différences. Un Allemand qui va écrire à un Français va probablement mettre – et moi aussi je le fais – plus les formes, plus de politesse, que ce qu'il ferait avec un Allemand. À l'oral ça se mélange un peu, c'est moins flagrant mais il reste quand même des différences, en tout cas, après tant d'années en France, les Allemands ont quand même encore cela. On ne se débarrasse pas comme ça de ses habitudes de communication...

***Oui, on entend souvent que les Allemands ont une franchise que les Français ont moins, eux font plus de sous-entendus...***

Voilà c'est cela. La socialisation que l'on a eu dans les écoles, dans les universités, dans la famille, font probablement que c'est quand même ancré en soi. La plupart des gens – c'est mon impression, ce n'est pas scientifiquement prouvé – restent un peu dans leur façon à eux de communiquer. Quand on est plus interculturellement compétent on s'adapte plus facilement.

***Dans la hiérarchie, le management, constatez-vous aussi des contrastes ?***

Oui, clairement. Il y a quand même une 3e voie chez ARTE qu'ont constaté Barmeyer et Davoine, que j'ai constaté aussi, c'est que les managers allemands s'adaptent – mais par obligation aussi – au style de management français. Quand un manager allemand a des équipes très françaises, il est obligé d'adapter son style de management. Les Français le sont moins car ils auront rarement une équipe majoritairement allemande. C'est différent dans les unités de programmes, car là c'est beaucoup plus *ausgewogen*<sup>1184</sup>, les managers vont s'adapter à leurs publics.

Mais j'ai entendu aussi – et c'est aussi mon expérience de travail et dans mes interviews – que les managers gardent un peu un style de ce qu'ils ont vécu dans d'autres entreprises, dans leur

---

<sup>1184</sup> À traduire par « équilibré. »

pays d'origine. Donc le style de management est quand même plus « autoritaire » en France ; et même chez ARTE, il y a moins de « participatif » il y a plus de décisions *top down*<sup>1185</sup> qui sont appliquées dans le management de style français. On a quelques exemples chez ARTE où c'est un fait, dans ces services-là par exemple, on a quatre strates managériales, et quand vous êtes quelqu'un de « la base » vous n'allez pas trop aborder le manager français qui sera votre N+2 ou N+3. C'est très franco-français.

Les Allemands sont plus abordables, cherchent plus – moi incluse – l'expertise et l'avis des personnes qu'ils managent et se voient accusés du coup – et ça m'est arrivé, c'est réel, je l'ai entendu de la part de mes collègues – de ne pas prendre de décisions. On va vous dire « vous êtes manager, veuillez prendre la décision », et l'Allemand – moi incluse – va répondre « j'aimerais d'abord savoir ce que tu en penses car c'est toi l'expert du domaine. » C'est seulement après avoir récolté plusieurs avis que le manager allemand va prendre une décision. Il est plus dans le démocratique, dans le participatif, et il peut paraître à un Français très *Entscheidungsunsicher*<sup>1186</sup>, de ne pas prendre de décisions qui s'imposent, et les managers allemands ont constaté aussi - moi incluse - que les managés, les personnes dans les équipes, attendent parfois clairement une instruction, lorsque le manager allemand a peut-être envie de plus d'autonomie, de plus de force de proposition, d'initiatives de la part des personnes qu'il manage. Mais encore une fois les managers interculturellement compétents vont s'adapter aux Français dans leur service, aux Allemands dans leur service.

Donc le rapport à l'autorité et à la hiérarchie est quand même un peu différent chez les Allemands et chez les Français au sein d'ARTE. Mais globalement ce qui était intéressant dans mes études – j'en ai fait deux qui sont liées – c'est que la plupart, plus de 80% des personnes que j'ai interrogées, d'abord par questionnaire ont répondu « oui chez ARTE s'est formée une culture propre à ARTE qui est un mélange des deux cultures, qui est un mélange des deux cultures allemandes et françaises, et qui est caractérisée là où il y a des synergies interculturelles, c'est-à-dire « ensemble on est plus forts. » On profite des forces de chaque culture pour être ensemble plus compétents. » Et bien lorsque l'on creuse ensuite en demandant quelles sont les synergies ; et bien là, les gens parlent pas mal des problèmes.

J'ai donc fait le parallèle entre les synergies interculturelles, qui seraient le but à atteindre, et les *critical incidents*<sup>1187</sup>. Initialement ce terme vient d'une méthode de Flanagan est utilisé

---

<sup>1185</sup> Vocabulaire managérial : « de haut-en bas » ou « pyramidal. »

<sup>1186</sup> Incertain dans la prise de décision, peu sûr de lui.

<sup>1187</sup> « Incident critique. »

dans les interviews dans le cadre d'études qualitatives. Mais dans l'interculturel vous allez trouver pas mal de publications sur les *critical incidents*, qui, en gros dans l'interculturel sont définis comme des malentendus liés au « clash des cultures », sans que les personnes se rendent compte que différentes références culturelles peuvent être la cause. Il y en a quand même chez ARTE, mais il y aussi des synergies, avec par exemple les juristes qui ont suivi une formation universitaire en France comme en Allemagne. Dans ce cadre les juristes racontent que l'on est extrêmement complémentaires, que les approches et les façons d'aborder des aspects juridiques ne sont pas du tout les mêmes, mais qu'ensemble on se complète très bien. À la technique aussi on m'a raconté cela. Les façons de faire, les managements de projets sont assez complémentaires, et on trouve parfois de nouvelles solutions que l'on n'aurait peut-être pas trouvés si on était une équipe nationale.

***Justement j'ai pu rencontrer lors mes recherches théoriques le terme de « malentendus productifs », on serait un peu dans ce cadre-là finalement ? De dépasser ces malentendus, ou d'aller piocher dans ce qui peut être intéressant d'un côté ou de l'autre...***

Oui, quelqu'un de la technique me l'avait exactement rapporté comme cela, dans mes interviews, racontant « parfois on ne se comprend vraiment pas, mais après, en questionnant le collègue de l'autre culture : tu voulais dire ça ? Non c'est pas du tout ce que je voulais dire...mais en fait c'est ça la solution ! » Il parlait de cela, mais c'était spécifiquement à la technique.

Un autre exemple intéressant dans l'interculturel : la gestion des réunions. Ça, c'est quand même quelque chose que les gens aiment bien relater. Il y a un aspect de ponctualité que l'on connaît bien, mais généralement au GEIE, (à la Centrale d'ARTE) les Français sont plus ponctuels que leurs clichés, les Allemands un peu moins, tout le monde s'adapte. Au GEIE, par rapport aux membres du Groupe, on peut bien comparer. Par rapport aux réunions à ARTE France où c'est quand même très français, en Allemagne où c'est très allemand, ici vous allez trouver un mélange, on fait un ordre du jour, on fait pas mal de compte rendus, ce qui est un peu « moins français », et surtout on est un peu plus concrets, c'est-à-dire qu'on aura préparé de quoi on va parler, on va chercher des résultats. La réunion française un peu selon les clichés – mais qui sont quand même vérifiés en partie – c'est qu'on ne cherche pas forcément de résultat, mais qu'on aborde un sujet dans tous les sens, que chacun amène différentes facettes. Et bien ici à la Centrale clairement les gens le disent, et je le sens : ça se mélange entre l'allemand et le français.

Dans le respect des délais, dans le fait de respecter une échéance, il y a encore des différences dans le groupe ARTE. Les personnes de la Centrale le disent, s'ils attendent un résultat, une échéance, ils sont beaucoup plus sûrs de l'avoir de la part d'un Allemand, alors qu'en France il faudra relancer plusieurs fois, et encore ce n'est pas sûr que ça marche. C'est ce que j'ai récolté comme avis. J'ai un peu moins cette expérience parce que je travaille moins avec le groupe ARTE, je travaille vraiment ici à la Centrale, mais je constate que je dois plus relancer mes collègues français que mes collègues allemands par rapport à des échéances.

***Et ce sont des différences qui ont tendance à s'amenuiser, à force de travailler ensemble ?***

Oui tout à fait, et l'influence du manager n'est pas négligeable parce qu'il pilote l'activité. Un Allemand à la tête d'un service va donner certaines impulsions, qui se propagent vite, et il aura plus de mal s'il a une équipe totalement franco-française ou vice-versa. Dans ce cadre-là ce n'est pas toujours facile de se mettre d'accord sur quelque chose.

Le principe de parité à la tête des services est très cher aux *Artésiens* : Tout le monde trouve extrêmement important – moi incluse – que les responsables et leurs adjoints, quand il y a un adjoint, soient de nationalités différentes, car c'est enrichissant, car ça se complète et que c'est plus facile pour les équipes de pouvoir s'adresser à un(e) allemand(e) et un(e) français(e). Et, de mon expérience avec mon adjoint français : l'approche n'est pas la même, on est complémentaires dans l'approche managériale, quand on échange sur comment on va aborder un membre difficile de l'équipe par exemple. Les Français et les Allemands n'ont pas les mêmes idées, mais ensemble, on peut trouver des solutions qui sont peut-être plus pertinentes, il se constitue une troisième voie.

Parfois ce n'est pas respecté parce que la compétence des personnes compte évidemment et quand vous avez à la tête des services d'une direction deux Allemands ou deux Français – il existe ces quelques exceptions chez ARTE, et les collaborateurs diront que c'est moins bien. Quand ces personnes sont vraiment compétentes, qu'ils sont arrivés là parce qu'ils étaient compétents, ça se passe bien. Mais les *Artésiens* tiennent vraiment à cette parité.

***Au niveau de la présidence, on est sur la parité aussi, ce principe de l'alternance est intéressant...***

Dans ce cas-là c'est encore plus fort, les personnes y tiennent énormément. Il y a eu de petites exceptions, mais c'est important pour la chaîne, et on le remarque dans l'entreprise, il y a vraiment des impulsions : le président donne de réelles impulsions.



Ça se ressent peut être moins à la gestion, chez le directeur de la gestion, parce que le sujet est plus terre à terre, administratif, mais aux programmes ça se sent beaucoup. Lorsque le directeur est Français ou que le directeur est Allemand, la différence est nette. Tout simplement dans le lien que ces personnes-là ont avec leur passé télévisuel, parce qu'ils connaissent mieux le paysage audiovisuel de leur pays d'origine, ils vont plus en tenir compte par rapport à la concurrence, par rapport aux lignes éditoriales à donner etc.

Ce qui s'est senti dans le passé, c'est que les dirigeants français ont fait moins d'efforts pour apprendre l'allemand et pour devenir interculturellement compétents. Ils se sont quand même tous et toutes intéressés au paysage audiovisuel de l'autre pays mais on sentait en règle général que l'intérêt était moins fort... et même le soir, les Français ne vont pas regarder la télévision allemande pour mieux la comprendre... La rotation est cyclique, tous les quatre ans, et ça se sent vraiment dans les équipes.

### ***Et les Français font moins l'effort de parler allemand au sein des équipes... ?***

Tout à fait. Et certains vont même vous répondre qu'ils n'ont pas besoin de parler allemand, parce que dans leur contexte ce n'est pas utile, parce que les Allemands parlent déjà français. Les Allemands ici à la Centrale parlent tous le français, parce qu'on est sur le sol français, mais aussi parce qu'on a dû s'adapter à notre contexte professionnel où il y a aux étages techniques et de production des Français qui ne parlent pas allemand.

À titre personnel je ne peux pas faire mes réunions de service en allemand. J'essaie de donner des petites touches, parce que la plupart des personnes comprennent à peu près, mais pour traiter des sujets un peu plus difficiles, plus complexes, ce n'est pas possible en allemand.

J'ai constaté dans mon mémoire, et Barmeyer le constate aussi, qu'il y a un degré de frustration chez certains Allemands, qui se sentent dominés par la culture française, et ce qui était très intéressant pour moi, parce que je ne m'en rendais pas tout à fait compte, alors que je suis depuis de longues années dans cette chaîne, les Allemands du 3e étage vont dire « j'aimerais perfectionner mon français, mais les collègues français font un tel effort, ils m'aident tout le temps... » et en fait c'est vraiment *ausgewogen*, chacun parle dans sa langue. Parfois on n'y pense pas, parfois les Allemands vont parler français et vice-versa, mais tout le monde comprend les deux langues, et c'est très agréable car du coup ça ne pèse pas sur les Allemands. C'est en plus assez paritaire, il y a quelques fonctions d'assistance : les assistantes de rédaction sont un peu plus françaises, mais du côté des rédacteurs, Allemands et Français

sont à égalité. Mais dans les services où vous trouvez énormément de Français et très peu d'Allemands, et bien les Allemands ont le sentiment d'être dominés, qui vient du fait qu'ils ne peuvent pas s'exprimer dans leur langue, qu'ils ne peuvent pas écrire dans leur langue, au risque de ne pas être compris.

Dans mon cas, il m'arrive de faire des écrits complexes, où je vais vraiment peser mes mots, dans et entre les lignes, tout doit être parfait. Dans ce cas je l'écris en allemand et je l'envoie à la traduction, ou alors je le fais retravailler par mes collègues français, ce qui est un double travail...je relis ensuite la version française pour vérifier que le ton est vraiment celui que je voulais. Les écrits plus simples, les emails, je vais tous les écrire en français, sauf si je m'adresse à un Allemand spécifiquement. Lorsque je m'adresse à des groupes, je rédige en français, et ça, ça pèse parfois.

Ce qui pèse aussi quand vous êtes spécialiste, juriste allemand par exemple dans une équipe plutôt française ; et bien tous les travaux vers l'Allemagne, c'est l'Allemand du service qui va devoir les traiter, et ça peut être lourd, parce que s'il ou elle est le seul de cette origine, et bien il y a une montagne de travail sur cette personne, ou encore elle ne peut pas trop s'absenter, prendre des congés... parce qu'il y a des travaux qu'uniquement elle maîtrise, et la charge de travail n'est parfois pas égale vis-à-vis de ses collègues français. J'ai déjà rencontré des personnes qui avaient ce problème-là.

Et les Allemands se sentent aussi dominés, avec un aspect de « manque de respect » pour certains à propos de ce qui est loi de travail : assurance maladie, retraite...c'est le droit français qui s'applique, et ils vont entendre de la part du service RH : « Vous êtes en France donc vous êtes régis par la France », et ils vont le ressentir – il s'agit ici d'un ressenti – comme manque de respect parce qu'ils vont vivre des situations complexes, parce qu'ils payent leur retraite en Allemagne, et sont finalement régis par les deux pays. Concernant les assurances maladie tout est compliqué, leurs enfants font éventuellement leurs études en Allemagne et cela peut être source de problème. Les Allemands se plaignent, certains un peu plus, d'autres un peu moins, du manque de soutien par le service RH de les aider à être, à vivre, à travailler entre les deux pays, parce qu'on est quand même une entreprise franco-allemande.

***Finalement même ici les Allemands peuvent avoir ce ressenti de travailleur expatriés ? Alors que le travailleur français reste en France...***

Exactement, voilà. Et ça les Allemands le reprochent parfois un peu ; d'autant plus que les Français – certains – peuvent oublier qu'ils sont dans une entreprise franco-allemande. Il y a un principe sympathique qui fait partie de la culture d'entreprise, là où il y a du bilinguisme, chacun parle dans sa langue. Ainsi on est plus à l'aise, l'autre comprend, c'est ce que j'ai décrit du 3e étage, de ceux qui font des programmes, et cela ça ne marche évidemment pas dans les services un peu plus franco-français quand la connaissance linguistique n'est pas là.

Il y a vraiment une grande différence entre les *services de support* et les *services de programmes*.

On peut rencontrer quelques personnes qui sont parfaitement binationales, bilingues, qui ont grandi comme cela, et qui ne réfléchissent pas à l'interculturel, elles le vivent naturellement, elles constatent certains phénomènes dans ARTE sans les mettre sur le compte de l'interculturel et n'ont pas forcément de réponses à donner sur des phénomènes franco-allemands. Ce sont plus les personnes qui ont grandi dans une culture et sont devenues par la suite « binationales », « biculturelles » et qui se sont posées d'autres questions.

C'est la mission de la chaîne en tant que *Völkerverständigendes Medium*<sup>1188</sup> ; et on vient d'avoir à ce sujet le *Grimme Preis* pour le mérite de la chaîne de travailler à ce sujet et le rapprochement franco-allemand. Il y a beaucoup de personnes aux programmes qui s'identifient beaucoup à cette mission, et ça c'est moins le cas dans les fonctions supports, ce qui est un peu logique : un informaticien est moins proche du programme.

### ***Existe-t-il des ateliers interculturels au sein de la chaîne ?***

Il existe des formations, souvent deux jours, tous les deux ans, organisées pour le groupe ARTE, donc il y a des membres d'ARTE France, Deutschland, de la Centrale, aussi dans le but que les franco-français d'ARTE France, que les germano-allemands d'ARTE Deutschland en apprennent un peu plus sur l'autre culture, mais à mon sens ce n'est pas assez...

***Oui j'ai pu me rendre sur Paris, et on me l'a dit, le pôle de Paris est finalement très franco-français... Certains membres se déplacent à la Conférence des Programmes, ils ont donc ce rapport au franco-allemand, mais pas les autres...***

C'est vrai, et dans la Conférence des Programmes – je n'y participe pas, mais tous ceux qui m'ont rapporté ce qui s'y passe le disent – il y a beaucoup d'aspects interculturels, et de

---

<sup>1188</sup> « Média en faveur de la compréhension des peuples. »

*critical incidents* connus, mais par cette adhésion à la mission de la chaîne, il y a toujours ce constructif de trouver une solution pour le bien de la chaîne, qui reste valable, ce but commun, et donc même s'il y a des conflits, tous vont toujours trouver une solution, un compromis, une décision commune qui va dans le sens d'ARTE. Mais il y a des personnalités fortes, françaises comme allemandes, qui parfois mènent à des incompréhensions de méthodes.

Mais cette 3e voie est assez évidente, j'ai piloté des groupes de travail franco-allemand avec des participants d'ARTE France et des Allemands qui n'étaient pas d'ARTE : des techniciens, des ingénieurs, et là ces phénomènes-là se voyaient énormément : Les Allemands étaient très bien préparés, voulaient aller droit au but, ça ne rigolait pas beaucoup...les Français se perdaient un peu dans de grands discours – en tout cas c'était comme ça dans la vision des Allemands – voulaient d'abord poser pleins de choses, que les Allemands considéraient comme une perte de temps, et c'était assez compliqué pour moi en tant que chef de projet de lier les deux. Autre chose, les Allemands dans ces réunions-là levaient la main pour me demander la parole, pour qu'une personne après l'autre parle, les Français, et c'est un peu vrai chez ARTE aussi, vont tous parler en même temps, s'interrompre etc. C'est une question de culture d'entreprise, et ça, pour la communication c'est intéressant. Ça fait 27 ans que je travaille dans cette chaîne, et lorsque lors d'une réunion technique tout le monde parle en même temps, s'interrompt, ne laisse pas les autres finir les phrases, je le supporte beaucoup moins bien que mes collègues français, et parfois je me permets d'interrompre pour dire « stop laissez-moi finir ma phrase et après vous pourrez parler ». Ce qui peut froisser les Français, mais c'est ainsi. Le fait que tout le monde parle en même temps est très français, et cela existe même chez ARTE.

***C'est culturel, propre aux cultures d'entreprise en effet, mais finalement dû à la construction linguistique, le français n'a que peu besoin de la fin de la phrase puisque le verbe arrive tout de suite...en allemand il est en fin de phrase...***

C'est vrai que c'est aussi une question de langue, tout à fait.

***Ce qui explique aussi qu'en télévision le débat franco-allemand n'existe pas...la traduction est compliquée, coûte cher, est lourde à gérer en direct...les codes du langage rendent la tâche très ardue...***

Absolument, c'est lourd, et dans la façon de s'exprimer c'est un peu comme lors de nos réunions. Lors de débats, les gens qui vont s'affronter sont souvent des experts de différents

pays qui en plus ne sont pas dans l'interculturel. Ils vont être choqués, et le téléspectateur aussi, qui en plus ne trouve rien d'attractif dans le *voice-over* : cette voix que vous placez au-dessus rend le programme lourd à entendre. Avec la voix originale que l'on n'entend pas, ou juste au fond, c'est bien moins attractif en tant que produit, donc on n'a pas beaucoup de *talkshows*. On a une *talkshow* sur l'Europe, quelque fois par année, *Square Salon*, et c'est Annette Gerlach, qui est très habile là-dedans, qui l'anime très bien.

Le journal est très cité en dehors de *Karambolage* comme exemple franco-allemand, parce qu'il y a ce regard croisé franco-allemand, qui est véridique, donc les journalistes allemands, quand ils vont par exemple traiter le terrible feu de Notre-Dame – même si ce n'est pas un évènement politique – vont avoir un regard allemand sur des évènements politiques français soit pour tirer des parallèles, soit tout simplement avoir d'autres approches, mais c'est souvent pour penser européen. Notre journal, surtout comparé aux journaux français, est beaucoup plus européen, beaucoup plus ouvert sur l'Europe et sur le monde, la différence est nette. Et dans les conférences de la rédaction quotidienne pour faire le journal, parfois ça discute beaucoup entre Français et Allemands. C'est assez équilibré, avec certes quelques Français de plus, mais on n'y mâche pas ses mots, les participants vont s'affronter dans l'interculturel et le résultat est assez bon, et c'est parce que ça reflète cette rédaction franco-allemande.

### ***Le journal est tourné deux fois ?***

Oui, mais il y a un principe important, c'est que les sujets qui composent le journal sont les mêmes. L'ordre est parfois exceptionnellement modifié, mais même de ce point de vue ils essaient d'être respectueux. La seule différence est qu'il est directement présenté par un(e) allemand(e) ou un(e) français(e), pour les mêmes raisons que la *voice-over* que nous avons évoquée. La présentation serait un peu lourde.

Par contre, un exemple précis : lorsqu'un journaliste français fait un journal lors d'élections nationales, les Français ont logiquement une connaissance des futurs ministres, des partis etc. donc le journaliste dans le commentaire du sujet parlera différemment. Macron est connu en Allemagne, mais ça s'arrête presque là ; les ministres sont bien moins connus, vous devez, dans la version allemande du même sujet, expliquer : « le premier ministre » en donnant son nom. Il faut expliquer les choses.

De la même manière en Allemagne vous avez cette construction avec la CDU qui est *Regierungspartei*<sup>1189</sup> et vous avez aussi la CSU Bavaroise, et les deux travaillent ensemble pour le Gouvernement. C'est assez compliqué à comprendre pour un Français. Et quand vous avez des choses qui se passent en Bavière, vous devez expliquer aux Français qu'ils sont en fait au Gouvernement...alors qu'ils sont en Bavière...C'est une construction allemande un peu spécifique. Et ça vous n'avez pas besoin de l'expliquer aux Allemands.

Donc ce genre de besoin d'explications change un peu la nature du sujet, et culturellement on va trouver un autre ton, une autre façon d'expliquer, et les journalistes que l'on peut interviewer – je me souviens d'un Allemand en particulier, qui m'a dit avoir beaucoup appris de ses collègues français qui ont une façon plus ludique, une approche et un ton plus proche des téléspectateurs que lorsque l'on raconte une histoire, ils sont plus dans les anecdotes, dans l'idée d'embellir les sujets, alors que les Allemands, c'est vraiment l'info pour l'info, c'est plus direct. C'est moins dans le *story telling* parce que les Allemands vont avoir peur de dériver, de ne pas aller droit au but. Mais le mélange des deux est assez bon, et des Allemands disent avoir beaucoup appris des Français pour rendre leurs sujets plus vivants, plus intéressants, et les Français disent qu'ils vont être plus prudents sur des informations presque hors sujet. Le mélange des deux fonctionne vraiment bien chez ARTE dans cette rédaction, cette rédaction est vraiment ancrée dans l'interculturel.

***Une émission a particulièrement retenu mon attention, il s'agit de Xenius parce que c'est la seule émission qui dispose d'un tandem, dans lequel le Français parle allemand, ce que je trouve assez intéressant. C'est le format « émission scientifique » qui permet de mettre cela en place ? Mais pourquoi n'existe-t-il pas plus de programmes sur ARTE qui « respirent » ainsi le franco-allemand ?***

C'est vrai que le format se prête à une double modération, mais oui ce serait très intéressant. Cette émission n'est produite que par le côté allemand, donc c'est en allemand avec *voice-over* en français, sauf un petit « bonjour » et « au revoir ». Ce qui pour les Français, ne l'oublions pas, a une petite lourdeur, donc vous allez peut-être entendre l'accent du modérateur français lorsqu'il parle allemand, mais vous n'avez pas le droit à la version française. À ce titre Annette Gerlach – mais c'est un choix de modération – quand elle fait certains spectacles – on a déjà fait cela dans le passé, actuellement cela se fait moins – choisit une double modération. Elle est assez à l'aise et douée la dedans, elle s'auto-traduit, sans que

---

<sup>1189</sup> « Parti gouvernemental. »

l'intervention ne soit trop longue, sinon ça n'irait pas, mais ça a son charme chez ARTE. Elle fait des interviews de chefs d'orchestre etc...dans ce cas-là soit elle parle la langue du chef d'orchestre et les deux sont voice-overisés s'ils parlent la même langue, soit elle parle allemand ou français tout au long de l'émission. Mais vous avez raison cela pourrait s'afficher un peu plus dans la chaîne, cela a son charme.

*Ce serait intéressant mais un vrai pari, nous parlons en tant que passionnées du franco-allemand, peut-être – probablement - qu'un téléspectateur lambda n'y trouverait pas son compte...*

Il trouverait cela sûrement lourd en effet. Mais on a un autre *talk-show* qui est le 28'. C'est une très bonne émission mais très franco-française, il y a rarement un Allemand qui fait partie de cercle d'invités, et tout est franco-français, et cette émission-là, soyons honnêtes, elle n'est même pas *voice-overisée* pour notre public allemand, ni diffusée à une heure de bonne écoute. Elle est diffusée le lendemain à 2h du matin, sous-titrée...histoire qu'un francophile en Allemagne puisse y trouver son intérêt. L'émission est bien, mais le caractère franco-allemand n'existe pas. Sur les sujets oui, elle est européenne, mais les participants, le reste...tout cela est une histoire très franco-française.

*Cette émission a été créée pour rééquilibrer un écart de prime time, en rajoutant un créneau côté français...est-ce caractéristique d'une problématique que vous ne parvenez pas à régler... ?*

Alors oui, c'est vrai, mais c'est une émission qui était prévue, il y avait l'intérêt de créer cette émission là tout de même. Et pas seulement pour caler les programmes. Mais il est vrai que c'est une difficulté chez ARTE...on n'a pas toujours décroché nos programmes. En fait on décroche pour s'adapter aux habitudes télévisuelles des téléspectateurs. 20h15 est vraiment un carrefour de *prime-time* en Allemagne, beaucoup d'Allemands regardent les actualités de l'ARD à 20h qui durent 15 minutes, ensuite commencent tous les programmes principaux de la soirée, tous les films, tout ce qui est *show* etc... ARTE il y a 15 ans à peu près commençait ses programmes de *prime-time* à l'heure française donc plus à 20h45 ou 20h50, et les Allemands étaient alors déjà dans un film ou un programme d'une autre chaîne, et ça pénalisait notre audience. Donc on a décroché à cause de ça. Et depuis qu'on décroche, évidemment on cherche des formats pour « retomber sur nos pieds », pour avoir le journal à 19h45 en France et tomber avec le 28' sur un *prime-time* qui est celui des Français.

Il serait intéressant aussi de parler avec les gens du numérique parce que le non-linéaire prend tellement d'importance, on est dans un changement radical, et les habitudes télévisuelles se modifient profondément. ARTE travaille sur un projet de chaîne virtuelle qui est assez intéressant avec des offres thématiques avec cette idée de ne pas bombarder avec une offre gigantesque style *Netflix*...les chaînes essayent d'éditorialiser selon les besoins individuels.

***Le fait de ne pas être parvenu à proposer strictement la même programmation, cela signifie selon vous plutôt un échec, ou alors est ce que c'est ça l'interculturel, trouver des solutions, un entre deux qui convient au maximum ?***

Je dirais que c'est un sujet de prudence, et parmi les collègues d'ARTE, certains avaient vraiment peur que le caractère de la chaîne et le franco-allemand se perdent du fait de ne plus avoir la même offre. Je trouve qu'ARTE est restée très respectueuse avec ce décalage ; on est resté sur ce principe de proposer les mêmes programmes la même journée. Donc certes il y a un décalage, qui s'est d'ailleurs un peu étendu en journée, par contre ce qui est venu petit à petit, c'est une inversion de certaines offres en *prime-time* pour des raisons d'intérêt. Quand vous avez un film très français, vous allez trouver un public français. Ce serait donc dommage de le mettre en deuxième partie de soirée pour les Français. Mais vous pouvez aussi avoir un film allemand, une fiction, et concernant les fictions les publics sont quand même divisés, il y a des aspects de société qui parlent moins à l'autre pays, et il y a dans la façon de faire des fictions TV des aspects assez culturels qui ont pour résultat que les fictions allemandes fonctionnent souvent mieux en Allemagne, les fictions françaises en France. Mais ce n'est pas toujours la règle, la programmation va alors parfois, mais pas toujours, se construire selon la logique du pays, le programme français en premier en France, le programme allemand en premier en Allemagne. Nous diffuserons toujours les deux programmes mais nous les inverserons. Et ça a été critiqué au début par certaines personnes, qui disaient que c'est un petit recul, qu'on pourrait alors mettre notre offre française à Paris...etc. Par conséquent la programmation n'applique ce principe d'inversion qu'occasionnellement et après réflexion.

Voici un autre exemple : Nous avons diffusé un cycle de programmes sur le cinéma de l'ex-RDA. Il était prévisible que ce genre de programmation allait provoquer moins d'intérêt en France, les programmes ont alors été partiellement inversés. Il est important pour ARTE de réaliser une certaine audience pour garder notre légitimité en tant que chaîne de service public. Ce compromis, je ne le trouve pas excessif, car c'est quand même fort de choisir en Conférence de Programmes un cycle cinématographique sur l'ex-RDA, c'est osé quand même



! On sait que moins de Français s’y intéresseront, mais les quelques Français qui vont trouver ça vont se laisser surprendre par ARTE, et c’est bien.

***Oui, en faisant finalement le pari de la curiosité...***

Absolument. On a quand même en Conférence des Programmes – on me le dit et je le vois dans le résultat de la programmation – beaucoup de discussions sur tout ce qui est décès de célébrités, qui ne sont pas du tout connues dans l’autre pays. Par exemple Johnny Halliday, plus que connu en France, et pas du tout en Allemagne. Et bien il est tellement connu en France qu’ARTE a quand même fait un hommage en diffusant des concerts et documentaires, donc les Allemands l’ont vu et ont peut être découverts une personnalité de la culture populaire française, mais parfois il y a des discussions à ce sujet, quand la personne est un peu moins connue, ou que la culture est plus élitiste, là la Conférence des Programmes hésite...fait-on vraiment quelque chose parce qu’on est dans le franco-allemand, et que dans ce cas-là c’est très spécifique, ou très national...Et au niveau des audiences cela se ressent. A la limite sur quelqu’un comme Edith Piaf ou toutes ces figures qui ont traversé les frontières, ou des politiciens, sous forme de portrait, là on le voit dans les audiences. Mais ARTE joue aussi sur l’aspect « découverte », et peut se permettre d’oser et proposer des programmes même très spécifiques, très « niche », avec ce regard franco-allemand.

Et il est intéressant de souligner que les Allemands semble-t-il, savent plus qu’ils sont dans une chaîne franco-allemande, certains Français ne s’en rendent pas compte.

***Lorsqu’un sujet est très franco-français, comment le rendre plus attractif pour le côté allemand ? Ou inversement bien sûr...dans la narration en grande partie ?***

Oui. Déjà dans la Conférence de Programmes et dans les lignes éditoriales est précisé que le franco-allemand doit se retrouver dans le programme, c’est-à-dire que quand vous traitez un programme sur le syndicalisme français, on ne va jamais diffuser cela chez ARTE, cela n’a pas d’intérêt, on va le rendre européen : « les syndicats en Europe, ou en France, en Allemagne et encore ailleurs... » Ou en tout cas comparer la France et l’Allemagne. Ça ce sont les discussions dans la Conférence des Programmes. Les Allemands ou les Français qui vont faire une proposition sur un sujet, leur regard risque d’être un peu plus national que lorsque la proposition arrive d’ici (Strasbourg), et là, la Conférence des Programmes joue le rôle d’instance correctrice avec le couple de la direction des programmes franco-allemand obligatoire. Ou l’extrême droite en Allemagne par exemple, c’est un vrai sujet, mais il faudra

parler de l'extrême droite en France aussi. Dans ce cas-là on fait même un sujet sur l'extrême droite en Europe. Pour élargir le regard. Cela se reflète clairement dans les programmes.

***J'aurai tendance à dire que le centralisme français versus le fédéralisme allemand impacte beaucoup la programmation, la structure...qu'en pensez-vous ?***

C'est vrai...Je travaille peu à ce niveau car je travaille sur la production en interne, mais c'est clairement ce que m'ont rapporté par exemple les collègues du web à la Centrale. Toute l'offre non linéaire, qui est fournie par les pôles allemands et français, est beaucoup plus forte en France parce que cela a des aspects de facilité avec ce centralisme, et finalement c'est mathématique : 40% de l'argent vient d'Issy-les-Moulineaux, qui dispose de rédactions thématiques, il y a donc plus de force...côté allemand c'est divisé, si vous allez par exemple à Radio Bremen, je pense que la rédaction ARTE compte peut-être deux, trois personnes maximum...à la WDR qui est pourtant une des plus grandes chaînes de l'ARD, il y a à ma connaissance trois personnes principales...ce sont des petites rédactions, qui vont chercher des choses bien sûr mais avec leurs moyens, donc ils sont réduits, ils vont chercher des partenariats culturels dans leur Land...La centralisation chez ARTE Deutschland n'est qu'administrative finalement. L'implication dans les programmes est moindre car elle se dispatche dans les onze *Anstalten*<sup>1190</sup>, ce qui dilue un peu la force de proposition, le budget aussi...À ce titre la ZDF a plus de poids car sur les 40% il y a 20% à l'ARD et donc à ses onze *Anstalten*, et 20% à la ZDF. L'ARD est éclatée dans les Länder, face à la ZDF à Mainz...la ZDF a une rédaction ARTE de soixante membres. Et là on le sent, il y a plus de force, plus de moyens car l'entité est plus grande. Et ça se sent aussi dans l'unité décisionnaire. Lorsque vous devez prendre des décisions sur la politique des droits du groupe ARTE (audiovisuels, ou par exemple sur les *previews* sur internet), et bien en France vous allez apporter cette question dans un cadre juridique, ça va être diffusé au service juridique là-bas, et ensuite la décision est prise, et on demande aux producteurs des droits plus longs, c'est relativement facile. Il suffit de contacter la personne compétente à ARTE France, lui dire « tiens on veut étendre les droits. Qui est celui qui réalise ? Sur quoi on se met d'accord ? etc. »

En Allemagne il va falloir passer par tous les acteurs concernés : je devrais solliciter notre service juridique, qui fait des réunions spécialisées avec tous les Länder, ARTE Deutschland va être impliquée aussi, ils ont aussi leur propre service juridique...ça va discuter pendant des

---

<sup>1190</sup> Que l'on peut littéralement traduire par « établissements », mais le terme désigne ici les chaînes du service public allemand ARD.

mois...d'autant plus qu'il y a le côté culturel allemand qui est très démocratique, participatif, où tout le monde doit être entendu avant de prendre une décision, donc tout dure plus longtemps. La France avec son centralisme est quand même plus agile. Mais les collègues français m'ont déjà dit « c'est agréable ce plus d'agilité mais c'est un peu *anstrengend*<sup>1191</sup> aussi » parce que, ça aussi on le ressent, les collègues français vont plus rapidement, sans avoir construit tout un projet jusqu'au bout, en se demandant ce qu'ils vont vraiment faire, quel est le résultat attendu, combien ça coûte etc. Ils vont dire : « Ah on a une super idée, on y va ! » Les Allemands vont dire : « Attendez, il faut quand même discuter, combien ça coûte, combien de temps ça dure, qu'est-ce qu'on veut réellement, combien d'épisode »...pendant que les Français pensaient déjà à faire un essai, un pilote.

Il y a donc plus d'initiatives de prises, ça va plus vite, mais il y en a aussi plus qui échouent car ce n'était pas réfléchi jusqu'au bout. Ça on me l'a dit pour ARTE mais c'est aussi interculturel, des études empiriques l'ont démontré. Les Allemands vont réfléchir plus longtemps, travailler plus dans les détails, tous les aspects d'un projet quelconque. Tout prend plus de temps, on est moins rapides, moins agiles, mais aussi du coup aussi moins créatifs, parce qu'on s'est fixé dès le départ sur des critères et des paramètres, et on a un peu de mal en tant qu'Allemands à sortir de là. Plusieurs *Artésiens* m'ont dit que les Français à la Centrale étaient plus créatifs, avaient plus d'humour, étaient plus dans la communication indirecte, et informelle. Et que les Allemands sont peut-être plus fiables mais moins créatifs, moins drôles et moins rapides. On entend beaucoup ça.

Un manager français aura toujours du mal à partir tôt du travail, alors qu'un Allemand – parce qu'il arrive plus tôt aussi – ne s'en prive pas. Et bien ici à la Centrale, les Français osent plus partir tôt, ou partir tôt parce que l'enfant est malade ; c'est culturellement accepté ici, plus que dans une entreprise franco-française. Il y a quelques aspects de la culture d'entreprise qui ont parfois été ainsi cités dans mon projet de recherche. C'est décrit comme une impulsion positive des Allemands, une synergie si on veut, dont les Français profitent.

***Comme si chacun prenait en fait ce qu'il a de positif dans la culture, pour se constituer une 3e voie, et la plus confortable, la plus pratique...***

Absolument, et plus de 80% de collègues d'ARTE disent que c'est ça. Après lorsqu'on les interviewe, ils réfléchissent à des exemples et souvent est cité celui des réunions lors

---

<sup>1191</sup> « Astreignant. »

desquelles les Français sont plus ponctuels que d'habitude car il y a des Allemands, les Allemands sont un peu moins ponctuels... finalement on s'y retrouve et c'est agréable.

Mais la langue est un aspect interculturel tout aussi important à la Centrale parce que les Allemands vont utiliser ici à la Centrale quelques mots français clés, parce que ces mots marchent mieux, ou parce qu'on s'y est habitués. Ou alors ce sont des mots d'entreprise qui se sont créés, des créations franco-allemandes que les gens aiment bien, qui donnent une touche un peu sympa dans la culture d'entreprise, ou des mots un peu techniques, comme à titre d'exemple le *Mengengerüst* que l'on peut traduire par « plan de charge des émissions », et bien finalement les Français vont utiliser ce mot en allemand dans leur discours.

Pas mal de collègues bilingues le disent, s'ils ne trouvent plus un mot dans leur langue et qu'ils le connaissent dans l'autre, ou alors parce que l'expression en question marche mieux dans l'autre langue, ils ne se gênent pas pour mélanger les langues. C'est une façon en fait d'élargir notre vocabulaire.

***Et cela confère aussi je suppose une sensation d'appartenance à un groupe ?***

Oui tout à fait. Ça s'est pas mal cultivé, les gens aiment bien cela...c'est vrai que ça donne un sentiment d'adhésion au groupe, et j'ai entendu cela une fois : deux personnes se parlaient dans l'*Atrium* et se sont dit « Appelle-moi wenn was ist' » en fait elles ont cherché le plus court dans chaque langue et ont mélangé les deux. C'est vrai que d'une part « appelle moi » coule mieux, et « wenn was ist » est plus court que « s'il y a quelque chose », et cela n'a pas du tout frappé l'autre personne, qui a compris le message. Certains ne le remarquent même plus, et la langue reflète évidemment cette culture d'entreprise.

Le directeur de la gestion avait l'idée suite à mon mémoire de mettre en place une journée en Allemand chez ARTE, tous les vendredis par exemple, où même les non bilingues pourraient faire un petit effort, dire tout simplement « Guten Tag »...se parler à la cantine dans l'autre langue...ça permettrait aux gens de leur rappeler qu'on est bien une chaîne franco-allemande.

Il faudrait aussi multiplier les tandems de travail franco-allemands. Ça se fait au niveau managérial mais pas forcément ailleurs, et il faudrait encore plus – ça se fait quand même déjà – parler des projets des autres services, montrer les films, montrer les documentaires, montrer ce qui a été primé et ce qui est fait par la chaîne aux fonctions support qui ne connaissent pas trop notre grille de programmes.

Il y a de quoi faire...et ça va déjà dans ce sens-là mais on pourrait faire plus...et bien sûr des cours de langue sont proposés aux Français qui ne parlent pas encore allemand. Certains l'apprennent vite et bien et font des efforts. D'autres ont du mal s'ils ne le pratiquent pas au quotidien. Dans un service comptable tout est en français par exemple.

Je ne l'ai pas dit tout à l'heure mais c'est un reproche aussi qui a été fait, les Allemands ne se sentent pas respectés par le fait que tous les écrits officiels soient en français et non en bilingue. Le contrat de travail par exemple est en français. Un Allemand signera son contrat en français, qu'il le comprenne ou non. Les applications informatiques, les claviers, tout est en français...Windows est en français...Ça peut peser à quelqu'un qui débute ici...il peut demander un clavier allemand bien sûr, mais il aura du mal à communiquer avec ses collègues sur certains points, avec des termes techniques « la cellule »...« la commande »...il faut s'y mettre...ce sont d'autres termes, et il faut les apprendre en Français ici.

C'est la raison pour laquelle il ne faut pas le prendre mal si un Français n'est pas tout à fait interculturellement compétent, ou intéressé. Il est moins confronté à ça, et pour cause : il est en France. Les Allemands de leur côté font trop d'efforts, et ça a été critiqué aussi, des gens comme moi, vont, par automatisme, parler français tout le temps. Je n'ai pas le réflexe de parler allemand dans ce bâtiment...avec certains collègues oui, quand on est Allemands tous les deux, mais si un Allemand me répond en français alors moi aussi...c'est peut-être parfois curieux lorsque deux Allemands se parlent en français ici, mais ça arrive...

***Et je pense que l'inverse n'arriverait pas...je ne pense pas que deux Français se mettent naturellement à échanger en allemand...***

Exact ! On me l'a déjà dit en interview aussi, ça n'arrivera pas. Les Français qui vont en Allemagne ont aussi tendance à moins rapidement chercher à comprendre en allemand, ils se débrouilleront. L'Allemand est obsédé à l'idée d'apprendre le français. Je schématise un peu. Et les nouveaux dirigeants allemands qui arrivent dans la chaîne ont pratiquement tous fait avant de venir des cours de langue en intensif, dans le pays, en immersion pour vraiment parler le français. Les Français...pas tous...certains comme le directeur de la gestion l'ont perfectionné...mais il parlait déjà allemand avant. C'est tout de même quelque chose de très apprécié par « la base » lorsque les dirigeants sont bilingues.

***Pour conclure, pensez-vous que les choses auraient pu être structurellement différentes ? Cette structure tripolaire très particulière, assez lourde...c'était la seule solution ?***

Je crois oui. Mais effectivement Strasbourg est un peu symbolique, une institution européenne et géographiquement européenne. Est-ce qu'on aurait pu faire la chaîne sans ces pôles-là...je dirais que c'est compliqué à cause de notre statut de service public. Il fallait avoir cet ancrage dans le service public en France et en Allemagne, être proche d'ARD et ZDF...avec une autre structuration, ça aurait été compliqué.

*Je vous remercie pour cet entretien.*

**Nicolas Becker**

**Responsable du service linguistique**

**Interview du 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg**

*Une première question : Quelles sont les différentes manières d'aborder le problème du multilingue chez ARTE ? Le sous-titrage, le voice-over...*

Tout d'abord je dirais qu'il ne s'agit pas d'une barrière mais plutôt d'un défi, c'est-à-dire que nous cherchons toujours à trouver une solution qui convienne tant en matière de communication interne qu'externe. Nous veillons donc, lorsque des collaborateurs se rencontrent – et que ces collaborateurs sont des Français qui ne parlent pas l'allemand ou des Allemands qui ne connaissent pas le français – à mettre à disposition des interprètes qui assurent une communication soignée et fluide. Cela a souvent lieu en cabine d'interprétation, que nous avons ici à ARTE, mais aussi en externe, à ARTE France ou ARTE Deutschland, voire même ailleurs lorsqu'a lieu par exemple une réunion à Cologne... Nous envoyons nos interprètes du Service linguistique sur place avec un système mobile.

Notre objectif est de faire en sorte que, dès que le besoin s'en fait ressentir, les employés d'ARTE puissent disposer d'une version française et d'une version allemande. Nous ne faisons pas plus de deux langues, parce que tout devient tout de suite plus compliqué. A partir de trois interprètes, les choses sont plus difficilement réalisables. Ce n'est parfois pas seulement trois interprètes en action, tout se démultiplie très vite, c'est pourquoi on reste sur du franco-allemand. Mais à chaque fois que le besoin est là, nous le couvrons et faisons éventuellement appel à des collaborateurs externes lorsque nous avons déjà trop de travail en interne. Notre objectif principal est vraiment de faire en sorte que l'interprétation en allemand et en français soit assurée à chaque fois.

Il en va de même pour les textes écrits : tout ce qui doit être traduit ici à la Centrale, mais aussi à Paris et dans les différents établissements côté allemand (plus particulièrement à ARTE Deutschland) nous est envoyé. Je parle ici de textes factuels, comme les rapports des contrôleurs de la gestion par exemple. Ce sont des documents rédigés à Paris ou Baden-Baden qui convergent vers Strasbourg. Nous les traduisons et leur renvoyons. Nous traduisons tout ce que la direction des programmes développe en termes de stratégie, les documents du Comité de gérance, qui doivent toujours être en bilingue, les protocoles de chaque réunion. Nous devons tout proposer dans les deux langues. Idem pour la communication interne, les

textes pour la presse ou le web. Nous avons donc besoin de personnes très compétentes dans divers domaines : finance, technique mais aussi musique classique ou toute autre forme artistique. C'est ce qui rend le travail intéressant : personne n'est cantonné à un domaine précis. Nous traduisons, interprétons et suivons aussi les émissions.

Différentes émissions sont produites à Strasbourg, comme les *Soirées Thema*, qui doivent être voice-overisées. Il y a un réel impératif de réactivité. Les *Thema* sont tournés le lundi et l'émission est diffusée le mardi. Les sujets étant souvent très actuels, il faut pouvoir réagir à court terme. Concernant l'info, il faut également être très réactif. Nous optons pour un travail avec des interprètes car ils sont en mesure de procéder aux modifications dans les différentes langues très rapidement. Ils n'ont pas besoin de passer par une base écrite. Ces interprètes spécialisés dans les médias ont été formés et ont des compétences dans plusieurs domaines : voix, résistance au stress, adaptation aux locuteurs, etc. Les aspects artistiques jouent aussi un rôle important.

Autre volet, les émissions en direct : nous avons par exemple une émission à Matera en août, et là nous avons besoin d'une équipe complète d'interprètes qui peuvent gérer trois langues : italien, français et allemand, avec plusieurs présentateurs et invités. Là, nous travaillons avec des équipes sur place qui assurent la voix à l'antenne et la compréhension entre présentateurs.

Ce sont donc, rapidement résumés, les trois axes du travail du service linguistique. 70% à 80 % du travail concerne la traduction écrite, 20 % l'interprétation interne et 10% les émissions. Une émission interprétée nécessite souvent un temps de préparation important.

L'équipe à ARTE Strasbourg est composée d'Allemands et de Français. C'est, je le pense, ici que le cœur d'ARTE bat vraiment. Peu de diffuseurs ont un service linguistique, ils n'en ont pas besoin. Ici, cela est nécessaire car nous travaillons quotidiennement avec deux langues et deux cultures. Le Service linguistique ne relève pas du cœur de métier de la chaîne mais s'inscrit dans son ADN pluriculturel et plurilingue. Les Allemands qui travaillent au Service Linguistique vivent en France depuis des années, ont une grande connaissance de la culture française et de la langue française. Et les Français ont tous vécu en Allemagne. Ce n'est donc pas seulement une question de langue, c'est aussi et surtout une question de culture. « Quand dois-je donner une explication supplémentaire dans mon texte parce qu'autrement, le Français ne comprendra pas, comment dois-je le faire, avec quelles références culturelles ? » Il est nécessaire de naviguer entre les deux cultures, les deux langues : c'est vraiment passionnant. Si la traduction automatique et l'intelligence artificielle ont évolué, ces aspects, les



algorithmes ne le comprennent pas. Ils combinent des traductions existantes, et le résultat peut parfois être plutôt correct, mais l'humain reste indispensable pour effectuer une bonne traduction.

***Un sujet typiquement français risque de ne pas intéresser les Allemands, ou le rendre complexe à aborder, dans ce cas, que faites-vous concrètement ?***

Nous savons qu'il y a des sujets qui fonctionnent bien en France ou en Allemagne car ils suscitent plus l'intérêt. Que pouvons-nous faire ? À notre niveau pas grand-chose, si ce n'est d'introduire certaines informations ou références pour mieux guider le public. On doit adapter. C'est un travail linguistique mais aussi éditorial. Nous travaillons main dans la main avec les chargés de programme, pour les sensibiliser à ces aspects. Si un sujet est de facture trop allemande ou trop française, il sera difficile de susciter l'intérêt de l'autre public. Dès la préparation des teasers, il est possible de travailler sur la langue pour toucher le public.

***Et à propos de la traduction des titres ?***

Nous traduisons rarement les titres. Ce sont les chargés de programme strasbourgeois qui s'en occupent. C'est une de leurs missions, et c'est la raison pour laquelle ils doivent eux aussi savoir naviguer entre les deux langues. La culture du titre est très différente entre la France et l'Allemagne. On le voit dans le cinéma : en Allemagne il y a beaucoup de titres de films américains qui ne sont pas traduits. Les titres sont parfois aussi très explicatifs avec des éléments de description. Si l'on traduisait cela mot pour mot en français, ce serait une catastrophe, les gens ne comprendraient pas. Les habitudes culturelles sont donc importantes. Les Français aiment les titres qui sont un peu artistiques, ça ne les dérange pas. Parfois, on ne sait même pas quel film on va regarder, alors que côté allemand on a déjà découvert la moitié du film via le titre...

***Pourquoi n'y a-t-il que peu d'émissions à double modération, franco-allemande ?***

Nous l'avons déjà fait. Dans ce cas-là, nous avons besoin de deux interprètes. Parfois, ARTE fait aussi appel à des journalistes ou des speakers pour doubler les voix de présentation. C'est une autre possibilité. Avec deux présentateurs de langues différentes, nous travaillons avec deux interprètes pour les deux versions linguistiques. C'est une configuration plus compliquée car un des présentateurs est en version originale et l'autre en *voice-over*. Le résultat peut parfois paraître artificiel pour le public.

Aujourd'hui, l'émission quotidienne d'information ARTE Journal est présentée en langue originale dans deux éditions distinctes et cela fonctionne plutôt bien. Dans toutes les études qui ont été faites, les versions *voice-overisées* ne constituent pas une plus-value pour les téléspectateurs. Je crois qu'ARTE ne veut plus nécessairement afficher trop ostensiblement un côté franco-allemand à l'antenne.

***Il existe pourtant une émission, Xenius, que je trouve très intéressante, bien qu'elle ne soit qu'en allemand, elle est très franco-allemande, car il y a quelques touches de français, et l'un des modérateurs est Français.***

En effet, Pierre Girard est français. Ce qui est intéressant à souligner, c'est que beaucoup prétendent que le *voice-over* peut constituer une gêne. À ma connaissance, aucune étude ne l'atteste. D'ailleurs, *Xenius* est le contre-exemple parfait : c'est une émission entièrement en allemand et donc *voice-overisée* pour l'Hexagone, et elle fonctionne mieux en France qu'en Allemagne. Donc le message est clair pour moi : c'est une question de contenu. La forme est importante, mais le *voice-over* joue un rôle secondaire.

***Et la concurrence est aussi plus rude pour Xenius en Allemagne qu'en France...***

C'est vrai. En France, lorsque *Xenius* est sorti, il y avait moins de formats consacrés à cette thématique. Il y en a bien eu un ou deux, je pense à *C'est pas Sorcier*, un concept similaire, mais plutôt pour les enfants. *Xenius* est principalement regardée par les adultes. Cela explique aussi en partie pourquoi *Xenius* marche mieux en France qu'en Allemagne.

***Comment fait-on le choix de tel ou tel outil de traduction : sous-titres, voice-over... ?***

C'est dans tous les cas en réponse à des questions artistiques et financières. Nous ne travaillons d'ailleurs pas le sous-titrage ici au Service Linguistique. Le *voice-over* coûte lui plus cher, parce que nous avons besoin de plusieurs voix. Les personnes doivent toutes se rencontrer au même endroit au même moment. Les choses vont certainement changer ; il y a déjà des solutions avec le *Cloud* par exemple... Pour le *voice-over*, nous avons besoin d'un ingénieur du son, d'un rédacteur...lorsque l'on regarde l'équipe que cela implique, cela fait beaucoup.

On disait avant que le *voice-over* était une meilleure solution mais aujourd'hui, avec la consommation de contenus en nomade sur tablettes et smartphones, les gens apprécient les sous-titres. Le sous-titrage n'est donc plus une solution d'urgence, elle est plutôt bien

accueillie. Si tout devait être *voice-overisé*, en particulier sur le web, les coûts seraient extrêmement élevés.

Pour quelqu'un qui a des affinités avec les langues, le *voice-over* intéresse moins, parce qu'il aime entendre l'original. Mais quand un *voice-over* est bien fait, je trouve le résultat très agréable.

Une chose que j'ai oublié de mentionner : avec certains films et contenus, le sous-titrage peut nuire au confort visuel. Le *voice-over* sera le bienvenu quand un documentaire ou un film est fort en termes d'images. Je me souviens avoir regardé un film documentaire, *El Sicario, Room 164*, à propos d'un tueur à gage au Mexique. Tout se déroule dans une chambre d'hôtel, l'homme est assis, on ne voit pas son visage, il est masqué. Le sous-titrage n'enlève donc rien à l'aspect visuel plutôt pauvre.

***Une dernière question sur ce rapport à l'artistique : il existe en France et en Allemagne tellement de différences...les Allemands préfèrent-ils les voix féminines ou masculines, ou autre chose peut-être ? Y a-t-il de réelles différences à ce sujet ?***

Théoriquement on essaie de respecter le genre des voix. Cela concerne bien évidemment le cinéma, les films documentaires. Pour l'info c'est moins pertinent, mais on peut dire que les Allemands sont moins sensibles à cela que les Français. Lorsque l'on regarde les *Tagesthemmen*, si quelqu'un est en Syrie par exemple, qu'il fait son reportage sur place, qu'il a filmé et monté, il fera tout : le commentaire, la voix-off, les interviewés – hommes, femmes, enfants...et ça ne gêne absolument pas. En France c'est moins le cas, je vois une différence. La question est en fait simple : est-ce que la voix est agréable ou non ? Est-ce que le ton est adapté ? Pour prendre un exemple un peu extrême : Si nous avons un homme, qu'il est *voice-overisé* par un autre homme, mais que la voix n'est pas agréable, mieux vaut avoir une belle voix de femme, et inversement.

***Je vous remercie pour cet entretien.***

**Emmanuel Tourpe**

**Responsable de la Programmation des Antennes linéaires et non linéaires**

**Interview du mardi 16 avril 2019, ARTE GEIE, Strasbourg**

*Comment parvient-on à mettre en place ces programmations – linéaire et non linéaire – à destination d'un public si large ?*

D'après vous, quelle est la maîtrise et l'expertise numéro un qu'il faut avoir ?

*Dans le cas précis d'ARTE, bien connaître le paysage audiovisuel de l'un et de l'autre pays...*

Il s'agit en effet d'une expertise importante, mais je ne pensais pas à celle-là, vous me parlez d'un élément de contexte concurrentiel, et donc un élément d'offre. On aurait en fait une partie de la réponse dans les quatre mots clés de ma direction : bienveillance, collaboration, public et numérique : il s'agit d'une maîtrise des publics, une connaissance extrêmement fine des publics. Les fondements, la règle d'or, l'expertise première de toute programmation c'est une extrême bonne compréhension de deux choses : les publics, et l'offre dont vous parliez vous-même.

Et on dit bien *les* publics et non le public, par exemple, ici, on est en train de développer un certain nombre de travaux pour être capables de savoir qui regarde quoi de manière très précise, en HbbTV (les télévisions connectées) et à quelle heure. Je fais analyser la même chose par tranches d'âge sur Facebook, sur Youtube, puisque j'ai envie de savoir à quel moment de la journée précise de l'information est consommée par les gens entre 55 ans et 65 ans, sur quelle durée, et quelles sont leurs préférences.

Il faut vraiment une maîtrise, non seulement des publics en général, mais des usages, des motivations, et des catégories socio-professionnelles. Ce sont les trois clés fondamentales à connaître pour des publics, et vous ne trouverez pas ça chez tout le monde, c'est-à-dire que beaucoup se concentrent uniquement sur les catégories socio-professionnelles : quel est l'âge, le sexe, le travail. Nous le complétons par deux éléments fondamentaux qui sont tirés d'une grande théorie universitaire médias qui s'appelle *Uses and Gratification Theories*, chez McQuail, qui est une grande théorie qui indique qu'en média, ce qui est important, ce sont les usages et les motivations, c'est-à-dire les raisons pour lesquelles on consomme du média.

Ce qui est important, c'est de savoir qu'en programmation, c'est tout un art de mettre en rapport une offre dans un paysage que l'on connaît à des publics dont on connaît non seulement les catégories socio-professionnelles, mais aussi les usages et les motivations. Cela fait beaucoup de choses en une seule phrase, mais beaucoup de ces éléments ne sont pas respectés dans beaucoup de médias.

Les usages et les motivations des publics, de nombreux médias les oublient complètement et continuent de saucissonner le public uniquement en fonction de leur âge.

*À propos de ces questions d'usage, puisqu'on s'adresse à des Français et des Allemands...*

Plutôt à des Européens, n'oublions pas que l'on déborde en Belgique, Suisse, et qu'avec ARTE Europe, qui est une de nos stratégies, on s'adresse à toute l'Europe finalement...

*Effectivement. Et d'autant plus avec l'offre numérique. Mais concernant la télévision linéaire, on peut s'interroger sur la question de l'esthétique : il faut être capable de toucher l'imaginaire de publics variés...êtes-vous confrontés à cette problématique ou le travail d'équipe bi- voire internationale simplifie les choses ? Vous évoquez en outre la notion de tranche d'âge, ARTE développe-t-elle une stratégie de rajeunissement de ses publics ?*

Alors, vous venez d'utiliser un terme typiquement sociologique : *les imaginaires*, un vocabulaire que je laisse à la porte. On a une *expertise* des usages et de la consommation et des motivations. Ce qui se passe, c'est qu'on essaie à la fois de produire et de programmer pour les publics numériques de manière à les toucher là où se produit leur acte de consommation, et ce qui suscite leur acte de consommation, ce qui le motive et ce qui le renforce, il ne s'agit donc pas d'*imaginaire*, c'est vraiment une logique de marketing, de consommation – et il faut oser le mot – de fidélisation. Cela peut être très étonnant dans une chaîne culturelle comme ARTE mais fondamentalement, il n'y a pas d'*imaginaire* particulier sur les publics du numérique. Il y a des connaissances approfondies, expertes et professionnelles de la manière dont ces publics fonctionnent, et on va pouvoir les rejoindre et les toucher dans nos contenus. Ce n'est donc pas une question d'*imaginaire* mais d'*expertise*.

Deuxième point : Sommes-nous dans une stratégie de rajeunissement...il faut être nuancé. D'abord c'est parce que la télévision vieillit elle-même, donc tout simplement être présent dans le numérique. Plutôt qu'une stratégie de rajeunissement, c'est une stratégie d'évitement de vieillissement du public. Or le public d'ARTE vieillit très vite en télévision. Juste avec le développement de la stratégie numérique, il s'agit d'éviter ce vieillissement.

D'autre part, il est clair que sur les programmations numériques, en fonction des supports, par exemple Youtube, on arrive à toucher naturellement des publics qui ont des usages numériques qu'on ne pourrait pas toucher en télévision. Donc oui, par nature, il y a rajeunissement, mais comme la logique de catégorie socio-professionnelle dans laquelle se trouve la notion de jeunesse n'est qu'une des perspectives que l'on a, ce qui m'intéresse aussi je vous l'ai dit, ce sont les usages et les motivations. Par exemple, ce qui m'intéresse, c'est de toucher tous les publics qui consomment Youtube, ou Instagram. Par nature je regarderai l'âge, mais la question c'est d'abord de les toucher sur un support et sur un usage. C'est plus large que de seulement se dire « on va rajeunir. » Le premier effet est que ça évite le vieillissement de la télé, mais on n'est pas obsédé du « jeunisme », on est obsédé par le fait de toucher le public là où il se trouve. C'est en fait une autre logique, une autre approche. Avec des logiques différentes entre le numérique et la télévision, soit avec des contenus complémentaires, ou alors par exemple lorsque j'ai une série en télévision, je fais tout pour l'avoir en *binge viewing* en numérique avant, et finalement, je me fiche d'avoir moins de public en télévision. En général ça ne cannibalise de toute façon pas la télévision, sauf à la marge. Simplement aujourd'hui, personne ne regarde une série par épisode. On a créé des comportements dans lesquels, quand il y a une série, il faut que tous les épisodes soient là. Alors, pourquoi en mettre deux par semaines en numérique ? On essaie de tout faire pour qu'avant même la diffusion télé, tous les épisodes soient disponibles en numérique, car c'est cela se coller aux usages. Est-ce que ça rajeunit mon public ? Oui. Est-ce que c'est mon objectif ? Peut-être. Par contre, ce qui est certain c'est que c'est aujourd'hui comme ça que c'est consommé, et que c'est comme ça que je touche le public.

***Et là se sont des usages que l'on retrouve tant en France qu'en Allemagne ?***

Oui, absolument. Avec quelques usages un petit peu différents, il y a quelques petites différences de comportement, de consommation. En Allemagne, la *Fire TV*, un boîtier d'Amazon, est très utilisé là-bas. Par contre en France on a *Free*, on a *Orange*, des choses qui sont très peu utilisées en Allemagne.

***J'avais prévu de vous demander si ARTE est une télévision de l'offre ou de la demande, mais si je vous comprends bien, je devrais simplement parler des offres en utilisant ainsi le pluriel...***

Si vous laissez tomber cette question c'est effectivement que vous m'avez compris, mais je ne vous cacherai pas qu'il y a une culture d'entreprise dans la maison, qui date des origines, dans

lesquelles il y a une posture de télévision de l'offre, qui est une posture que je qualifierais d'hémiplégique, manchote. On est une télévision de l'offre qui forcément vise à toucher les publics, par contre, ce qui est une certitude, c'est que ce n'est pas les modes de consommation des publics qui pilotent notre offre. Nous mettons en rapport les deux, c'est une polarité.

Vous savez, on sait très bien comment on fait de l'audience, c'est Eros et Thanatos, c'est très simple à faire, vous n'avez qu'à flatter les bas instincts. Mais ici, ce n'est pas cela qu'on fait, on essaie de susciter la curiosité, de toucher les usages, d'être en plein dans les motivations, et surtout, de raconter des histoires qui vont capter l'attention. Ici, c'est l'audience qui est un bon serviteur et un mauvais maître.

***On a souvent catégorisé ARTE comme une chaîne de l'élite, est-ce que ça lui porte préjudice, essayez-vous de vous détacher de cela ?***

Il y a une certitude : ARTE ne cherche pas à exclure des publics. Donc si par chaîne de l'élite vous voulez dire qu'on exclue des publics, la réponse est non. Si par chaîne de l'élite vous entendez une chaîne qui a des contenus qui sont exclusifs, qui sont des contenus d'un niveau qualitatif original dans le marché concurrentiel, c'est-à-dire qui ne fait pas de concession sur la qualité, qui ne fait pas de concession sur des formes et des sujets...alors peut être sommes-nous dans l'élite...

Très clairement, ce ne sont pas des contenus *mainstream*, c'est-à-dire que ce ne sont pas des contenus qui sont destinés à être d'un accès à ce point universel que n'importe qui peut entrer dedans sans aucune exigence, sans aucune attente, et juste pour passer le temps. On ne fait pas de l'*entertainment*. Et on n'utilise pas de règles qui sont très faciles d'accroche instinctive pour capter un maximum. Il y a d'une certaine façon un contrat qui est passé avec le public, qui est de dire « vous devez avoir, pour nous regarder, un minimum de curiosité et un minimum d'attention à prêter. » Ça c'est un contrat qui est passé, que les autres chaînes ne passent pas. Si c'est cela que vous appelez élitiste, dans ce cas on est d'accord. On a passé ce contrat, on n'est pas juste là, à se vendre. C'est un contrat tacite qui fait qu'on n'est pas destiné à des *couch potatoes*, on n'est pas destiné à gens qui veulent juste se vider la tête, ça, ça ne marche pas. Mais élitiste au sens « d'empêcher les gens d'entrer », non, parce qu'en permanence on cherche du *story-telling*, en permanence on cherche à être accessibles, en permanence on cherche à marquer, à attirer l'attention. On n'est pas une chaîne ésotérique, une franc-maçonnerie culturelle ou je ne sais quel club de golf où il faut être milliardaire pour entrer, ce n'est pas ça.

### ***Est-ce que le support numérique vous fait repenser le linéaire ?***

Parfois. C'est arrivé, parfois ça me met à l'aise. Certains programmes qui sont plus pointus, ou qui sont sur des cibles plus particulières, qu'il y a dix ans on aurait forcément mis très tôt, parce que sinon le travail fait était perdu, là je suis à l'aise de le mettre tard parce que ça correspond plus au public tardif, à partir du moment où j'ai les droits numériques, où je sais que de toute façon je toucherai les publics autrement. Parfois ça peut redistribuer la manière de faire. Parfois aussi je suis extrêmement à l'aise de pouvoir mettre en numérique avant, simplement pour créer du bruit, et que la diffusion linéaire apparaisse comme un évènement.

### ***Mais le numérique est aussi une nouvelle forme de concurrence...***

La théorie est que non. En tout cas dans une même offre, la théorie est qu'on ne se cannibalise pas, parce que les publics ont de toute façon des usages différents. Je regarde toujours à la fois le résultat numérique, à la fois le résultat des *leaders*. Ce qui change c'est ceci : en télévision on sait où notre vrai concurrent se situe. On le sait aujourd'hui, d'un point de vue cognitif, les gens regardent rarement plus de neuf chaînes. Même s'ils en ont trois-cent, ils font le choix à peu près entre neuf chaînes, ça veut dire qu'en télévision pure vous avez neuf concurrents, vous êtes la dixième. Dans le monde numérique vous avez en moyenne trois millions de concurrents. Ça veut dire que la bataille pour la notoriété devient décisive. On n'est plus la chaîne numéro sept dans le numérique, et donc il faut se battre infiniment plus qu'en télévision pour aller chercher les publics, ce qui crée de nouveaux métiers. Il faut passer de métier de *broadcaster* à un métier de *broadcatcher*, c'est-à-dire de passer de diffuseur à acquéreur de publics et d'attention. Ça change complètement le métier, ça veut dire que la polarité, l'axe, doit être mis sur la conquête des publics. Il faut investir énormément de ressource dans ce que l'on appelle le *outreach management*, le *community management*. Il ne suffit plus de diffuser, on doit être un diffuseur qui mérite l'attention. Ça veut dire bien plus que de faire simplement de la publicité ou du marketing, ça veut dire aller chercher les publics.

### ***Pour revenir à la programmation linéaire, il existe des émissions qui fonctionnent bien en Allemagne, moins bien en France, et inversement, comment parvient-on à rééquilibrer les choses ?***

Alors, il y a plusieurs manières de faire, ou d'assumer la question. Comment pensez-vous que l'on fait ?



***En termes de contenus, je dirais toujours contextualiser pour l'autre, celui qui pourrait ne pas comprendre...***

La panoplie d'outils est en fait assez large. Soit on décale les programmes, j'ai par exemple eu un programme sur l'histoire de la Namibie allemande, qui va beaucoup intéresser les Allemands, dont les Français n'ont a priori absolument rien à faire. Je ne vais pas les mettre aux mêmes heures. Je vais le mettre tard en France, tôt en Allemagne. Le problème c'est que cette solution, c'est finalement un fusil à un coup, si vous l'utilisez systématiquement, vous n'êtes plus une chaîne, vous êtes deux chaînes. Or nous sommes une seule chaîne et pas une chaîne française et une chaîne allemande. Donc je peux le faire de temps en temps, et je le fais, mais je ne peux pas le faire systématiquement.

Deuxième possibilité, qui est à l'entrée, au moment de la commande, de bien vérifier que les programmes – et la Namibie ce n'est clairement pas le cas – valent pour les deux pays, et donc peut être corriger l'éditorial au départ. On a ici les Conférences des Programmes pendant lesquelles on analyse les projets de programmes. Dans un monde idéal il vaut mieux éviter d'accepter les programmes qui ne marchent que dans un des deux pays, et parfois on refuse car c'est trop spécifique à un des deux pays. Mais ce n'est pas toujours faisable non plus, car plus vous êtes abstraits, et plus vous êtes européen, moins vous touchez localement, il faut avoir une bonne mesure entre les deux.

Il y a d'autres pistes, mettre plutôt au cœur de l'été quelque chose qui marche pas, plutôt qu'au cœur de l'hiver où les gens sont devant la télé.

***Les taux d'audience en France et en Allemagne n'ont rien à voir, ce que l'on jugerait comme « bonne soirée » en Allemagne n'est finalement pas si comparable à une « bonne soirée » en France...***

Il y a une différence effectivement, on est en effet à 2,5 parts de marché en France, et on est autour de 1,1/1,2 en Allemagne. À ce sujet il y a deux choses à connaître, d'abord que la concurrence en Allemagne est infiniment plus féroce qu'en France.

Le deuxième élément important à connaître, c'est qu'il y a cette chaîne qui nous ressemble énormément en Allemagne, *3Sat*, et même *Phoenix*, qui sont extrêmement proches en termes d'offre, même si c'est totalement allemand et non franco-allemand. Si vous ajoutez ces trois offres-là, on n'est en fait pas très loin des résultats d'ARTE en France. Forcément, le public potentiel pour des programmes de haute qualité, qui demandent un peu d'attention, n'est pas

élastique, et rappelez-vous qu'en Allemagne, ARTE partait de presque zéro au début, et en plus, on le sait très bien, on ne sera jamais très grand public, ce n'est pas qu'on exclut des gens, c'est que le contrat tacite qu'on passe avec le public suppose une attention que tout le monde n'est pas prêt à donner.

*Et l'offre non linéaire permet de lisser un peu cette différence ?*

Oui, ça permet en grande partie de le faire, c'est juste. Et là-dessus, on est plutôt pionniers, plutôt bons, donc on a une certaine avance. L'Allemagne avait du retard pour des raisons juridiques, les chaînes de télévision n'avaient pas le droit de faire de *replay*, donc on a pris une certaine avance.

*Je vous remercie pour cet entretien.*

**Annette Gerlach**

**Journaliste et présentatrice de la chaîne ARTE**

**Interview du 19 septembre 2019, ARTE GEIE, Strasbourg**

*Pouvez-vous me parler des responsabilités que vous avez pu avoir au sein de la chaîne ?*

Je fais partie des membres fondateurs d'ARTE, j'y suis en effet depuis 1992. J'avais écrit un article pour un hebdomadaire français sur la naissance d'ARTE et j'ai été embauchée à la suite des entretiens que j'ai pu faire. Je ne connaissais pas grand-chose à la télévision, mais j'écrivais et je connaissais le journalisme. J'ai été attachée de presse pendant deux ans pour les émissions d'information puis le directeur des programmes historique de notre chaîne, Victor Rocaries, m'a proposé de co-présenter une émission avec un européen, Alex Taylor, ici en France. On m'a ainsi poussée devant la caméra, et ça a plutôt bien marché. J'ai fait une émission qui s'appelait *Confetti*. Deux ans plus tard, j'ai présenté des émissions d'information, d'abord un magazine, puis le journal pendant une vingtaine d'années. J'ai été la première à présenter régulièrement des émissions en allemand et en français sans être *native speaker*<sup>1192</sup>, mais cela ne m'a pas dérangée, au contraire, je trouvais cela formidable.

Cela fait donc plus de vingt ans que je m'occupe des *news*, puis j'ai varié mes plaisirs chez ARTE. À l'heure d'aujourd'hui je ne fais que quatre à cinq jours d'information par mois, je fais des reportages, du *coaching* pour mes jeunes collègues et nouveaux présentateurs, ceux qui veulent passer à l'antenne ou améliorer leurs performances. J'ai une émission de discussion européenne, *Square Salon*, qui n'a lieu que deux à trois fois par an. C'est une émission dont je ne suis pas tout à fait sûre de la pérennité, mais avoir un lieu de discussion sur de grandes thématiques était une super idée avant les élections européennes. C'est une émission très compliquée, en trois langues, avec des intellectuels, des chercheurs, des scientifiques, des références dans les domaines que l'on aborde. Je présente aussi depuis plus de quinze ans entre huit et dix grands spectacles en direct par an, pour l'unité culture. Il s'agit de grandes soirées, d'opéras, à Saint Pétersbourg, Paris, Venise, Berlin ou Barcelone...partout où ARTE peut faire de grandes soirées en direct. Depuis trois ans maintenant, et cela représente un tiers de mon temps de travail sur l'année, j'ai un autre contrat avec ARTE France, et ARTE France uniquement, les activités citées précédemment étant sous contrat avec le GEIE de Strasbourg. ARTE France a une filiale, ARTE France Développement. Il

---

<sup>1192</sup> « Locuteur de langue maternelle. »

s'agit de la seule unité commerciale de l'univers ARTE et elle chapeaute ARTE Education, qui distribue une superbe médiathèque interactive pour les écoles : Educ'ARTE. Je suis *die deutsche Verantwortlicherin*<sup>1193</sup>, chargée de développer Educ'ARTE en Allemagne. Je fais cela à temps partiel depuis trois ans maintenant.

***Dans le cadre d'une émission très européenne comme Square Salon que vous évoquiez, il ne suffit pas, pour que le format fonctionne, de parler la langue de l'Autre. Quels sont donc les grands enjeux ? À quoi faites-vous particulièrement attention ?***

Ce genre d'émission plurilingue a toujours été une des montagnes d'ARTE, c'est la raison pour laquelle nous n'avons pas d'émission littéraire par exemple. C'est très compliqué de gérer ce transfert permanent. C'est toute la difficulté de vouloir faire quelque chose d'europpéen, et lorsque l'on m'a proposé de réfléchir à cette émission, je me suis dit qu'il fallait trouver un lieu dans lequel le fait qu'il y ait plusieurs langues et beaucoup de cultures ne gêne pas. J'ai tout de suite pensé aux salons littéraires des 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> siècles, souvent tenus par des femmes d'ailleurs, dans lesquels les voyageurs du monde entier, les artistes, les penseurs, les conservateurs, les juifs, les catholiques, les musulmans de passage, tous se rencontraient pour échanger leurs points de vue. C'est la raison pour laquelle l'émission s'appelle *Salon*.

Nous avons ensuite un autre handicap, celui de la rencontre de plusieurs langues. Cela a toujours été source de problème. Avec le journal, que je connais bien, nous le faisons dans une langue, et utilisons la technique du *voice-over* pour l'autre, puis nous sommes passés à deux journaux, chacun dans sa langue pour en faciliter l'accès. Au sujet de la langue et de cette problématique de l'adaptation, j'ai décidé que les interprètes soient visibles. Le fait de voir ces deux interprètes montre que l'on est dans ce *Babel européen*, puisqu'il y a toujours eu un Allemand, un Français et une troisième langue européenne. Je trouvais cela important de montrer qu'il nous faut aussi un peu d'aide, de sortir des coulisses cet élément principal qu'est la langue si l'on souhaite faire de l'interculturel, assumer l'interculturel. Il faut montrer que cela passe en partie par l'interprétariat.

Cette émission est un défi formidable, le fait de faire venir des gens pour une journée à Strasbourg, des gens de différentes nationalités, de différentes cultures et de différentes orientations professionnelles, pour débattre d'une thématique commune. Mon dernier remède pour faire de cette « faiblesse » une force a été de toujours se rencontrer avant l'émission

---

<sup>1193</sup> « Responsable allemande. »

pour déjeuner. On prend le temps de déjeuner ensemble, on parle, puis on enregistre dans l'après-midi. Et ça marche ! C'est essentiel pour ouvrir l'esprit des autres, qui sont tout de même a priori des invités qui naviguent entre différents univers, qui parlent parfois même plusieurs langues. Cela nous permet d'être un peu « entre nous », et d'ailleurs c'est le plus grand reproche que l'on a pu entendre à propos de cette émission, c'est cette ambiance « entre soi. » C'est vrai que ce n'est pas une émission qui s'adresse à quelqu'un d'unilingue, ou qui n'a jamais ouvert un livre. Comme peut-être d'ailleurs la plupart des programmes d'ARTE, l'on pourrait argumenter à ce sujet...

L'interculturel, je le vis comme une drogue quotidienne, je l'adore, ça m'enivre, je parle l'anglais comme le français et l'allemand est ma langue maternelle. Je vis dans une maison trilingue, j'ai toujours parlé les trois langues à ma fille, je parle tous les jours au travail au moins deux langues et je suis même un peu désolée pour ceux qui n'ont pas accès à ce formidable champ multifacette. Toute notion, vue d'une autre langue, dite avec d'autres mots, comprise dans un autre contexte culturel, change, au moins l'une de ces facettes, et la vie devient beaucoup plus riche.

### ***À propos du journal d'information, tourné deux fois...***

Tourné deux fois mais avec exactement le même contenu, sauf si évidemment une actualité chaude nous force à changer légèrement les choses et que le journal allemand, qui est diffusé légèrement plus tôt, n'a pas pu être modifié. La présentation en direct permet de faire une annonce de dernière minute, dans ce cas uniquement il se peut que le journal ne soit pas tout à fait le même.

À part ce cas exceptionnel ce sont les mêmes contenus. Il est très rare que l'on fasse des modifications, peut-être aussi si l'on traite d'un événement de politique intérieure un peu trop complexe pour l'autre public, mais les reportages, les angles qu'on adopte, tout est fait une seule fois pour les deux publics, et c'est la griffe d'ARTE justement. C'est l'essentiel de cette grille éditoriale interculturelle.

### ***Y-a-t-il au sein de la rédaction des conflits, des négociations... ?***

Absolument ! Et permanentes ! On travaille bien sûr dans un grand calme, d'autant plus que nous sommes maintenant un grand paquebot qui existe depuis plus de vingt-cinq ans. Mais tous les conflits, tous les clichés, toutes les confrontations imaginables entre Français et Allemands ont eu lieu, ainsi qu'avec les Autrichiens, les Suisses, les Belges ou les Grecs, qui

font aussi partie des membres de notre équipe. Nous avons tout eu, et c'est normal ! Les querelles sont très rarement violentes, mais tous les clichés partent d'un noyau réel. Les clichés expliquent des phénomènes plus complexes mais existent bien. Tout ce qui est disciplinés, ordonnés, ponctuels des Allemands, tout le côté fantaisistes, « va-t'en guerre » des Français, ou encore ce fameux « d'abord on tente ensuite on voit si ça tient la route », tout cela existe réellement, et aussi dans les membres de cette rédaction. Avec le temps les choses changent, les gens changent. Moi qui suis là depuis très longtemps, je ne pense pas que l'on puisse dire sans hésitation que je suis Allemande en observant seulement ma façon d'être et d'agir. Je pense me concernant que c'est devenu un tout. Je pioche et je coche dans les deux cultures.

Dans la rédaction, il y a aussi des collègues qui sont avec nous depuis bientôt trente ans et qui sont restés très « à côté du Rhin ». Mais on se connaît, on s'adapte quand on apprend que l'on travaille avec ces personnes. Il y a plusieurs façons de vivre les transferts, et ici on essaie surtout de s'arranger entre nous. Il y a des milliers de transferts ; linguistiques, non verbaux, dans la forme, dans les moyens de communication. On s'adapte en permanence et personnellement je trouve cela formidable. Il est très rare que ces particularités propres à l'interculturel soient véritablement source de conflit. On a appris plutôt en s'inspirant du côté allemand, avec de la discussion, du compromis, où chacun peut dire ce qu'il veut, avec une hiérarchie participative plus que pyramidale. Avec une hiérarchie pyramidale ce serait impossible. La rédaction est vraiment exemplaire à ce sujet. Dans les réunions de rédaction – il y en a deux par jours, une pour le journal de midi, l'autre du soir – tout le monde, que ce soit la personne qui réceptionne les idées, les traducteurs comme les documentalistes, a le droit de s'exprimer, de dire « attention pour mon métier ici c'est délicat » et tout le monde écoute les autres, en particulier ces dernières années. Nous sommes dirigés par une femme, et j'aime souligner cela parce que justement dans le transfert interculturel je trouve les femmes extrêmement douées et il se trouve que notre rédacteur en chef répond à 100% à ce savoir-faire, au fait de mettre du lien interculturel pour que les deux se sentent touchés, compris.

De temps en temps il y a conflit lorsqu'une façon de faire est plus critique, plus cassante, c'est quelque chose que l'on retrouve plus du côté Français et qui peut poser problème aux Allemands. D'autre part il y a une sorte de rigidité des Allemands qui peut poser problème aux Français. Mais on en discute, ce n'est pas un obstacle. De mon point de vue c'est un enrichissement permanent.

***C'est ce qui rend le journal si efficace dans son interculturelité, qu'il reflète si bien l'interculturel ?***

Complètement, et on se permet maintenant de verbaliser cela. Quand une personnalité décède, Johnny Halliday par exemple, nous avons cette question d'en parler ou pas en Allemagne, car c'était obligatoire côté français, mais les Allemands n'ont pas de Johnny Halliday. Il y a eu forte discussion au sein de la rédaction franco-allemande, à savoir si on pouvait le comparer à quelqu'un pour faire comprendre qu'il était si important en France. Le mieux que l'on a trouvé c'est Udo Lindenberg ! Tout en expliquant que c'est encore autre chose bien sûr ! Et donc je ne trouve pas que ce soit une faiblesse, je trouve qu'il faut qu'on l'affiche, parce que les sujets et les angles sont chez ARTE toujours issus d'une sorte de compromis européen, donc de l'interculturalité.

***Une émission très originale, Xenius, reflète particulièrement le franco-allemand avec sa double modération, il est dommage de ne pas pouvoir le voir dans d'autres émissions, pourquoi pas ?***

On a tout fait...pour la présentation des spectacles, quand on a commencé à faire la présentation de grands événements incarnés par quelqu'un – très souvent c'était moi – je présentais en bilingue ainsi : « Guten Abend, Bonsoir, aujourd'hui au programme, im Programm Heute die Zauberflöte la flûte enchanté de, von Mozart ! » on a essayé toute sorte de bi-programmations. Le journal aussi a été co-présenté en franco-allemand pendant longtemps. On a essayé tous les formats de ce côté-là, mais c'est toujours – et c'est horrible à dire – compliqué pour l'accès téléspectateurs. Il y a une toute petite minorité qui se réjouit de ce feu d'artifice de langues et de compréhension, de jeux de mots bilingues ou trilingues, mais les autres, ça les rebute plutôt, parce que ça rend la compréhension moins fluide, et puis il y a ce côté « vous montrez que vous êtes bilingues vous vous croyez meilleurs que nous. » C'est un vrai problème. Il y a quand même une petite tendance depuis maintenant quelques années, d'essayer vraiment de contenter les deux *main-publics*<sup>1194</sup> et de les attraper là où ils sont, *sie da abholen, wo sie sind*<sup>1195</sup>. Aller les chercher sur leurs horaires, ce qui justifie cette histoire du journal tourné deux fois. Mais le journal est aussi tourné deux fois parce que les habitudes télévisuelles ne sont pas les mêmes des deux côtés du Rhin. En Allemagne on consomme de l'info entre 19h et 20h15, en France entre 20h et 20h45. L'idée d'offrir quelque chose au

---

<sup>1194</sup> « Publics principaux. »

<sup>1195</sup> « Les attraper là où ils sont », Annette Gerlach passait ainsi facilement d'une langue à l'autre, sur un modèle similaire à celui de Birgit Gabriel.

milieu de tout ça ne marche pas tant que ça. Il n'y a pas que les audiences, mais on veut être regardés, ce n'est évidemment pas notre seul paramètre, mais c'est quand même important que ce que l'on fait soit vu par un maximum de gens.

J'ai présenté récemment un trilingue, un opéra à Matera, en Italie, un magnifique spectacle en plein air dans la troisième ville la plus vieille du monde. Notre idée était d'avoir une Suisse qui parle allemand, moi français, un Italien en italien. C'était une coopération avec la télévision suisse germanique. J'étais la plus expérimentée dans l'équipe, et je leur ai proposé, sur le même mode que *Square Salon*, de se rencontrer, de se parler en amont. Nous n'avons pas eu le temps de le faire, et j'ai trouvé notre présentation à trois – c'est très personnel – impossible à regarder. C'était vraiment indigeste. Nous nous sommes retrouvés ainsi tous les trois à côté, avec ceux qui traduisent pour les autres, et il n'y avait pas de vraies interactions entre nous. L'avantage de l'interculturel, qui est de se remettre en question, d'apprendre des autres...je ne l'ai pas retrouvé. Il n'y avait que la lourdeur, les différentes façons de faire accolées les unes aux autres. Ce n'était, toujours selon moi, pas bon.

Mais c'était sur le papier une idée européenne formidable. C'est toujours très compliqué de faire des émissions plurilingues. J'ai fait pas mal de partenariats, parfois je parle allemand, parfois français ou anglais, parfois ça fonctionne, mais c'est à la fois une histoire d'alchimie personnelle, et de préparation, pour que tout soit fluide malgré deux univers linguistiques et culturels distincts. Je parlais de ces déjeuners avant *Square Salon* ; c'est quelque chose de capital. Sans cela, tout risque de fonctionner moins bien, et on prend le risque de produire quelque chose de rebutant plutôt que de montrer la force de l'interculturel.

***Et n'est-il pas dommage de faire ce décrochage ? C'était nécessaire à la pérennité de la chaîne ?***

C'est le mot, nécessaire, et pour justifier les deniers publics que nous recevons pour exister et poursuivre notre merveilleuse mission. Personnellement et pour être totalement honnête, j'étais contre depuis le début, comme la plupart des anciens de la chaîne, mais je comprends aussi le pragmatisme et la stratégie d'ARTE. Je trouve cela dommage parce que lors de notre naissance, dire « un programme pour deux pays au même moment », c'était si fort, et ça nous a permis de nous affirmer en tant qu'Européens. Maintenant que beaucoup de choses sont décrochées – il faut le dire, il y a très peu de plages communes désormais – il faudrait dans ce cas vraiment célébrer les moments où nous sommes ensemble. Comme nos grands projets « 24h », avec *24h Jérusalem*, *24h Berlin*...et vraiment produire un message clair disant que



les Allemands, les Français, les Suisses les Belges...tous le voient au même moment. Après on apprend aussi que la plupart des téléspectateurs, en particulier ceux qui consomment beaucoup de séries, se fichent complètement de cette dimension-là. Mais il serait possible de les y éduquer...peut être que nous aurions besoin d'une sorte d'étiquette « vrai produit européen », parce qu'il y en a, vraiment, comme les soirées que je présente en direct...mais même ces soirées sont parfois décrochées. Nous avons fait un opéra à Salzbourg, il a été diffusé à 20h15 en prime-time côté allemand, et 20h30 pour les Français. Et cela engendre aussi des problèmes de présentation...

***L'exemple le plus flagrant de cette problématique de décrochage est l'émission 28'...***

28' est faite, produite, conçue pour la France. C'est ARTE France qui finance cela. C'est une super émission, je la trouve géniale, elle est multi-diffusée après minuit avec des sous-titres, cela représente un travail dingue pour que cela soit diffusé côté allemand, mais c'est à destination des Français, ou de ceux qui s'intéressent à la France. Ce sont souvent des thématiques très ouvertes et mondiales, mais l'angle est toujours français, même s'ils invitent un Allemand. L'ADN d'ARTE est tout de même palpable dans le 28', mais cela reste un produit conçu par et pour les Français, des francophiles en Allemagne à la limite. Mais il existe une sorte de réponse côté Allemagne, c'est *Re* : les reportages. Cela émane de la production allemande pour contrebalancer, parce que *notre late night talk*, notre *talkshow* côté allemand, on ne l'a pas. Mais le 28' reste un produit formidable pour ARTE France. Je regarde souvent l'émission et la trouve très intéressante, mais parce que je suis proche des Français, et francophile...si j'étais une Allemande, dans une ville bien allemande, et qui ne passe pas ses vacances en France...cela ne m'intéresserait pas.

***Et lorsqu'un sujet est très français par exemple, dans l'information, comment traitez-vous la question ?***

C'est plus de travail. Un exemple type, l'on parle une fois par an du sommet de la francophonie ; le concept de francophonie n'existe déjà tout simplement pas en allemand. Ce concept selon lequel il faut entretenir la langue française, dans les relations économiques...tout ce qui se cache derrière le titre « francophonie »...le concept n'existe pas. Donc quand on parle de francophonie, ce sera un Français qui s'en chargera, et pour les Allemands, pour adapter, nous ferons le parallèle avec le Commonwealth britannique, que les Allemands connaissent. Nous passons par là pour expliquer.

L'autre chose importante se passe du côté des traducteurs, qui ont aussi une carte de journalistes par ailleurs, qui sont habitués au traitement de ces sujets, font la version linguistique, relue par le chef d'aide, mais c'est au sein de la rédaction de l'information que tout cela se passe, ce n'est pas le *Sprachdienst*<sup>1196</sup>. C'est une équipe qui travaille avec nous tous les jours, parfois depuis des décennies, et tous connaissent nos expressions. Il ne s'agit pas de traduction linguistique mais journalistique, les traducteurs de l'information font un réel travail de transfert interculturel. Donc pour la francophonie, on est parvenue à la définir. Très concrètement, l'auteur français qui fait le texte, doit penser à faire des phrases un peu longues, pour « rembourrer » le sujet, et laisser de l'espace parce qu'il faut plus de place côté allemand, quand le mot francophonie tombe. Côté Allemand on ne traduit pas, on donne une explication : *Die Zusammenkunft der französisch-sprachigen Länder oder ehemaligen Kolonialstaaten in denen Französisch immer noch gepflegt wird und mit denen Frankreich viele wirtschaftliche Beziehungen hat*<sup>1197</sup>, car c'est ça la francophonie...il y a là un vrai problème „manuel“, dans le sens de *handwerklich*.

Pour les lancements on sait que l'on doit décrire de quoi il s'agit, sans pour autant donner trop d'informations. On a la même problématique avec CDU/CSU en Allemagne, on est obligé en français de dire « l'aile bavaroise du parti de Merkel » ou quelque chose comme ça. Il faut être vigilant, lorsque l'on traite vraiment une thématique nationale, ce qui arrive toujours même si ce n'est pas le gros de notre travail, il faut que l'auteur ait en tête tout ce que les autres ne savent pas. Pour donner plus de place en pensant à l'explication dans l'autre langue, ou prendre le soin de définir quelque chose...nous allons parler de l'affaire Mélançon par exemple, qui fait l'actualité en France, et Mélançon au premier abord en Allemagne, peut-être qu'un tiers le connaissent. Il faudra rappeler ce qu'est la France Insoumise. C'est notre travail quotidien. Et les interprètes travaillent en ce sens tous les jours. Parfois on décide de laisser tomber une information ou d'appuyer une autre, d'ajouter une autre information. Les traducteurs le font de leur propre gré car ils savent ce que vont ou non comprendre les publics de l'autre nationalité. On est au-delà de la traduction, c'est de l'adaptation interculturelle.

Le contexte culturel doit être traduit, c'est toute l'importance dans un travail de journaliste comme le nôtre c'est la contextualisation, c'est vraiment l'essentiel du travail du présentateur,

---

<sup>1196</sup> Le service linguistique.

<sup>1197</sup> L'ensemble des pays francophones ou d'anciens États coloniaux dans lesquels le français est encore cultivé et avec lesquels la France entretient encore de nombreuses relations économiques.

et ce même si on parle de l'Argentine, du Soudan, il faut contextualiser en pensant à tous les spectateurs potentiels.

*Si je vous dis que je trouve la structure en trois pôles efficace grâce à la bonne coordination, mais que le pôle parisien me semble encore trop pariso-centré, et le pôle allemand très éclaté avec l'ensemble des ARTE-Beaufragten dans chaque Land...*

Oui, le vrai *melting pot* est ici à Strasbourg, et les autres ne s'y revendiquent pas d'ailleurs. Il y a à ARTE France très peu de personnes qui parlent allemand, à ARTE Deutschland on retrouve plus de personnes qui parlent français, mais ça c'est dû à l'histoire linguistique de chacun des deux pays. L'OFAJ note par ailleurs qu'il y a désormais plus de personnes françaises désireuses d'apprendre l'allemand que l'inverse, sûrement dû aux universités franco-allemandes, à la situation économique. Mais la demande était plus forte en Allemagne au moment de la création d'ARTE et cela se ressent dans les pôles. Il n'y a qu'à Strasbourg que l'on peut croiser deux Allemands qui se parlent français, tout de même beaucoup moins de Français qui se parlent allemand au passage, mais il n'empêche que l'interculturel a bien lieu ici et tous les jours. Il est très rare que deux Français se parlent allemand, il y a toujours quelques exceptions, des directeurs d'unité français qui auraient reçu un papier en allemand par exemple, et s'ils en discutent avec un autre Français, pour éviter d'avoir à traduire le papier, en parleront directement en allemand, mais c'est une rare exception.

Ce sont les Allemands qui parlent français, mais ils adorent ça ! D'ailleurs les Français nous disent parfois qu'ils aimeraient parler plus allemand et progresser, mais que l'on souhaite toujours parler français...ce qui n'est pas faux ! Nous les Allemands, nous adorons parler français, cela nous procure une sorte de légèreté linguistique très agréable, pour ma part en tout cas, mais beaucoup d'autres le disent.

Par ailleurs, tous les dirigeants de la partie allemande ont fait des progrès fulgurants en français s'ils ne le parlaient pas déjà. Voire même jusqu'à atteindre le bilinguisme. Les dirigeants français qui ne parlent pas déjà un peu allemand, ou ne sont pas mariés à un ou une Allemand.e... les progrès sont plutôt symboliques. Ils disent qu'ils comprennent tout mais ont du mal à s'exprimer...je ne suis pas sûre qu'ils comprennent tout ! Je ne suis pas sûre qu'ils comprennent certaines subtilités, mais effectivement à force de répéter les mêmes mots techniques comme *Programmebeirat*<sup>1198</sup>...ils ont appris à comprendre, mais ils ne font pas de progrès. Ils viennent avec beaucoup d'envie, mais s'arrêtent rapidement sous prétexte que

---

<sup>1198</sup> Comité consultatif des programmes.

c'est trop dur, où justifiant cela en disant que les Français ne sont de toute façon pas bons en langue. C'est une excuse, mais c'est même problème sociétal et culturel car on a inculqué aux Français pendant très longtemps cette barrière mentale, ou en disant que l'allemand pour la langue, les cordes vocales etc. n'est pas compatible avec le français...pourtant un jeune français qui grandirait aux Pays-Bas, je suis sûre qu'il parlerait rapidement près de cinq langues...les cordes vocales n'ont rien à voir avec tout cela !

***C'est aussi parce que Strasbourg est en territoire français je suppose, même si la ville est très européenne...***

Tout à fait ! Bien sûr. Il y a beaucoup plus de gens de nationalité française qu'allemande qui travaillent ici parce que nous sommes sur territoire français. Il y a par ailleurs beaucoup plus de femmes que d'hommes à la centrale et au niveau du management on est à parité, c'est tout de même important de le souligner, ça a du sens pour une entreprise.

***Cela veut-il dire qu'un Allemand peut se sentir un peu expatrié ici ?***

Ça dépend, certains viennent ici pour passer quelques années car ils sont envoyés par d'autres chaînes, alors ceux-là peut-être, mais il y a aussi des Allemands – comme moi – qui se sentent vraiment européens avant tout. Et pour le téléspectateur cela n'a pas d'influence et c'est le principal. On ne sent pas si la production, la présentation, la version linguistique ont été faites à Paris, Strasbourg ou ailleurs...

***À propos des politiques culturelles menées en Allemagne, la différence avec la France est très importante...***

Tout tient dans deux mots : centralisation et fédéralisme. La différence est nette en effet.

***Pensez-vous que la programmation est plus riche côté allemand grâce à la construction fédérale ? Plus représentative du territoire allemand ?***

Pour nous à ARTE, je dirais que non. La France a une excellente histoire culturelle, documentaire, les productions françaises sont très qualitatives. Cependant en Allemagne effectivement grâce à la décentralisation nous avons plus de fonds locaux, parfois c'est plus facile à monter. Certains documentaristes français renommés travaillent même parfois avec la WDR ou la BR pour faire leurs produits pour ARTE, donc tout cela se mélange. Mais le fédéralisme ici n'apporte pas forcément plus de richesse culturelle, et une chaîne comme la WDR ou la BR doit tout de même contenter son public ; la BR le public bavarois par

exemple. Cela peut être un problème, le fait que les produits proposés par l'Allemagne ne doivent pas être trop ancrés localement, parce que sur ARTE ça n'a pas d'intérêt. On ne cherche pas à contenter uniquement les Sarrois ou les Bavarois, mais bien un public large, européen. Et puis nous avons aussi un apport de programme depuis l'Europe, les Autrichiens, les Finlandais, Belges, etc. On ne peut pas dire que parce qu'il y a centralisme d'une part et fédéralisme de l'autre qu'il y a plus de variété dans les produits proposés. Après l'on verra une différence bien sûr entre les apports d'une petite chaîne de l'ARD contre la ZDF, parce que les moyens sont différents, mais ce sont d'autres critères qui jouent un rôle dans la qualité.

*Et l'on a reproché aux Allemands de recycler leurs programmes justement, c'est une question de coûts... ?*

C'est même pire que recycler. Nous, ARTE GEIE, donnons de l'argent pour que l'ARD et la ZDF produisent pour nous. Le programme sera toujours d'abord diffusé chez nous. De superbes séries, par exemple, parfois très prestigieuses, et ARTE les montre en premier, et après en effet elles sont diffusées sur la chaîne qui les avait produites. Un programme comme la série sur Thomas Mann a très bien fonctionné chez nous, avec près de 7% de parts de marché, ce qui est très important pour nous. Les grandes chaînes ne l'ont pas annoncé sur ARTE, mais trois semaines plus tard, une fois diffusé sur la chaîne allemande qui l'a coproduit, ça a été largement annoncé. L'idée pour simplifier c'est qu'ils se servent de l'argent d'ARTE pour combler leur budget, c'est le reproche que l'on entend en effet. Là on devient très irritables mais c'est aussi tout un jeu, auquel je ne participe pas à mon échelle, et tant mieux, cela ne m'intéresse pas. Ils ont parfois des grands projets qui n'ont rien à voir avec ARTE, qui ne sont pas dans notre ligne éditoriale, notre cadre, et ils mettent un petit quelque chose pour nous contenter, pour avoir *den ARTE Zuschlag*<sup>1199</sup>, qui sont parfois des sommes conséquentes pour produire leurs films. Il y a cette façon de se servir de la caisse d'ARTE pour faire leur projet. Et qu'il soit diffusé avant chez nous...que ça ne rentre pas dans notre ligne...ils s'en fichent un peu...c'est vrai qu'ils pensent à leur chaîne d'abord.

On est un enfant politique franco-allemand, depuis le début, on a vu le jour grâce à Mitterrand et Kohl, et on a signé juste avant la chute du mur, car après la chute du mur ça aurait été germano-polonais ou franco-espagnol, mais pas franco-allemand, le « pic » franco-allemand a eu lieu avant la chute du mur et on en a profité, mais cela on s'en rend compte aujourd'hui en

---

<sup>1199</sup> La « taxe » ARTE, l'argent donné par ARTE GEIE.

rétrospective. Côté Allemagne on était mal aimés politiquement, Kohl n'avait pas le droit de dire oui à Mitterrand parce que la culture est une affaire régionale, donc cette chaîne de télévision, aurait dû être validée par les onze Länder de la BRD et Kohl accepté seul d'abord puis a mis tout son poids pour convaincre les ministres présidents de financer cela. Et ARD et ZDF ont toujours perçu ARTE comme un *Stiefkind* imposé, un adopté qu'il faut accepter, il faut faire avec. Côté français ce n'est pas pareil et l'impact dans le paysage est tout à fait différent, on n'a pas ARD et ZDF, on ne dépend pas d'autres chaînes, ARTE France est considérée comme une chaîne propre, dans la presse française on parle d'ARTE France, et d'ailleurs personne en France ne corrige pour rectifier cela. ARTE France est perçue comme ARTE. Le ou la chef de fiction ARTE France est perçue comme la personne qui fait le cinéma chez ARTE, alors que ce n'est pas vrai ! Il y a ici quelqu'un à Strasbourg, un pendant aussi en Allemagne, il n'a pas tout ce pouvoir pour lui seul. Mais c'est aussi une conséquence de la centralisation.

***Et parce qu'ARTE France est le développement de La SEPT qui a été indépendante et franco-française.***

Exactement ! L'embryon est français, et ARTE reste quand même une belle idée française que les allemands accompagnent.

***Pour finir, j'ai pu rencontrer le terme de malentendus productifs à propos des relations interculturelles, que cela vous inspire-t-il ?***

L'interculturel, on peut le vivre comme un fardeau, un obstacle supplémentaire, ou alors comme un enrichissement, une source d'égayement, un défi intellectuel, l'occasion de se remettre en question...c'est cela que j'entends à travers le terme de malentendu productif...j'aime bien ce terme, selon moi ce serait le fait que deux personnes se disent quelque chose, ne voulaient pas dire exactement la même chose, et le fait de s'en apercevoir et de devoir connecter quelques-uns des connecteurs pour pouvoir avancer ensemble, même si ce n'est pas l'ensemble des connecteurs, c'est un malentendu à la base, mais productif car ça enrichit, ça met dans une position de compréhension, permet de voir plus loin, de comprendre quelque chose qu'on ne comprenait pas, donc ça fait avancer, ça crée du lien entre deux personnes...c'est sûrement mieux que deux personnes qui savent de quoi elles parlent, et n'ont pas besoin de se dire un mot de plus...

Même si l'exemple est très bateau, l'histoire des rendez-vous... le « on se voit à 16h » comprend en général un quart d'heure chez le Français, même s'il existe cependant des Français extrêmement ponctuels ! Ou encore à la fin des dîners en France, et ça je l'ai vécu, quand on vient dîner chez quelqu'un en Allemagne, au moment où décide d'y aller, on s'en va. On s'embrasse et on part. En France, il y a une troisième mi-temps qui se joue qui peut durer  $\frac{3}{4}$  d'heure ! En tant qu'Allemand on peut se sentir mal, et cela m'a déjà frustrée au début, je n'étais pas contente, c'était trop long. Je voulais partir ! Ce qui est productif c'est qu'à chaque fois ces situations te mettent face à tes propres certitudes et même si cette histoire à l'air anecdotique, cela montre qu'il faut toujours se questionner. Il paraît que l'Homme n'aime pas le changement, mais c'est le changement qui m'a fait arriver à un résultat interculturel, et l'interculturalité me va très bien parce que tous les jours c'est autre chose. Mais entre Français et Allemands le pas n'est pas si énorme, j'ai par exemple des amis qui vivent en Inde, et là c'est autre chose, au bout d'un an ils se sont rendu compte que ça allait être difficile, difficile de créer des liens d'amitiés, à part peut-être avec des Indiens un peu européanisés, occidentalisés. Il est parfois difficile de trouver un terrain commun, c'est plus complexe avec certaines cultures, avec l'amour, le travail, les rites...parfois tout est différent. Entre France et Allemagne on est dans de petits ajustements. Je ne me pose plus réellement la question, mais je sais que je communique avec chaque personne que je croise selon sa « température interculturelle. » Mais je vis cela de façon quotidienne. Arrivé à ce stade, c'est un sport de haut niveau, mais un sport absolument délicieux.

*Je vous remercie pour cet entretien.*

## Tableau récapitulatif d'analyse des JT.

Éditions du 06.04.2020

Journaux télévisés du 06.04.2020	Sujets abordés
TF1	<p>Sommaire (1min15)            Nice : Le port du masque bientôt obligatoire dans le rue (1min59)            Port du masque : Que dit le droit ? (1min31)            Port du masque : l'exemple Italien (1min46)            Déconfinement : Comment les autres pays s'organisent (1min34)            Confinement : Patrouilles renforcées (1min43)            Nouvelle attestation numérique : mode d'emploi (1min36)            Les chiffres du corona. (1min44)            Hopitaux : Des Raisons d'espérer ? (1min42)            Tests Sanguins : Un centre de dépistage pour les soignants (1min37)            Tests Sanguins : Pourquoi sont-ils décisifs ? (2min03)            Traitements : où en sont les essais ? (2min05)            Interview Plateau médecin Infectiologue Parisienne (2min30)            Epidémie : Comment fonctionne le traçage par téléphone ? (2min)            Maladies chroniques : ces patients qui renoncent aux soins (1min48)            Epidémie : Ces entreprises qui redémarrent (1min39)            Après la guérison : le retour au travail (2min45)            La poste : Des volontaires pour renforcer les services (1min48)            #le20tf1vousrépond (2min23)            Coronavirus : la vente en ligne au secours des petits commerces (1min38)            Confinement : L'heure des défis (2min02)            Ma nouvelle vie : Ma famille me manque (2min43)            Vue du ciel : Les châteaux de la Loire confinés (3min11)</p>
France 2	<p>Sommaire (1min05)            Covid-19 Le pire est-il derrière nous ? (1min42)            « Orage Immunitaire » Quand le virus fait dérailler l'organisme (1min25)            Patiente guérie, se reconstruire après le virus (1min54)            Interview plateau : épidémiologiste (2min22)            Seine Saint Denis : Pourquoi un bilan si lourd ? (2min01)            Occitanie : Une région moins touchée que les autres ? (1min51)            Dépistage, l'appel tardif aux laboratoires vétérinaires (1min50)            Interview plateau : épidémiologiste (4min30)            Déconfinement : La stratégie italienne (1min32)            Duplex (1min10)            EHPAD, le drame de Mougins (1min48)            Plateau #onvousrépond (3min20)            Prestations sociales : Les bureaux de poste pris d'assaut (1min44)            Fruits et Légumes, les prix flambent (1min29)            Loyers : des commerçants ne veulent pas payer (1min35)            Plateau journaliste économique (2min16)            Ensemble : Un plâtrier au chevet des patients (2min03)            Personnes âgées : L'épreuve de l'isolement (2min40)            Royaume-Uni : Boris Johnson hospitalisé (1min27)</p>



	<p>Espagne : Hôtels 5 étoiles pour des convalescents (2min54)  Port de plaisance : confinés à quai (2min10)  Vrai ou Fake : La 5G responsable du Covid-19 ? (1min24)  Tour Eiffel, Silence dans les étages (2min10)</p>
<p>ARD  <i>Tagesschau</i></p>	<p>Beraterung des Krisenkabinetts (2min03)  Diskussion über europäische Hilfen (1min38)  Österreich lockert nach Ostern Maßnahmen (1min37)  Bonuszahlung für Pflegekräfte im Juli (30sec)  Jena : Maskenpflicht in Geschäften und öffentlichem Nachverkehr tritt in Kraft (20sec)  Zahl der Reisenden drastisch gesunken (1min28)  Queen hält Ansprache an die Nation (1min40)  Amazon-Mitarbeiter fordern mehr Schutz (1min38)</p>
<p>ZDF  <i>Heute</i></p>	<p>Neue Corona-Maßnahmen der Regierung (2min24)  „Sorge der Verlässigkeit“ Duplex Berlin (2min17)  Corona –Zahlen : Rückgang der Neuinfektionen (53s)  Österreich stellt Lockerungen in Aussicht (1min34)  Queen ruft Briten  Boris Johnson (2min)  Lage in Spanien  Rasante Ausbreitung in den USA  „Es gibt ein wenig Hoffnung“ + Duplex New York (1min22)  Zunahme häuslicher Gewalt  Südafrika und das Virus (1min47)  Folgen der Corona-Krise : Hotels in Sächsische Schweiz (1min47)  Entschädigung für britische Kunden  Profivereine trainieren wieder</p>
<p>ARD  <i>Tagesthemen</i></p>	<p>Corona-Infektion: Britischer Premier Johnson auf Intensivstation verlegt  Duplex, Live aus London : 2min09  Exit Strategie : Österreich will Corona-Maßnahmen nach Ostern lockern (2min31)  Bundesregierung plant Quarantäne für Einreisende und neue Hilfen für den Mittelstand (2min35)  Duplex Live Olaf Scholz, Bundesfinanzminister (6min45)  Der Kommentar : Natalie Amiri (BR) (2min)  Kurzarbeit : Sorgen der Betroffenen (2min35)  KfW-Kredite : Unternehmen mit Insolvenzängsten (2min45)  Weitere Meldungen im Überblick (2min)  Heldin des Alltags : Eine Polizistin (2min21)  Das Wetter</p>

ZDF <i>Heute Journal</i>	Neue Beschlüsse zur Corona-Krise (3min08) Signale der Solidarität“ + duplex Olaf Scholz (6min) Förderlücken bei Hilfsprogrammen (2min31) Corona-Ticker (1min25) Nachrichtenüberblick (2min) Abwehrkräfte stärken (2min48) Nachrichtenüberblick (1min40) Raffael-Schau zum 500. Todestag (2min40)
ARTE France	Situation en Europe : infections, économie (2min16) Violences conjugales en hausse dans le monde (2min06) Situation des migrants et demandeurs d'asile (2min45) Situation au Mexique (1min40) Zoom Mexique (2min35) Rencontres avec deux journalistes photographes reporter de guerre (2min33)
ARTE Deutschland	Mêmes sujets, même hiérarchie

Journaux télévisés du 06.04.2020	Présentation Heure de Diffusion	Durée totale	Temps Plateau	Sujets (PAD) Nationaux	Sujets (PAD) Internationaux
TF1	Gilles Bouleau 20h	52min	13min10	18	3
France 2	Anne-Sophie Lapix 20h	52min	17min26	12	4
ARD <i>Tagesschau</i>	Thorsten Schröder 20h	15min25	4min03	3	3
ZDF <i>Heute</i>	Barbara Halweg 19h	22min36	10min35	2	4
ARD <i>Tagesthemen</i>	Ingo Zamperoni 22h45	30min55	18min35	5	2 Weitere Meldungen im Überblick
ZDF <i>Heute Journal</i>	Claus Kleber Gundula Gause	31min48	17min15	3	1 Corona-Ticker Nachrichtenüberblick (x2)
ARTE Journal France	Mary Labory 19h45	22min	3min29	N/A	N/A
ARTE Journal Deutschland	Nazan Gökdemir 19h10	18min	2min53	N/A	N/A

Éditions du 07.04.2020

Journaux télévisés du 07.04.2020	Sujets abordés
TF1	<p>Confinement : Sanctions et Contrôles Renforcés (1min56)            Bord de mer : Comment faire respecter le confinement ? (1min49)            Point sur les chiffres Covid-19 (1min30)            Belfort, La direction d'un EHPAD écartée (1min18)            EHPAD : à quoi va servir le dépistage massif (1min48)            Coronavirus : à 97 ans, elle a vaincu la maladie (1min20)            Emmanuel Macron : Rencontre avec les soignants de Seine-St-Denis (1min20)            Seine-Saint-Denis : Pourquoi un taux de mortalité élevé ? (2min23)            Tests Sanguins : Qui peut se faire dépister ? (1min49)            Traçage des téléphones : Les Français sont-ils favorables ? (1min50)            Singapour : Le confinement face à une « deuxième vague » (2min18)            Boris Johnson : Une hospitalisation qui inquiète (1min34)            Commerces ; Ils s'organisent pour rouvrir (1min49)            Entreprises : Prêtes pour la reprise ! (2min01)            Droit du travail : Attention aux abus ! (1min49)            Virus La filière lait obligée de s'adapter (1min52)            Port du Havre : Maintenir l'activité à tout prix (2min36)            #le20TF1vousrépond (1min30)            Epidémie : Quand les entreprises du luxe se reconvertissent (1min58)            Ma nouvelle vie : Travailler malgré tout (2min48)            Confinement : l'opéra à la maison (2min40)</p>
France 2	<p>Confinement : le tour de vis des municipalités (1min46)            Sortie de confinement : Par âge, par région ? (1min54)            Duplex (2min42)            Tests sérologiques: sont-ils fiables (1min39)            Duplex (4min49)            EHPAD: Le dépistage a commencé (1min36)            Mulhouse : Réconforter les soignants (2min07)            Témoignage "Les médecins Allemands m'ont sauvé la vie" (3min10)            Interview (1min47)            États/Régions : La bataille des masques (1min35)            Corona Virus : La piscine municipale devient un sas de décontamination (1min51)            Infirmières de campagne : Les routes du réconfort (2min39)            Crises cardiaques et AVC en baisse : l'inquiétude des médecins (1min17)            #onvousrépond (3min23)            Restaurants: ils jouent la carte de la livraison (1min49)            Aides de l'État: Qui paiera la facture ? (1min54)            Boris Johnson en soins intensifs (1min45)            Autriche : La fin du confinement dans une semaine (1min45)            Epidémie : Le tri sélectif déraile (2min04)            Vrai ou Fake : Covid-19 : Les pays touchés par le paludisme épargnés? (1min42)</p>

<p>ARD <i>Tagesschau</i></p>	<p>Coronakrise : Neue App soll helfen Gesundheitsdaten zu übertragen (2min26) Ethikrat fordert offene Debatte über Lockerung der Beschränkungen (1min42) Lufthansa stellt vorübergehend Betrieb bei Germanwings ein (1min21) Corona Pandemie : EU Finanzminister beraten über mögliche Hilfen (1min52) Britischer Premier Johnson liegt wegen Covid-19 auf Intensivstation (1min33) Deutschland will 50 Flüchtlingskinder aus griechischen Lagern aufnehmen (1min33) Missbrauchsvorwürfe in Australien: Gericht hebt Urteil gegen Kardinal Pell auf (1min29)</p>
<p>ZDF <i>Heute</i></p>	<p>Finanzminister diskutieren EU-Krisenhilfen (1min49) Duplex Brüssel (1min) Duplex Rom (55s) RKI veröffentlicht „Corona-Daten“ (1min32) Wie verbreitet ist das Coronavirus (1min42) Diskussion über Lockerung des „Lockdowns“ (1min56) Duplex Lufthansa Frankfurt (1min16) Pflegekräfte aus Osteuropa fehlen (1min29) Duplex London (1min) Wachsender Antisemitismus Wahl in Polen nur per Brief Aufnahme von Flüchtlingskindern Gericht kippt Missbrauchs Urteil Neuer Vorwurf um WM-Vergaben Das Wetter</p>
<p>ARD <i>Tagesthemen</i></p>	<p>Exit-Debatte : Die Sicht der Corona-Risikogruppen (2min56) Virologen zu Herdenimmunität (3min06) Der Kommentar von Mai Thi Nguyen-Kim (WDR) (1min42) Streit um Corona-Bonds: Warum Italien die Hilfszusagen nicht reichen (3min06) Duplex Live aus Brüssel : Markus Preiß (2min30) Germanwings am Boden: Wann springt der Staat bei der Lufthansa ein? (2min45) Duplex (2min23) Michael Immel : ARD Luftfahrtexperte Weitere Meldungen im Überblick (3min21) Heldin des Alltags: Medizinstudentin aus Brandenburg (1min35) Das Wetter</p>
<p>ZDF <i>Heute Journal</i></p>	<p>„Eine Frage der Ethik“ – Maßnahmen in der Corona-Krise (2min45) Duplex : Prof. Peter Dabrock, Theologe und Vorsitzender Deutscher Ethikrat (5min30) Corona-Ticker (2min) Nachrichtenüberblick (2min08) Italien: Weniger Infektionen (2min24) Eu : Streit um Corona-Bonds (2min48) EU-Hilfspaket : Chancen stehen 50:50 Duplex Stefan Leifert (1min06) Nachrichtenüberblick (2min26) Alicia Keys : Musik in Corona (2min58)</p>

ARTE France	Plan de sauvetage économique Européen (2min35) Boris Johnson, Royaume-Unis (1min52) Mesures Covid-19 en Europe (2min) Elections Pologne (2min23) Situation en Iran (2min31) Essais cliniques en France (2min01) Conséquences du Covid-19 sur le cinéma (2min30)
ARTE Deutschland	Même sujets, même hiérarchie

Journaux télévisés du 07.04.2020	Présentation Heure de Diffusion	Durée totale	Temps Plateau	Sujets (PAD) Nationaux	Sujets (PAD) Internationaux
TF1	Gilles Bouleau 20h	52min	12min58	18	2
France 2	Anne-Sophie Lapix 20h	52min	22min	12	4
ARD <i>Tagesschau</i>	Judith Rakers 20h	16min47	3min35	4	3
ZDF <i>Heute</i>	Barbara Halweg 19h	23min17	13min12	4	2
ARD <i>Tagesthemen</i>	Ingo Zamperoni 22h33	30min26	16min26	5	1
ZDF <i>Heute Journal</i>	Claus Kleber Gundula Gause 22h	30min30	16min43	1	6
ARTE Journal France	Mary Labory 19h45	21min	4min	N/A	N/A
ARTE Journal Deutschland	Nazan Gökdemir 19h10	19min46	3min12	N/A	N/A

Éditions du 08.04.2020

Journaux télévisés du 08.04.2020	Sujets abordés
TF1	<p>Charles de Gaulle : Des cas suspects à bord du porte-avions (1min52)            Ile-de-France : Une Mairie impose le port du masque dans les lieux publics (1min37)            Cannes : Des masques et des thermomètre distribués aux commerçants (1min49)            Masques : Les étapes, de la commande à la livraison (1min39)            Confinement : Ces municipalités qui durcissent les consignes (1min41)            Cité de la Rouvière : Comment la vie a changé depuis 3 semaines (1min54)            Coronavirus Un préfet dans la crise (3min15)            Entrée en France : Une attestation obligatoire pour les étrangers (1min21)            Interview plateau Médecin Urgentiste Consultant Tf1 (1min13)            Coronavirus : Une longue convalescence après la réanimation (2min33)            Solidarité : Des avions pour transporter les soignants (2min16)            EHPAD : Des aménagements pour les familles des résidents (1min47)            Epidémie : Le virus est-il sensible à la météo ? (1min32)            La Poste : Bientôt un retour à la normale ? (1min46)            Grande distribution : Des nouvelles règles pour la sécurité des clients (2min02)            En plateau économiste consultant Tf1 : (1 min)            Retour au travail : Comment rassurer les salariés (2min30)            Wuhan La fin des 77 jours de confinement (2min04)            Témoignage : des médecins français dans les hôpitaux de New York (2min06)            Ma Nouvelle Vie : Les sorties et les courses en Famille (2min)            Chantier de Notre-Dame de Paris : un confinement à risque ? (3min35)            Réaction des Français suite au confinement prolongé (33sec)</p>
France 2	<p>Covid-19 : Suspensions sur le Charles de Gaulle (1min12) + duplex (49sec)            duplex : Réanimation, toujours plus d'entrées que de sorties (46sec)            Hôpital de Melun : Les médecins du Sud de la France en renfort (1min59)            Duplex : Aide-soignante décédée en EHPAD (55s)            Document : au cœur d'un EHPAD touché par le Covid-19 (2min27)            Haut-Rhin : Cellule de crise au département (2min05)            Covid-19 : Aider les plus défavorisés (2min05)            Masques : les couturières sur le fil (1min56)            Grande distribution : Des rayons à sens unique ? (1min22)            #onvoursrépond (2min30)            Crise économique : La peur des faillites (2min01)            économiste en plateau (1min02)            Duplex B. Lemaire (4min33)            Vacances d'été : pourra-t-on partir à l'étranger ? (1min33)            Duplex B. Lemaire + intervention d'un journaliste en plateau (4min39)            Wuhan : libérés après 77 jours (1min53)            Duplex Singapour (47sec)            États-Unis : Les milliardaires au secours de la planète (1min40)            Duplex États-unis (Primaires, abandon de B. Sanders) (50sec)            L'oeil du 20h : Des médecins empêchés de travailler (1min47)</p>

	Louis de Funès: Ses grimaces éternelles (2min)
ARD <i>Tagesschau</i>	Diskussion über Lockerungen : RKI-Präsident Wieler warnt vor Unterschätzung des Corona-Erregers (2min12) WTO prognostiziert „schlimmste Rezession zu Lebzeiten“ durch Corona-Pandemie" (2min10) Noch keine Einigung über Konditionen von EU-Finanzhilfen“ (1min49) Trump wirft WHO Versäumnisse im Kampf gegen Coronavirus vor und droht mit Mittelkürzungen (2min06) Arktis ohne Touristen: Kreuzfahrten und Urlaubsflüge bleiben aus (1min22) OPCW macht syrische Regierung für Giftgasangriffe im März 2017 verantwortlich Polnische Justizreform: EuGH stoppt vorerst Gesetz zur Arbeit von Richtern Brand auf der Baustelle des Humboldt-Forums in Berlin (26sec) Lottozahlen
ZDF <i>Heute</i>	Experten erwarten Wirtschaftseinbruch (1min44) Überblick über Intensivbetten (1min44) Todeszahlen in den USA steigen weiter (1min46) Sanders steigt aus / Duplex USA (1min16) Beschränkungen in Wuhan aufgehoben (2min02) Kabinetts beschließt Gutscheine statt Erstattungen (1min34) Obdachlose sind besonders gefährdet (1min31) Streit über Gerichtsreformen in Polen (1min24)
ARD <i>Tagesthemen</i>	US-Demokrat Sanders macht den Weg für die Kandidatur Joe Bidens frei (2min46) Duplex Live aus Washington, Jan Philipp Burgard (2min33) Lockdown-Ende: Wuhans vorsichtige Rückkehr in den Alltag (2min50) Duplex, Kristin Shi-Kupfer, Mercator-Institut für China-Studien (5min08) Krise bei Kulturschaffenden zwingt zu kreativen Maßnahmen (3min13) Bundeskabinetts beschließt Gutscheinelösung für ausfallende Kunst- und Kulturevents (2min33) Der Kommentar Detlef Flintz (WDR) (1min30) Weitere Meldungen im Überblick (2min32) Heldin des Alltags : Die Hamburger Pastorin Imke Sander (1min39) Das Wetter
ZDF <i>Heute Journal</i>	Klinik im Ausnahmezustand (3min04) Corona-Ticker (1m55) Helden der Straße in Corona-Zeiten (2min51) Nachrichtenüberblick (2min39) Überblick : Wie sinnvoll sind die Corona-Bonds (2 min12) Duplex "Morgen ist Durchbruch, Anne Gellinek, Brüssel (1min30) Nachrichtenüberblick Rezession und Börse Lotto (3min09) Corona auf dem Land (2min34)

ARTE France	Situation dans le monde (2min14) Situation économique sociale aux USA (2min32) Récession France/Allemagne (1min56) Position de l'Europe pour aides financières (2min08) Enfants migrants Grecs (2min) Camps rom en Italie (2min35) Théâtre par téléphone (2min34)
ARTE Deutschland	Mêmes sujets, même hiérarchie

Journaux télévisés du 08.04.2020	Présentation Heure de Diffusion	Durée totale	Temps Plateau	Sujets (PAD) Nationaux	Sujets (PAD) Internationaux
TF1	Gilles Bouleau 20h	52min	11min48	19	1
France 2	Anne-Sophie Lapix 20h	52min	26min30	12	3
ARD <i>Tagesschau</i>	Jan Hofer 20h	15min30	4min07	3	4
ZDF <i>Heute</i>	Barbara Halweg 19h	23min08	9min36	4	3
ARD <i>Tagesthemen</i>	Ingo Zamperoni 22h30	30min50	17min17	4	2
ZDF <i>Heute Journal</i>	Claus Kleber Gundula Gause 22h	32min44	14min39	4	Corona-Ticker Nachrichtenüberblick (x2) Überblick Eurobonds
ARTE Journal France	Mary Labory 19h45	20min33	3min58	N/A	N/A
ARTE Journal Deutschland	Nazan Gökdemir 19h10	20min20	3min41	N/A	N/A



Éditions du 09.04.2020

Journaux télévisés du 09.04.2020	Sujets abordés
TF1	<p>Emmanuel Macron : Visite surprise aux chercheurs (0min56)            Chloroquine : Ce traitement qui fait débat (1min35)            Confinement prolongé : Pourquoi les soignants sont pour (1min44)            Confinement prolongé : Comment les Français s'adaptent ? (2min05)            Beau Temps : Le confinement plus difficile à faire respecter ? (1min36)            Epidémie : Quelle durée pour le confinement ? (1min52)            Petites entreprises : Des aides suffisantes ? (2min02)            Café et Restaurants : un secteur au bord de la faillite (2min01)            Tourisme : Les vacances d'été gâchées ? (2min03)            Confinement plus long : Des risques de pénuries ? (1min26)            Entreprise : Une nouvelle organisation pour reprendre le travail (1min50)            Charles-de-Gaulle : L'incompréhension des familles des marins (1min40)            EHPAD : Le premier décès d'une aide-soignante (1min09)            Grand-Est : Un dépistage massif pour les soignants (1min39)            Lozère Pourquoi ce département est moins touché ? (1min50)            Test et Traçage : L'exemple Sud-Coréen (2min35)            Masques : les maires critiqués par C. Castaner (1min35)            Masques 'faits maison' sont-ils efficaces ? (1min35)            SPA Des adoptions par Internet » (1min43)            #le20hvousrepond (1min37)            Ma nouvelle vie : Tous solidaires avec les soignants (2min29)            Jean-Paul Belmondo : Son anniversaire en confinement (1min27)            Vu du ciel Lyon et le Beaujolais (1min46)</p>
France 2	<p>Réanimation : Des lits se libèrent (2min03)            Hôpital de Sarreguemines : Un répit pour les soignants (2min14)            Autorité Régionale de Santé : Au coeur de la cellule de crise (1min59)            Covid-19 E.Marcon consulte le Pr. Raoult (1min31)            Duplex "Macron fait-il le choix de l'hydroxichloroquine ? » (0,46sec)            Soignants l'angoisse des familles (3min14)            Soignants et résidents confinés : le pari gagnant d'un EHPAD (2min01)            #onvousrépond (2min44)            Morgue à Rungis : Des frais qui font polémique (1min32)            Sortie de confinement: des hôtels pour des malades (1min38)            Confinement : révélations sur les déplacements des Français (1min36)            Duplex : soutien à l'économie : un plan d'urgence à 100 Milliards (58s)            Confinement : l'immobilier immobile (1min33) + interview plateau avec un économiste (58sec) #onvousrepond (3min20)            Assureurs/PME : le bras de fer (1min42)            Industrie : ces usines qui redémarrent (3min31)            Louisiane : l'État de tous les dangers (1min41)            Soignants : Les mots pour dire l'épreuve (2min09)            Epidémie : l'élan de solidarité (2min31)            Vrai ou Fake "Les fumeurs moins sensibles au Covid-19?" (1min37)            Confinement: La vie en colocation (1min53)            Confinement : Les rorquals sont de sortie (1min37)</p>

ARD <i>Tagesschau</i>	<p>Bundeskanzlerin Merkel mahnt in Corona-Krise zu Geduld trotz vorsichtiger Hoffnung (2min34)</p> <p>Gericht kippt Osterausflugsverbot für Einheimische in Mecklenburg-Vorpommern NRW setzt Zahlung von Soforthilfen nach Betrugsverdacht aus (1min25)</p> <p>Frankreich verlängert Ausgangssperre (1min32)</p> <p>Knapp 17 Millionen Arbeitslose in den USA</p> <p>Ecuador stellt wegen Corona-Pandemie Hunderte Mediziner ein (1min33)</p> <p>EU verteidigt WHO nach Trump-Kritik (1min45)</p> <p>Kirchliche Vertreter würdigen NS-Widerstandskämpfer Bonhoeffer (1min26)</p>
ZDF <i>Heute</i>	<p>Merkel mahnt zu Geduld (1min48)</p> <p>Politbarometer : Deutsche finden Corona-Maßnahmen richtig (1min35)</p> <p>Heinsberg-Studie liefert erste Ergebnisse (1min32)</p> <p>EU verhandelt über Corona-Hilfe (1min33)</p> <p>Duplex Brüssel (1min02)</p> <p>Corona-Krise : Italien versus Frankreich (1min14)</p> <p>USA – Steigende Arbeitslosigkeit in den USA (1min34)</p> <p>Kriminellen nutzen Krise für Betrugerei (1min23)</p> <p>Das Leid der Musiker und Künstler (1min31)</p>
ARD <i>Tagesthemen</i>	<p>Ostern in Corona-Zeiten : Familienfest ohne Familie (2min48)</p> <p>Heinsberg-Studie macht Hoffnung auf Lockerung der Corona-Auflagen (2min55) Debatte über Lockerung der Schutzmaßnahmen (2min28)</p> <p>Problematische Betreuung von Menschen mit Behinderung (2min47)</p> <p>Tourismusindustrie leidet stark unter den Einschränkungen durch die Corona-Krise (2min45)</p> <p>EU-Finanzminister ringen um Einigung zum Thema Eurobonds (1min55)</p> <p>Duplex Brüssel, Michael Grytz (1min28)</p> <p>Der Kommentar Markus Preiß (WDR) (1min48)</p> <p>Weitere Meldungen im Überblick (3min27)</p> <p>Helden des Alltags : Alleinerziehende (1min42)</p> <p>Das Wetter</p>
ZDF <i>Heute Journal</i>	<p>Maßnahmen zeigen Wirkung (2min31)</p> <p>Erkenntnisse der Heinsberg-Studie (1min59)</p> <p>„Bräuchten schnell ein Manuskript“ Duplex : Prof. Drosten, Virologe (5min33)</p> <p>Corona-Ticker“ (1min54)</p> <p>Nachrichtenüberblick (2min31)</p> <p>Redaktionen in Corona-Zeiten“ (2min33)</p> <p>Nachrichtenüberblick (2min57)</p> <p>Politbarometer</p>

ARTE France	<p>Situation Covid-19 dans le monde « Eurogroupe » (2min03)</p> <p>Situation en Suède (2min30)</p> <p>Gestion de la crise via les applications smartphone (2min37)</p> <p>Ces régimes politiques Africains qui répriment les populations (2min06)</p> <p>Zoom en Côte d'Ivoire (2min25)</p> <p>Cessez le feu au Yémen (1min47)</p> <p>Les besoins du monde de la culture (2min21)</p>
ARTE	Mêmes sujets, même hiérarchie

Deutschland	
-------------	--

Journaux télévisés du 09.04.2020	Présentation Heure de Diffusion	Durée totale	Temps Plateau	Sujets (PAD) Nationaux	Sujets (PAD) Internationaux
TF1	Gilles Bouleau 20h	52min	12min38	21	3
France 2	Anne-Sophie Lapix 20h	52min	17min10	17	1
ARD <i>Tagesschau</i>	Susanne Daubner 20h	15min50	4min18	4	4
ZDF <i>Heute</i>	Barbara Halweg 19h	23min13	10min37	3	4
ARD <i>Tagesthemen</i>	Ingo Zamperoni 22h05	30min08	12min	8	0
ZDF <i>Heute Journal</i>	Claus Kleber Gundula Gause 22h	32min	15min01	4	3
ARTE Journal France	Mary Labory 19h45	20min05	3min35	N/A	N/A
ARTE Journal Deutschland	Nazan Gökdemir 19h10	19min39	3min17	N/A	N/A

Édition du 10.04.2020

Journaux télévisés du 10.04.2020	Sujets abordés
TF1	<p>Notre Dame de Paris : Cérémonie à huis clos (1min32)  Rungis : Le funérarium devient gratuit (1min55)  « L'inimaginable à New York ! (1min56)  Comment la Vénétie a jugulé l'épidémie (2min59)  Plateau chiffres cas de réanimations en France (1min18)  Duplex Chef de service Réa Hop. Bichat, Paris (2min10)  Chloroquine : Que vaut la nouvelle étude du Pr. Raoult ? (2min)  Duplex suite : (1min10)  Aéroports : Les avions au sol ont toujours besoin d'entretien(2min53)  Michelin : La lente reprise du Travail (1min45)  SOS Stations de skis en dangers (2min05)  Journaliste économiste plateau (55s)  Entreprises : Vers des annulations de charges (1min51)  Faut-il réduire les paiements en liquide (1min57)  Déchetteries Fermées : Les décharges sauvages se multiplient'(1min41)  Ecole à la maison : Peut mieux faire (2min59)  Jeux Vidéo : Les grands gagnants du confinement (2min44)  « Chez les gens » (2min55)  Animaux : Quand ils arrivent en ville ! (2min26)</p>
France 2	<p>Pâques : Un week-end sous surveillance (1min56)  W.E. de Pâques : Confinement renforcé en Alsace (1min52)  Duplex Strasbourg (48sec)  Immersion : Continuer les soins pendant le Covid-19 (2min15)  Duplex psychologue (2min35)  Convic-19 : Un château pour accueillir les malades (2min38)  EHPAD : Premiers tests à grande échelle (1min54)  Déconfinement à Paris: A. Hidalgo propose un certificat d'immunité (1min34)  Duplex : Allemagne : la stratégie des tests à grande échelle (1min04)  Duplex Psychologue (1min08)  Covid-19 : L'Amérique 'enfonce dans la crise (1min30)  Duplex : Bruxelles Economie Europe (50sec)  Plan de sauvetage : L'Europe débloque 500 milliards (1min25)  Journaliste en plateau (1min49)  Bâtiment : la lente reprise de l'activité (1min37)  Confinement : Le secteur des pâtes en ébullition (1min52)  Hôpital Necker : Un cassoulet géant pour les soignants (1min39)  Travailler malgré tout : Des enfants de soignants dans mon école (3min09)  #onvousrepond (2min41)  Notre Dame de Paris : Une célébration malgré tout (1min38)  Duplex de Rome pour Pâques : Pâques bouleversé par le Covid-19 (43sec)  Epidémie : La France face au confinement (4min01)  Photo Hebdo (1min38)  Les Beattles(25sec)</p>

ARD <i>Tagesschau</i>	"Corona-Hilfspaket der EU" EU-Rettungspaket geschürt: 500 Milliarden gegen die Corona-Krise (2min03) „Stille Ostern in Jerusalem“ Karfreitagsprozessionen ohne Publikum „Leopoldina-Forscher: Schulöffnungen für ältere Kinder bald möglich“ Diskussion über mögliche Lockerungen (1min34) „Verfassungsrichter belassen Gottesdienst verbot an Ostern in Kraft“ Gottesdiens-verbot bleibt in Kraft. (1min28) Papst erinnert im leeren Petersdom an Tod Jesu (1min32) Osterreiseverkehr findet so gut wie nicht statt (1min33) Polen gedenkt der Toten der Flugzeugkatastrophe von Smolensk vor zehn Jahren (01min49)
ZDF <i>Heute</i>	Eu-Staaten einigen sich (1min39) Duplex Brüssel (55 sec). „Die Erleichterung überwiegt“ „Leere Kirche an Karfreitag“ (1min58) Ostern im Heiligen Land (1min27) Höhepunkt in New-York erreicht? (1min29) Angespannte Lage in Idlib (1min31)
ARD <i>Tagesthemen</i>	Glaubenssache : Gottesdienst in Zeiten von Corona (4min38) Duplex : Heinrich Bedford-Strohm, Ratvorsitzender Evangelischer Kirche (6min05) Der Kommentar Tilman Kleinjung (BR) (1min36) Trauer in Coronazeiten: Reportage einer Bestatterin (3min20) Begegnungen: Am Zaun zwischen Deutschland und der Schweiz (4min50) Weitere Meldungen im Überblick (1min50) Harmonie : Weltweite Aufführung der Johannes-Passion (2min11) Das Wetter
ZDF <i>Heute Journal</i>	Jerusalem Kreuzweg ohne Pilger (2min31) Corona-Ticker (1min11) Alleine an Ostern (2min38) Nachrichten (1min47) Passionsspiele „Absage tut weh“ (2min35)

ARTE France	Situation Covid dans le monde (2min06) Recherches du pr. Raoult (2min07) Hydroxychloroquine aux États-Unis (2min27) Situation Equateur (1min54) Accord trouvé pour aides Financières en Europe (2min26) Relocalisation des productions (2min29) Intermittents du spectacles, cas Berlin (2min31)
ARTE Deutschland	Mêmes sujets, même hiérarchie

Journaux télévisés du 10.04.2020	Présentation Heure de Diffusion	Durée totale	Temps Plateau	Sujets (PAD) Nationaux	Sujets (PAD) Internationaux
TF1	Anne-Claire Coudray 20h	52min	14min54	15	2
France 2	Thomas Sotto 20h	52min	21min35	13	4
ARD <i>Tagesschau</i>	Jens Riewa 20h	14min54	3min26	3	4
ZDF <i>Heute</i>	Barbara Halweg 19h	15min58	6min30	2	3
ARD <i>Tagesthemen</i>	Ingo Zamperoni 21h45	29min45	14min18	4	2
ZDF <i>Heute Journal</i>	Claus Kleber Gundula Gause 22h45	16min	4min23	1	4
ARTE Journal France	Mary Labory 19h45	20min02	3min25	N/A	N/A
ARTE Journal Deutschland	Nazan Gökdemir 19h10	19min45	3min	N/A	N/A

Éditions du 11.04.2020

Journaux télévisés du 11.04.2020	Sujets abordés
TF1	<p>Plages : Résister à la tentation (1min52)                      Londres : Le confinement sans contrôle (1min36)                      10 Jours en réanimation : La vie d'après (2min08)                      Lourdes : Le pèlerinage à distance (3min29)                      Confinement : Le retour des corbeaux (2min23)                      Apple et Google s'allient pour nous faire sortir du confinement (1min56)                      Plateau : Expert cybersécurité (2min52)                      Japon : L'état d'urgence sans le confinement (2min54)                      Italie : Homme, Femme, Chacun son jour (1min39)                      Riverains de Lubrizol : Confinés avec les odeurs (1min56)                      Enfants Handicapés : Le confinement impossible (3min25)                      Chaînes de solidarité : Des repas pour le SAMU social (2min04)                      Entraide : Sauver les horticulteurs (2min42)                      Epidémie : Pourquoi le e-commerce n'en profite pas? (2min42)                      En plateau : Augmentation des prix (1min25)                      Zoom « confiné » Montmartre vu du ciel (4min44)</p>
France 2	<p>26 Jours de Confinement : Tenez Bon ! (1min56)                      Confinés dans un EHPAD : Une expérience positive (2min33)                      Traitements contre le Covid-19 : Quels pistes à l'étude ? (1min53)                      Duplex Karine Lacombe (3min59)                      Covid-19 : Faut-il craindre des séquelles (2min23)                      Suite duplex (2min28)                      Duplex : Test en Alsace, une expérimentation à grande échelle (53sec)                      Déconfinement : Des milliers d'Allemands testés (2min16)                      Duplex Karine Lacombe (1min13)                      Duplex envoyé spécial à Wuhan : Chine, déconfinement à petit pas (47s)                      Duplex Karine Lacombe (1min59)                      Duplex Journaliste frontière espagnole (25s)                      Week-end de Pâques, Les Français dépassent les frontières (2min11)                      Chocolatiers : la chasse aux clients (2min01)                      Aéroport de Roissy : La fret redécouvre (2m33)                      Travailler malgré tout : Un quotidien sous tension (2min16)                      Hôpitaux : ils travaillent dans l'ombre des soignants (2min45)                      Vrai ou Fake : Y a-t-il encore des hôpitaux vides ? (2min03)                      Intervention spécialiste plateau (1min37)                      Confinement : Paroles de parents d'enfants handicapés (2min36)                      Université : Des examens de fin d'années bouleversés (2min09)                      Sports extrêmes: Un triathlon à domicile (1min33)                      Chanson Sting pour clôturer</p>

<p>ARD <i>Tagesschau</i></p>	<p>Bundespräsident Steinmeier hält Fernsehansprache zur Corona-Krise (1min31)  Corona-Maßnahmen: Diskussion über mögliche Lockerungen nach Ostern  Bundesgesundheitsminister Spahn beschließt Finanzhilfen für Mediziner und Therapeuten  Türkische Regierung verhängt Ausgangssperren in 31 Städten (1min45)  Zahl der Todesfälle durch Covid-19 in den USA steigt immer schneller (1min33)  Fast 80.000 Menschen in Großbritannien positiv auf Coronavirus getestet  Italien verlängert Ausgangssperre bis Anfang Mai (1min40min)  Spanien erhöht Präsenz der Sicherheitskräfte (1min20)  Leichte Hoffnung auf Besserung der Lage in Frankreich (1min18)  Stilles Erinnern in Gedenkstätte Buchenwald an Befreiung des NS-Konzentrationslagers vor 75 Jahren  50. Jahrestag nach Fehlschlag von "Apollo 13" (1min31)</p>
<p>ZDF <i>Heute</i></p>	<p>Steinmeier : « Welt wird eine andere sein“ (1min59)  Ostern auf Distanz (1min01)  Hilfe für Therapeuten und Zahnärzten  Zahlungsaufschub bei Krediten  Lange Schlangen beim Ostereinkauf  Ostertrubel auf Wochenmärkten (1min36)  Italien verlängert Beschränkungen  Duplex « Ungeduld wächst » (1min47)  Türkei verhängt kurzfristig Ausgangssperre (1min31)  Duplex in Istanbul (54sec)  Infektionszahlen in Singapur steigen  Stilles Gedenken an KZ-Befreiung (1min54)  Kreuzweg auf dem Petersplatz</p>
<p>ARD <i>Tagesthemen</i></p>	<p>Bundespräsident Steinmeier hält Fernsehansprache zur Corona-Krise (2min51)  Viele ehrenamtliches Engagement und Solidarität in Corona-Krise (3min05)  Verschwörungstheorien um Corona verbreiten sich rasant (3min05)  Wilde Haare: Frisieren in Corona-Zeiten (2min11)  Weitere Meldungen um Überblick (2min)  50 Jahre nach missglückter Mondmission der „Apollo 13“ (1min35)  Das Wetter</p>
<p>ZDF <i>Heute Journal</i></p>	<p>Starke Worte aus Schloss Bellevue (02min42)  Corona-Ticker (1min15)  Wer rettet die Kinder? (2min39)  Nachrichtenüberblick (1min44)  Die Spanische Grippe (3min14)  Die Corona-Woche in NY (3min09)  Nachrichtenüberblick + Lotto + Wetter (1min12)</p>



ARTE France	États-Unis, le pays le plus touché (2min02) Grande Bretagne appelle ses médecins réfugiés à participer (2min28) Confinement, État des lieux en Europe de Corona-Virus (1min59) Confinement et Handicap (3min) Secteur du cinéma, petits cinémas indépendants, Berlin (2min01)
ARTE Deutschland	Mêmes sujets, même hiérarchie

Journaux télévisés du 11.04.2020	Présentation Heure de Diffusion	Durée totale	Temps Plateau	Sujets (PAD) Nationaux	Sujets (PAD) Internationaux
TF1	Anne-Claire Coudray 20h	52min	12min16	12	3
France 2	Thomas Sotto 20h	52min	22min32	12	4
ARD <i>Tagesschau</i>	Thorsten Schröder 20h	16min25	4min22	1	6
ZDF <i>Heute</i>	Barbara Halweg 19h	18min38	10min08	4	2
ARD <i>Tagesthemen</i>	Ingo Zamperoni 23h40	19min45	6min33	3	2
ZDF <i>Heute Journal</i>	Claus Kleber Gundula Gause 22h40	20min36	4min22	1	6
ARTE Journal France	Damien Wanner 19h45	15min06	3min02	N/A	N/A
ARTE Journal Deutschland	Annette Gerlach 19h10	15min14	3min12	N/A	N/A

Éditions du 12.04.2020

Journaux télévisés du 12.04.2020	Sujets abordés
TF1	<p>Le Charles de Gaulle à Quai : l'équipage en quarantaine (2min)                      Interview Contre Amiral surle Ch.d.G (3min22)                      Confinement prolongé : y a-t-il une limite pour les Français ? (2min06)                      Et si les écoles ne rouvraient pas avant septembre (02min02)                      Journaliste en plateau : 01min07                      Immunité collective : la clef du déconfinement (1min46)                      1957/1969 : Les pandémies oubliées (1min50)                      Les imprimantes 3D au secours du personnel soignant (2min37)                      La côte d'ivoire face au virus : l'impossible confinement (3min04)                      Boris Johnson                      États Unis : 15 millions de chômeurs en un mois (2min20)                      Sans activité : Combien de temps les entreprises peuvent-elles tenir ? (1min49)                      Interview plateau journaliste économiste (1min08)                      Tribunaux au ralenti : Comment la justice fait face ? (4min)                      Pandémie : Pâques sous cloche (1min53)                      Malgré le confinement : La chasse aux œufs est ouverte (2min09)                      Des lieux insolites pour vivre son confinement (4min19)                      Défis sur le net : Jamais aussi créatifs (2min12)                      A hauteur de gratte-ciel : New York figée par le virus (3min48)</p>
France 2	<p>Ecoles : La reprise pas avant septembre? (1m55)                      Ecole à la maison : Plus difficile sans ordinateur (2min)                      Duplex : Nathalie Saint Cricq (1min18)                      Retraites : la réforme en suspens (1min32)                      Duplex : Secrétaire Général de la CFDT (2min34)                      Déconfinement : faudra-t-il travailler plus ? (1min38)                      Chômage partiel : vivre avec un salaire diminué (1min52)                      Suite duplex CFDT (2min51)                      Duplex Toulon, Ch. de Gaulle (28sec)                      Retour à Toulon pour le Ch. de Gaulle (1min50)                      Duplex Rome (51sec)                      Fête de Pâques : Un dimanche inédit dans le monde (1min49)                      Confinement : fêter Pâques sans famille (2min02)                      Été : Des vacances incertaines (1min56)                      Duplex Angleterre (1min13)                      Grand-Bretagne : Un confinement ignoré (2min)                      Journaliste Plateau (1min10)                      Documentaire : Violences conjugales et confinement (3min46)                      Duplex Bruno Solo : La voix de l'enfant (3min29)                      Face à l'objectif : l'engagement d'une médecin réanimateur (4min16)                      Bill Gates : Son appel à la solidarité (2min48)                      Rester chez Soi : s'en sortir par le sourire (3min01)                      50aine de secondes en musique pour clôturer</p>

<p>ARD <i>Tagesschau</i></p>	<p>Corona-Virus in Afrika: Experten gehen von hoher Ansteckungsrate aus (1min46)  Papst Franziskus ruft zu internationaler Solidarität in Corona-Krise auf  Tourismus in Italien (3min11)  Forderung nach flächendeckenden Corona-Tests als Voraussetzung für Lockerung der Schutzmaßnahmen (1min56)  Corona-Schutzmaßnahmen in Israel (1min38)  Britischer Premierminister Johnson aus Klinik entlassen  Ausbreitung des Corona-Virus in Russland gestiegen (1min35)  Luxemburgischer Außenminister Asselborn ruft EU-Staaten zu Aufnahme von Flüchtlingskindern aus Griechenland auf  Früherer Formel-Eins-Pilot Stirling Moss gestorben</p>
<p>ZDF <i>Heute</i></p>	<p>„Urbi et Orbi“ im Petersdom (1min34)  Ostergottesdienst auf Distanz (2min01)  Osterfeiern in der Krise (1min41)  Kaum Verstöße festgestellt, duplex (48s)  Diskussion über Lockerungen  Sommerurlaub noch nicht buchen  Johnson aus Krankenhaus verlassen  Musik in Madrid  Coronavirus in Russland (1min42)  Maghreb Staaten im Kampf gegen Corona (1min46)  Label zeigt kaum Wirkung  Sir Stirling Moss gestorben  Chant Eglise Pâques (28s)</p>
<p>ARD <i>Tagesthemen</i></p>	<p>Gespräche über mögliche Lockerungen der Ausgangsbeschränkungen (2min47)  Duplex Malu Dreyer, Ministerpräsident Rheinlandpfalz (5min16)  Coronagefahr in Entwicklungsländern (2min30)  Duplex Bill Gates (9min20)  Weiter Meldungen im Überblick (2min20)  Abschied von Händeschütteln? (2min38)  Das Wetter</p>
<p>ZDF <i>Heute Journal</i></p>	<p>Ostermesse im fast leeren Petersdom (2min41)  Wann kommen die Lockerungen? (2min06)  „Verantwortungsvolle Normalität“ Duplex Armin Laschet Ministerpräsident Nordrhein-Westfalen (6min11)  Corona-Ticker (1min17)  Nachrichtenüberblick (2min)  Ostern bei den Sorben (2min30)  Der aus:blick in die kommende Tage (1min20)</p>

ARTE France	Tour d'horizon Coronavirus et Pâques (2min) Association d'aide aux sans-abris (2min57) Dépistage (1min51) Solidarité et nouvelles technologies en Tunisie (2min31) Covid-19 et spectacle vivant, Berlin (2min29)
ARTE Deutschland	Mêmes sujets, même hiérarchie

Journaux télévisés du 12.04.2020	Présentation Heure de Diffusion	Durée totale	Temps Plateau	Sujets (PAD) Nationaux	Sujets (PAD) Internationaux
TF1	Anne-Claire Coudray 20h	52min	10min31	10	4
France 2	Thomas Sotto 20h	52min	21min56	12	2
ARD <i>Tagesschau</i>	Linda Zervakis 20h	15min58	4min26	1	4
ZDF <i>Heute</i>	Barbara Halweg 19h	17min48	8min04	2	3
ARD <i>Tagesthemen</i>	Ingo Zamperoni 22h45	29min45	21min11	2	1
ZDF <i>Heute Journal</i>	Claus Kleber Gundula Gause 21h50	23min08	12min30	2	3
ARTE Journal France	Damien Wanner 19h45	14min57	2min39	N/A	N/A
ARTE Journal Deutschland	Annette Gerlach 19h10	15min16	3min05	N/A	N/A

## Bibliographie : Ouvrages.

- Abdallah-Pretceille, Martine. *Vers une pédagogie interculturelle*. Exploration interculturelle et science sociale. Paris: Anthropos, 1996.
- Abdallah-Pretceille, Martine et Porcher, Louis. *Éducation et communication interculturelle*. 1re éd. L'éducateur. Paris: Presses universitaires de France, 1996.
- Assmann, Jan. *Das kulturelle Gedächtnis: Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. 7. Auflage. Beck'sche Reihe 1307. München: Verlag H.C.Beck, 2013.
- Bachèlerie, Jean, Vaillant, Jérôme et Deutsch-Französisches Jugendwerk. *40e anniversaire du traité de l'Elysée et de l'OFAJ: vers une refondation des relations franco-allemandes? ; La genèse du Traité de l'Elysée ; ses champs d'application et la coopération franco-allemande*. Paris: Septentrion, 2002.
- Barmeyer, Christoph. *Management interculturel et styles d'apprentissage: étudiants et dirigeants en France, en Allemagne et au Québec*. Québec: Presses de l'Université Laval, 2007.
- . *Taschenlexikon Interkulturalität*. UTB-Band, Nr. 3739. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2012.
- Barreau-Brouste, Sophie. *ARTE et le documentaire: de nouveaux enjeux pour la création*. Lormont : Bry-sur-Marne: Bord de l'eau ; INA, 2011.
- Barrette, Christian, Gaudet, Édith et Lemay, Denyse. *Guide de communication interculturelle*. Saint-Laurent, Québec: Éditions du Renouveau pédagogique, 1993.
- Bergan, Sjur, éd. *Intercultural Dialogue on Campus*. Council of Europe Higher Education Series / Council of Europe 11. Strasbourg: Council of Europe Publ, 2009.
- Bergan, Sjur, Restoueix, Jean-Philippe et Conseil de l'Europe. *Le dialogue interculturel sur les campus universitaires*. Strasbourg, France: Conseil de l'Europe, 2009.
- Binoche, Jacques. *Histoire des relations franco-allemandes de 1789 à nos jours*. Collection U. Paris: Masson A. Colin, 1996.
- Bollinger, Daniel, et Hofstede, Geert. *Les différences culturelles dans le management: comment chaque pays gère-t-il ses hommes?* Paris: Ed. d'Organisation, 1987.
- Bourdieu, Pierre. *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Librairie Droz, 1972.
- . *La distinction: critique sociale du jugement*. Le Sens commun. Paris: Éditions de Minuit, 1979.
- . *Méditations pascaliennes*. Paris: Editions du Seuil, 1997.

- . *Sur la télévision: suivi de L'emprise du journalisme*. Raisons d'agir. Paris: Liber éditions, 1996.
- . *Un art moyen: essai sur les usages sociaux de la photographie*. Le sens commun. Paris: Les Éd. de minuit, 2003.
- Bourdieu, Pierre et Passeron, Jean-Claude. *Les héritiers: les étudiants et la culture*. Le sens commun. Paris: Les Éd. de Minuit, 1994.
- ., *Radio et Télévision Publiques en Allemagne, un modèle à l'épreuve de la nouvelle Europe*, Éd. CIRAC, Paris, 1993
- Bourgeois, Isabelle. *Radio et télévision privées en Allemagne: entre la loi et le marché*. Collection médias. Paris: CIRAC, 1995.
- Boyer, Luc et Equilbey, Noël. *Organisation: Théories et applications*. Paris: Éd. d'Organisation, 2003.
- Brachet, Camille, Durand, Guillaume et Ardisson, Thierry. *Peut-on penser à la télévision ? La culture sur un plateau*. Le bord de l'eau INA, 2010.
- Brochand, Christian. *Histoire générale de la radio et de la télévision en France*. La Documentation française, 1994.
- . *Histoire générale de la radio et de la télévision en France. T. 2: 1944 - 1974*. Paris: Documentation Française, 1994.
- Brochand, Christian et Comité d'histoire de la radio. *Histoire générale de la radio et de la télévision en France. Tome III, Tome III*. Paris: La Documentation française, 2006.
- Camilleri, Carmel. « Culture et sociétés : caractères et fonctions ». *Revue de l'Association des amis de Sèvres* (n°4), décembre 1982.
- Camilleri, Carmel, Cohen-Emerique Margalit et Abdallah-Preteille, Martine. éd. *Chocs de cultures: concepts et enjeux pratiques de l'interculturel*. Collection « Espaces interculturels ». Paris: L'Harmattan, 1989.
- Campet Jacques, Cavada Jean-Marie, Elkabbach Jean-Pierre, *L'avenir de la télévision publique : rapport au ministre de la communication, dit Rapport Campet*, 1993.
- Carpentier, Marie-Nelly, Demorgon, Jacques, Lenhard, Hans et Burkhard, Müller, *Les situations interculturelles critiques et leurs interprétations*. OFAJ/DFJW, textes de travail n°25, Paris/Berlin, 2014.
- Clanet, Claude. *L'Interculturel: introduction aux approches interculturelles en Éducation et en Sciences Humaines*. 2. éd. Interculturels. Toulouse-Mirail: Presses Univ, 1993.
- Clément, Jérôme. *Le choix d'ARTE*. Paris: Grasset, 2011.
- . *L'urgence culturelle*. Paris: Bernard Grasset, 2016.

- Clergerie, Jean-Louis et Douniès, Amandine. *Arte, une réussite franco-allemande: le défi juridique*. Paris: Editions Mimésis, 2016.
- Cohen-Emerique Margalit., Choc culturel et relations interculturelles dans la pratique des travailleurs sociaux. Formation par la méthode des incidents critiques. *Cahiers de Sociologie économique et culturelle*, (Ethnopsychologie) n° 2, Décembre 1984, pp. 183-218.
- Dagnaud, Monique. *Les artisans de l'imaginaire: comment la télévision fabrique la culture de masse*. Paris: Colin, 2006.
- Demorgon, Jacques. *Complexité des cultures et de l'interculturel: contre les pensées uniques*. 5e édition revue et augmentée. Exploration interculturelle et science sociale. Paris: Anthropos Economica, 2015.
- . *L'histoire interculturelle des sociétés*. Exploration interculturelle et science sociale. Paris: Anthropos, 1998.
- Demorgon, Jacques et Hess, Rémi. *Critique de l'interculturel: l'horizon de la sociologie*. Anthropologie. Paris: Économica Anthropos, 2005.
- Demorgon, Jacques, Lipiansky, Edmond-Marc, Müller, Burkhard, Nicklas, Hans. *Dynamiques interculturelles pour l'Europe*. Exploration interculturelle et science sociale. Paris: Anthropos, 2003.
- Demorgon, Jean, Abdallah-Preteuille, Martine et Lipiansky, Edmond-Marc éd. *Guide de l'interculturel en formation*. Au cœur de la formation. Paris: Retz, 1999.
- Devereux, Georges, et traduit de l'anglais par Jolas, Tina et Gobard, Henri. *Ethnopsychanalyse complémentariste*. Flammarion. Paris, 1992.
- Dietrich, Reinhard, Fekl, Walther, Schober, Angelika et Goethe-Institut. *Komische Nachbarn: deutsch-französische Beziehungen im Spiegel der Karikatur (1945-1985), Drôles de voisins*. Goethe-Institut, Paris 1988, 1987.
- Donnat, Olivier. *Les Français face à la culture: de l'exclusion à l'éclectisme*. Textes à l'appui. Paris: La Découverte, 1994.
- Doutriaux, Claire, éd. *Karambolage: kleines Buch der deutsch-französischen Eigenarten. 1: ... Dt. Erstaug.*, 4. Aufl. ARTE edition. München: Knesebeck, 2006.
- Drummond, Virginia. *Le management interculturel: gérer efficacement la diversité culturelle dans l'entreprise*, 2015.
- Dupeux, Louis. *Histoire culturelle de l'Allemagne: 1919-1960 (RFA)*. 1. éd. Questions. Paris: Presses universitaires de France, 1989.
- Elias, Norbert. *La société de cour*. Paris: Flammarion, 1985.

- . *Studien über die Deutschen [Texte imprimé]: Machtkämpfe und Habitusentwicklung im 19. und 20. Jahrhundert / Norbert Elias ; herausgegeben von Michael Schröter*. Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1992.
- . *Über den Prozeß der Zivilisation: soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen*. Neuausg., 20., neu. Durchges. u. erw. Aufl. Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft 158/159. Frankfurt a. M: Suhrkamp, 1997.
- . *Wandlungen der Gesellschaft: Entwurf zu einer Theorie der Zivilisation*. Erste Auflage 1997, Neuausgabe 1997, 32. Auflage 2013. Über den Prozeß der Zivilisation, soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen / Norbert Elias; Zweiter Band. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2013.
- . *Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes*. 1. Aufl., text-und Seitenidentisch mit der Neuausg. 1997; [Nachdr.]. Über den Prozeß der Zivilisation, soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen / Norbert Elias ;[...]. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2010.
- Elias, Norbert et Kamnitzer, Pierre. *La civilisation des mœurs*, 2017.
- Elias, Norbert. *La Société de Cour, die Hofische Gesellschaft*, traduit de l'allemand par Pierre Kamnitzer. Calmann-Levy., 1974.
- Eliot, T.S. *Beiträge zum Begriff der Kultur*, Frankfurt am Main, 1949.
- Espagne, Michel et Werner, Michael. *Transferts, les relations interculturelles dans l'espace franco-allemand: XVIIIe et XIXe siècle*. Travaux et mémoires de la Mission historique française en Allemagne, Göttingen. Paris: Éd. Recherche sur les civilisations, 1988.
- Foucault, Michel. « Entretien avec M. Foucault », *Dits et Ecrits*, Vol. 2, n°85, 1971
- Fumaroli, Marc. *L'État culturel: une religion moderne*. Paris: Editions de Fallois, 1991.
- Gaultier, Paul. *L'Ame Française*, Paris, Flammarion, 1936
- Giust-Desprairies, Florence et Müller, Burkhard éd. *Se former dans un contexte de rencontres interculturelles*. Exploration interculturelle et science sociale. Paris: Anthropos, 1997.
- Glocker, Notker, 1967, *Die Entwicklung von Civilisation und Culture in Frankreich seit 1930*. In: Knobloch, Johann & Moser , Hugo u.a. (Hrsg.): *Kultur und Zivilisation*. Europäische Schlüsselwörter, Band 3. München
- Gräble, Inge. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE: deutsch-französische Medienpolitik zwischen europäischem Anspruch und nationaler Wirklichkeit*. Deutsch-französische Studien zur Industriegesellschaft, Bd. 18. Frankfurt/Main ; New York: Campus, 1995.
- Hahn, Oliver. *ARTE: der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache in vielen Sprachen*. München: Verlag Reinhard Fischer, 1997.



- Hall, Edward T. *The hidden dimension*. New York: Anchor Books, 1990.
- . *The silent language*. New York: Anchor Books, 1990.
- Hall, Edward T. et Reed Hall, Mildred. *Les différences cachées. Une étude de la communication internationale Comment communiquer avec les allemands*. Stern Magazin., 1984.
- Hall, Edward Twitchell et Petita, Amélie. *La dimension cachée*. Paris: Ed. du Seuil, 2014.
- Hall, Stuart, Cervulle, Maxime et Jaquet, Christophe. *Identités et cultures. Politique des Cultural Studies*. Amsterdam, 2017.
- Hampden-Turner, Charles et Trompenaars, Fons. *Au-delà du choc des cultures: dépasser les oppositions pour mieux travailler ensemble*. Manageris. Paris: Éd. d'Organisation, 2004.
- Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen, et Observatoire européen de l'audiovisuel, éd. *Systèmes de radio et télévision dans les États membres de l'Union européenne et en Suisse*. Strasbourg: Observatoire européen de l'audiovisuel, 1998.
- Hickethier, Knut et Hoff, Peter. *Geschichte des deutschen Fernsehens*. Stuttgart Weimar: J.B. Metzler, 1998.
- Hofstede, Geert H. *Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2001.
- Huntington, Samuel Phillips. *Le choc des civilisations / Samuel P. Huntington; traduit de l'anglais (États-Unis) par Jean-Luc Fidel et Geneviève Joublain, Patrice Jorland... [et al.]*. Poches Odile Jacob. Paris: Odile Jacob, 2000.
- Klunder, Irene et Hattendorf, Manfred. Haus des Dokumentarfilms (dir.) « *Reality is the better fiction*. Des formats documentaires pendant le premier quart de siècle d'ARTE : séduction, soap, drame », in *Aus kurzer Distanz. Die Macht der Bilder, die Macht der Worte*. pp.346-363
- Koch, Ursula E. et Albert, Pierre. *Les médias en Allemagne*. 1. éd. Que sais-je? 3523. Paris: Presses Universitaires de France, 1999.
- Kroeber, Alfred Louis, et Kluckhohn, Clyde. *Culture: a critical review of concepts and definitions*. Papers of the Peabody Museum of American Archaeology & Ethnology, Harvard University, vol. XLVII-N°1, Cambridge, Massachusetts, USA, 1952.
- Ladmiral, Jean-René. *La communication interculturelle*. Bibliothèque européenne des sciences de l'éducation. Paris: A. Colin, 1989.
- Ladmiral, Jean-René et Lipiansky, Edmond-Marc. *La communication interculturelle*. 4e édition. Traductologiques 5. Paris: Les Belles lettres, 2015.
- Landrieux-Kartochian, Sophie. *Théorie des organisations*. Paris: Gualino-Lextenso, 2013.

- Lane, Barbara Miller. *Architektur und Politik in Deutschland 1918 - 1945*. Schriften des Deutschen Architekturmuseums zur Architekturgeschichte und Architekturtheorie. Braunschweig: Vieweg, 1986.
- Leenhardt, Jacques, Picht, Robert éd. *Esprit - Geist: 100 Schlüsselbegriffe für Deutsche und Franzosen*. Orig.-Ausg., 2. Aufl., 7.-10. Tsd. Serie Piper 1093. München: Piper, 1990.
- Lobgesang, Jonas. *Der Kultursender ARTE seit 1992 - Überblick und Programmanalyse*. München: GRIN Verlag GmbH, 2009.
- Loth, Désiré. *Le management interculturel*. Paris: Harmattan, 2006.
- Maalouf, Amin. *Les identités meurtrières*. Paris: B. Grasset, 1998.
- Marchetti, Dominique. *En quête d'Europe. Médias Européens et médiatisation de l'Europe*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2004.
- Meckel, Miriam. *Fernsehen ohne Grenzen? Europas Fernsehen zwischen Integration und Segmentierung*. Studien zur Kommunikationswissenschaft, Bd. 3. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994.
- Menger, Pierre-Michel. « *Les politiques culturelles en Europe : modèles et évolutions* ». Poirrier P. (éd.), *Politiques et Pratiques de la culture*, Paris, La Documentation française, 2ème édition. Poirrier P., 2017.
- Metz, Christian. *Essais sur la signification au cinéma. 2: ... 4. tirage*. Collection d'esthétique 14. Paris: Klincksieck, 1986.
- Meyn, Hermann. *Les mass-médias en République Fédérale d'Allemagne*. Edition Colloquium im Wissenschaftsverlag Volker Spiess GmbH. Berlin, 1996.
- Morin, Edgar. *Sociologie*. Paris: Fayard, 1984.
- Münchow, Patricia von. *Les journaux télévisés en France et en Allemagne: plaisir de voir ou devoir de s'informer*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle, 2004.
- Nietzsche, Friedrich, Colli, Giorgio et Heim, Cornélius. *Par-delà bien et mal: prélude d'une philosophie de l'avenir*. Paris: Gallimard, 1971.
- Nivet, Bastien. *Repenser la défense européenne*. Paris: IRIS Presse, 2002.
- Pateau, Jacques. *Le Modèle franco-allemand, Zielsprache Französisch*, 1993.
- Poirrier, Philippe. *Politiques et pratiques de la culture. Les Notices*. Paris: la Documentation française, 2010.
- Rigaud, Jacques. *Libre culture. Le Débat*. Paris: Gallimard, 1990.
- Rosoux, Valérie-Barbara. *Les usages de la mémoire dans les relations internationales: le recours au passé dans la politique étrangère de la France à l'égard de l'Allemagne et de l'Algérie, de*

- 1962 à nos jours. Organisation internationale et relations internationales 52. Bruxelles: Bruylant, 2002.
- Rothenberger, Liane. *Von elitär zu populär? Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte*. Forschungsfeld Kommunikation, Bd. 27. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2008.
- Sauvage, Monique, Veyrat-Masson, Isabelle, Poels, Géraldine et Jeanneney, Jean-Noël. *Histoire de la télévision française: de 1935 à nos jours*. Poche. Paris: Nouveau monde éd, 2014.
- Schäfers, Bernhard. *Grundbegriffe der Soziologie*. Springer-Verlag, 2013.
- Schlie, Hans-Walter. *Die Entstehung des deutsch-französischen Kulturkanals*, in *Dokumente*, n°46, pp.32-63, Février 1999.
- Schmid, Dieter. *Der Europäische Fernsehkulturkanal ARTE: Idee und Rechtsgestalt nach deutschem und europäischem Recht*. Tübinger Schriften zum internationalen und europäischen Recht 42. Berlin: Duncker und Humblot, 1997.
- Schwarzkopf, Dietrich (dir.) *Rundfunkpolitik in Deutschland. Wettbewerb und Öffentlichkeit*, Deutscher Taschenbuch Verlag, München, 1999.
- Seidendorf, Stefan, éd. *Deutsch-Französische Beziehungen als Modellbaukasten? zur Übertragbarkeit von Aussöhnung und strukturierter Zusammenarbeit*. 1. Auflage. Denkart Europa 19. Baden-Baden: Nomos, 2012.
- Sellier, Geneviève et Viennot, Eliane. *Culture d'élite, culture de masse et différence des sexes*. Bibliothèque du féminisme. Paris Budapest Torino: L'Harmattan, 2004.
- SOFRES, Duhamel, Olivier, Teinturier, Brice et Lorentz, Francine. *L'état de l'opinion: 2006*. Paris: Seuil, 2006.
- Staël, Anne-Louise-Germaine et Balayé, Simone. *De l'Allemagne*. Paris: GF Flammarion, 1993.
- . *De l'Allemagne. 2: ...* Nachdr. GF 167. Paris: Garnier-Flammarion, 2001.
- Sturm, Margaret. *Un texte tombé dans l'oubli : l'accord culturel franco-allemand du 23 octobre 1954*, dans *Allemagne d'Aujourd'hui*, n° 84, avril-juin 1983, pp. 9-22
- Susan, Emanuel. *La télévision et la culture en France : à la recherche d'une chaîne culturelle européenne*. Université Rennes 2, 1992.
- Uhde, Kathrin. *Karambolage oder die deutsch-französischen Eigenarten mit fremden Augen sehen: eine interkulturelle Fernsehanalyse*. Avinus Academia. Berlin: Avinus-Verl, 2006.
- Utard, Jean-Michel. *Arte : information télévisée et construction d'un point de vue transnational : étude d'un corpus franco-allemand*. Université Robert Schuman (Strasbourg), 1997.
- Verbunt, Gilles. *La société interculturelle: vivre la diversité humaine*. Paris: Seuil, 2001.

Wenger, Klaus. « ARTE, La télévision dans le dialogue interculturel » dans *Allemagne d'aujourd'hui* n°162, octobre-décembre 2002, p.146.

Wolton, Dominique. *Éloge du grand public: une théorie critique de la télévision*. Paris: Flammarion, 1990.

## **Bibliographie : Ouvrages en ligne, articles de revues, articles en ligne, pages web.**

« 48ème Sommet franco-allemand à Francfort / Main (28 octobre 1986) ».

<https://www.france-allemande.fr/48eme-Sommet-franco-allemand-a-0010.html>.

« 50e anniversaire du traité de l'Elysée, 22 janvier 2013 » Assemblée Nationale .

<http://www.assemblee-nationale.fr/14/evenements/50ans.asp>.

Abdallah-Preteuille, Martine. « Diversité culturelle et approche interculturelle ». *Enfance* 51, n° 1 (1998): 125-31.

<https://doi.org/10.3406/enfan.1998.3101>.

AFP et Le Figaro. « Arte veut diffuser en ligne dans toute l'Europe ». *Le Figaro.fr*, 24 août 2017.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20170824·LFF·20170824filwww00225>.

Alexandre, Olivier. « Administrer une télévision de création : Pierre Chevalier et l'Unité Fiction d'Arte (1991-2003) ». *Le Temps des medias* n° 28, n° 1 (23 mai 2017): 173-88.

Allemand, Etienne. « Télévision, culture, imaginaire ». *L'Homme et la société* 59, n° 1 (1981): 75-101.

<https://doi.org/10.3406/homso.1981.3168>.

Al Sahyouni Bou Fadel, Reine. *TIC et apprentissage de l'interculturalité*. Sciences de l'information et de la communication. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III, 2014. Français. NNT : 2014BOR30020. Tel-01143443 <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01143443>.

Andreotti, Sophia. « L'Allemagne exporte tout, sauf son cinéma ». *Connexion-Française*, 11 juillet 2013.

<https://www.connexion-francaise.com/a/l-allemande-exporte-tout-sauf-son-cinema>.

Anthonioz, Michel. « Arte : pour un nouvel élan ». *Le Figaro*, 22 mai 2002.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20020522·LF·179721401>.

ARTE Entreprise. « Dates clés Archives ».

<https://www.arte.tv/sites/corporate/category/les-dates-cles/>.

ARTE Entreprise. « Partenaires Archives ».

<https://www.arte.tv/sites/corporate/category/themes/partenaires/>.

- « Arte présente ses objectifs pour les dix prochaines années ». *La Lettre de l'audiovisuel*, 27 octobre 2017. <http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20171027·LAU·006>.
- « Arte signe un partenariat de trois ans avec le festival Hellfest ». *La Lettre de l'audiovisuel*, 6 décembre 2017. <http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20171206·LAU·006>.
- « Arte va lancer deux nouveaux portails numériques au premier semestre ». *La Correspondance de la Presse*, 4 février 2014. [http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20140204·SGC·qp20140204a002\\_1](http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20140204·SGC·qp20140204a002_1).
- « Arte veut relier les Européens ». *La Croix*, 2 septembre 2017. [http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20170902·LC·assignment\\_915121](http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20170902·LC·assignment_915121).
- « Au-delà de l'empathie, cultiver la confiance : clés pour la rencontre interculturelle ». <http://docplayer.fr/16393855-Au-dela-de-l-empathie-cultiver-la-confiance-cles-pour-la-rencontre-interculturelle.html>.
- « Aux origines d'Arte... était la Sept », *Télérama*, <http://www.telarama.fr/television/aux-origines-d-arte-etait-la-sept,67589.php>.
- Barmeyer, Christoph et Davoine, Éric. « Le développement collectif de compétences interculturelles dans le contexte d'une organisation binationale : le cas d'ARTE ». *Annales des Mines - Gerer et comprendre* N° 107, n° 1 (2012): 63-73.
- Barrette, Christian, Gaudet, Édith, et Lemay, Denyse. *Guide de communication interculturelle*. Saint-Laurent, Québec: Éditions du Renouveau pédagogique, 1993.
- Benyahia-Kouider, Odile, « Arte-La Cinquième font la chaîne. Jérôme Clément cumule depuis hier la présidence des deux chaînes. » *Libération*, 17 avril 1997. [https://www.liberation.fr/medias/1997/04/17/arte-la-cinquieme-font-la-chaine-jerome-clement-cumule-depuis-hier-la-presidence-des-deux-chaines\\_202443](https://www.liberation.fr/medias/1997/04/17/arte-la-cinquieme-font-la-chaine-jerome-clement-cumule-depuis-hier-la-presidence-des-deux-chaines_202443).
- « Bilan : La saison 2016-2017 de... Arte ». <http://www.ozap.com/actu/bilan-la-saison-2016-2017-de-arte/533597>.
- « Bilaterale Beziehungen mit Deutschland », Frankreich Diplomatie : Ministerium für Europa und auswärtige Angelegenheiten, 2019. <https://www.diplomatie.gouv.fr/de/frankreichs-beziehungen-zu-deutschland-osterreich-und-der-schweiz/bilaterale-beziehungen-mit-deutschland/article/frankreich-und-deutschland>.
- Blanchard, Gérard. « L'art d'habiller une chaîne de télévision : la typo-graphie de La Sept ». *Communication & Langages* 95, n° 1 (1993): 75-87.

<https://doi.org/10.3406/colan.1993.2420>.

Bourdieu, Pierre. « Habitus, code et codification ». *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 64, n° 1 (1986): 40-44.

<https://doi.org/10.3406/arss.1986.2335>.

———. « Les trois états du capital culturel ». *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 30, n° 1 (1979): 3-6.

<https://doi.org/10.3406/arss.1979.2654>.

Bourgeois, Isabelle. « La télévision allemande, une indépendance structurelle ». *Le Temps des medias* n° 13, n° 2 (2009): 29-41.

Bourmeau, Sylvain. « Le numérique transforme nos pratiques culturelles sans toujours les bouleverser ». Mediapart.

<https://www-mediapart-fr.proxy.scd.univ-tours.fr/journal/culture-idees/141009/le-numerique-transforme-nos-pratiques-culturelles-sans-toujours-les-bou>.

Brunel, Patrick. « Démocratisation de la culture ». *Études* Tome 416, n° 5 (7 mai 2012): 617-28.

Camilleri, Carmel. « Les conditions structurelles de l'interculturel ». *Revue française de pédagogie* 103, n° 1 (1993): 43-50.

<https://doi.org/10.3406/rfp.1993.1296>.

Carpentier, Marie-Nelly, Demorgon, Jacques, Lenhard, Hans et Müller, Burkhard. « Les Situations Interculturelles Critiques et Leurs Interprétations », OFAJ/DFJW, Texte de travail n°25, 2014, s. d., 157.

Cauhape, Véronique et Humblot, Catherine. « En renouvelant sa grille de programmes ARTE veut élargir son public et casser son image de chaîne élitiste ». *Le Monde*, 1 décembre 1994.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19941201·LM·361482>.

Charrier, Landry. « Retour sur 50 ans de coopération franco-allemande : le traité de l'Élysée à l'épreuve du temps », 2013.

<https://hal-clermont-univ.archives-ouvertes.fr/hal-00997885/document>.

Chartain, Lucile. « La circulation du cinéma allemand contemporain en France : l'expérience filmique comme rencontre avec / de l'Autre ». *Textes et contextes*, n° 11 (1 décembre 2016).

<http://preo.u-bourgogne.fr/textesetcontextes/index.php?id=654>.

Chenel, Thomas. « Arte fait feu de tout bois dans le numérique ». *Les Echos*, 25 août 2017.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20170825·EC·030507980266>.

- « Clément: “Arte, une aventure impossible” ». *Le Journal du Dimanche*, 19 mars 2011.  
<http://www.lejdd.fr/Medias/Television/Actualite/Le-PDG-d-Arte-se-raconte-dans-Le-Choix-d-Arte-286017>.
- Clément, Jérôme. « Archives du « Monde » 26 septembre 1992 ». *Le Monde*, 5 juin 2012.  
[http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20120605·LM·0mde2312\\_581437](http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20120605·LM·0mde2312_581437).
- Clément, Jérôme. « ARTE comme expérimentation ». *Autres Temps* 65, n° 1 (2000): 14-17.  
<https://doi.org/10.3406/chris.2000.2177>.
- Clément, Jérôme. « Peut-il y avoir une (télé)vision franco-allemande ? » *Les cahiers de médiologie*, n° 3 (1997): 193-203. <https://doi.org/10.3917/cdm.003.0193>.
- . « Réponse à Dominique Wolton ARTE, enfin l’Europe ! » *Le Monde*, 26 septembre 1992.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19920926·LM·258679>.
- Clerc, Denis et Piriou, Jean-Paul. *Lexique de sciences économiques et sociales*. Vol. 9e éd. Repères. Paris: La Découverte, 2011. <https://www.cairn.info/lexique-de-sciences-economiques-et-sociales--9782707158901.htm>.
- Cluzel, Jean. Rapport d’information fait au nom de la Commission des finances, du contrôle budgétaires et des comptes économiques de la Nation sur la situation de l’audiovisuel. Première Session Ordinaire de 1992-1993, p. 22.  
[https://www.senat.fr/rap/1992-1993/i1992\\_1993\\_0086.pdf](https://www.senat.fr/rap/1992-1993/i1992_1993_0086.pdf).
- Condorcet, Nicolas de. « Rapport et projet de décret sur l’organisation générale de l’Instruction publique ». *Enfance* 42, n° 4 (1989): 7-32.  
<https://doi.org/10.3406/enfan.1989.1898>.
- Courteix, Simone. « Les satellites de télévision directe : un programme commun franco-allemand ». *Annuaire Français de Droit International* 26, n° 26 (1980): 648-60.  
<https://doi.org/10.3406/afdi.1980.2410>.
- Dailymotion. « Extrait De L’émission Culture Pub La Sept 1992 M6 ».  
<https://www.dailymotion.com/video/xhgo5k>.
- « Déclaration commune franco-allemande à l’occasion du 40ème anniversaire du Traité de l’Elysée ». La Documentation française. Dossier d’actualité.  
<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/relations-franco-allemandes/declaration-commune-2003.shtml>.
- « Déclaration du Conseil des ministres franco-allemand à l’occasion du cinquantième anniversaire du Traité de l’Élysée ».



[https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:SZT-da5\\_3m8J:https://de.ambafrance.org/IMG/pdf/declaration-du-conseil-des-ministres-franco-allemand-a-l-occasion-du-cinquantieme-anniversaire-du-traite-de-l-elysee.pdf%3F17401/2e49af0fff2fe2b96e78bbb416bc1bb4793fcd4+&cd=2&hl=fr&ct=clnk&gl=fr&client=firefox-b-ab](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:SZT-da5_3m8J:https://de.ambafrance.org/IMG/pdf/declaration-du-conseil-des-ministres-franco-allemand-a-l-occasion-du-cinquantieme-anniversaire-du-traite-de-l-elysee.pdf%3F17401/2e49af0fff2fe2b96e78bbb416bc1bb4793fcd4+&cd=2&hl=fr&ct=clnk&gl=fr&client=firefox-b-ab)

« Déclaration du sommet de Paris (19 au 21 octobre 1972) ». CVCE.EU by UNILU. Texte, 23 octobre 2012.

[https://www.cvce.eu/obj/declaration\\_du\\_sommet\\_de\\_paris\\_19\\_au\\_21\\_octobre\\_1972-fr-b1dd3d57-5f31-4796-85c3-cfd2210d6901.html](https://www.cvce.eu/obj/declaration_du_sommet_de_paris_19_au_21_octobre_1972-fr-b1dd3d57-5f31-4796-85c3-cfd2210d6901.html).

« Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle: UNESCO ».

[http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL\\_ID=13179&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html).

Delavaud, Gilles. « Télévision et culture selon Jean d'Arcy ». *Télévision*, n° 2 (2011): 25-33.

Delcourt, Laurent. « L'amitié franco-allemande ne signifie pas pour Bonn l'approbation sans réserve de la politique extérieure de Paris ». *Le Monde Diplomatique*, 1 février 1963.

<https://www.monde-diplomatique.fr/1963/02/DELCOURT/25163>.

Delori, Mathias. « La symbolique franco-allemande en panne d'idées ? : Introduction : Pour un retour critique sur le grand récit de la réconciliation ». *Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique*, n° 100 (1 janvier 2007): 11-21.

<https://doi.org/10.4000/chrhc.666>.

Démerin, Patrick. « Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ? » *Le Débat*, n° 120 (2002): 4-31.

<https://doi.org/10.3917/deba.120.0004>.

Demorgon, Jacques. « L'interculturel entre réception et invention. Contextes, médias, concepts ».

*Questions de communication*, n° 4 (1 décembre 2003): 43-70.

<https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.4538>.

« Der Kultur- und Bildungsauftrag der öffentlich- rechtlichen und privaten Rundfunkanstalten – Ausarbeitung. », *Deutscher Bundestag, Wissenschaftliche Dienste 10: Kultur und Medien*, WD 10 – 051/06, 24 août 2006.

<https://www.bundestag.de/blob/413902/5a79f1d6f30c0bdab421ab774d383750/wd-10-051-06-pdf-data.pdf>.

Desouches, Olivier. « La culture : un bilan sociologique ». *Idées économiques et sociales* N° 175, n° 1 (14 avril 2014): 53-60.

- Donnat, Olivier. *Regards croisés sur les pratiques culturelles*. Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2003, 348 pages. URL : <https://www-cairn-info.proxy.scd.univ-tours.fr/regards-croises-sur-les-pratiques-culturelles--9782110052766.htm>
- . « Les inégalités culturelles. Qu'en pensent les Français ? » *Culture études*, n° 4 (4 juin 2015): 1-24.  
<https://doi.org/10.3917/cule.154.0001>.
- Doridot, Jean-François. « L'axe franco-allemand, colonne vertébrale de la construction européenne ». Ipsos, 22 janvier 2003.  
<https://www.ipsos.com/fr-fr/laxe-franco-allemand-colonne-vertebrale-de-la-construction-europeenne>.
- Duvergier, Jean-Baptiste. *Collection complète des lois, décrets, ordonnances, règlements, et avis du Conseil d'État / J. B. Duvergier*. Paris: [puis] J. B. Sirey, 1837.  
<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k54924028>.
- EBD Euroserver. « EUD-Präsident Wieland kündigt Unterstützung für ‚ARTE für alle‘ an ».  
<http://www.europa-union.de/eud/news/eud-praesident-wieland-kuendigt-unterstuetzung-fuer-arte-fuer-alle-an/>.
- Eckmann, Monique. « Chapitre 1. Identité – identités ». In *Identités en conflit, dialogue des mémoires : Enjeux identitaires dans les rencontres intergroupes*, 15-51. Le social dans la cité. Genève: Éditions ies, 2017.  
<http://books.openedition.org/ies/1513>.
- . « Chapitre 3. Conflit, rencontre et dialogue entre Israéliens et Palestiniens ». In *Identités en conflit, dialogue des mémoires : Enjeux identitaires dans les rencontres intergroupes*, 99-145. Le social dans la cité. Genève: Éditions ies, 2017.  
<http://books.openedition.org/ies/1515>.
- « En 2017, Arte France consacrera l'intégralité de l'augmentation de ses ressources issues de la contribution à l'audiovisuel public à son budget de programmes ». *La Correspondance de la Presse*, 16 novembre 2016.  
[http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20161116·SGC·qp20161116a002\\_1](http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20161116·SGC·qp20161116a002_1).
- « En 2018, les programmes d'Arte seront disponibles en 6 langues, indique Mme Véronique CAYLA, présidente du directoire d'Arte France ». *La Correspondance de la Presse*, 27 octobre 2017.  
[http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20171027·SGC·qp20171027a004\\_1](http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20171027·SGC·qp20171027a004_1).

- Espagne, Michel. *Les transferts culturels franco-allemands*. Paris: Presses universitaires de France, 1999. <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k4808683j>.
- Espagne, Michel et Werner, Michaël. « La construction d'une référence culturelle allemande en France : genèse et histoire (1750-1914) ». *Annales* 42, n° 4 (1987): 969-92. <https://doi.org/10.3406/ahess.1987.283428>.
- Esquirou, Martine. « Cinquième-Arte, mariage forcé. Le gouvernement veut « rapprocher » les deux chaînes pour faire des économies. » *Libération*, 31 août 1996. [https://www.liberation.fr/medias/1996/08/31/cinquieme-arte-mariage-force-le-gouvernement-veut-rapprocher-les-deux-chaines-pour-faire-des-economi\\_178547](https://www.liberation.fr/medias/1996/08/31/cinquieme-arte-mariage-force-le-gouvernement-veut-rapprocher-les-deux-chaines-pour-faire-des-economi_178547).
- « Fernsehen für Europa ». *GrenzEcho (webseite)*, 29 mai 2017. [http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20170529·BGEW·142704\\_45546](http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20170529·BGEW·142704_45546).
- Deutschlandfunk. « Fernsehen für Europa - Der deutsch-französische Fernsehkanal arte wird 25 » [http://www.deutschlandfunk.de/fernsehen-fuer-europa-der-deutsch-franzoesische.2907.de.html?dram:article\\_id=387129](http://www.deutschlandfunk.de/fernsehen-fuer-europa-der-deutsch-franzoesische.2907.de.html?dram:article_id=387129).
- « Fernsehen für Europa aus zwei Zeitzonen: Arte wird 25 Jahre alt », *Meedia*, dpa, 30 mai 2017 <http://meedia.de/2017/05/30/fernsehen-fuer-europa-aus-zwei-zeitzone-arte-wird-25-jahre-alt/>.
- Ferro, Marc. « De la BDIC à Histoire parallèle ». *Matériaux pour l'histoire de notre temps* N° 89-90, n° 1 (2008): 147-55.
- « Festival de Luchon 2018 : encore une avalanche de prix pour Arte ». *Télérama (site web)*, 12 février 2018. <http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20180212·TAW·001>.
- Fonnet, Laurent. « Les programmes culturels sur les chaînes généralistes gratuites de la Télévision Numérique Terrestre ». *Télévision*, n° 2 (2011): 53-70.
- France Culture, ARTE, « Colloque, La culture est-elle encore un enjeu politique ? / Le modèle culturel en crise ? - Fabrique de sens ». <http://www.fabriquedesens.net/Colloque-La-culture-est-elle,135>.
- . « Colloque, La culture est-elle encore un enjeu politique ? La culture n'est plus un enjeu politique ? - Fabrique de sens ». <http://www.fabriquedesens.net/Colloque-La-culture-est-elle,103>.
- Fumaroli, Marc. « « Culture » contre Éducation ? » *Le Debat* n° 135, n° 3 (2005): 80-88.

- Gasquet, Pierre de. « Le GIE Arte-La Cinquième dans la mire des parlementaires. » *Les Échos*, 25 octobre 1995.  
<https://www.lesechos.fr/1995/10/le-gie-arte-la-cinquieme-dans-la-mire-des-parlementaires-869349>.
- Gay, Pierre-Angel. « Eurimage, MEDIA, " Télévision sans frontières ", Eurêka L'Europe à la reconquête de ses images ». *Le Monde*, 25 mars 1988.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19880325·LM·53181>.
- Gay Pierre-Angel « Un entretien avec M. Michel Guy, vice-président de La Sept 'Une télévision pour les forces vives de notre société' » *Le Monde* 17 avril 1987.  
[https://www.lemonde.fr/archives/article/1987/04/17/un-entretien-avec-m-michel-guy-vice-president-de-la-sept-une-television-pour-les-forces-vives-de-notre-societe\\_4051526\\_1819218.html](https://www.lemonde.fr/archives/article/1987/04/17/un-entretien-avec-m-michel-guy-vice-president-de-la-sept-une-television-pour-les-forces-vives-de-notre-societe_4051526_1819218.html)
- Gemeaux, Christine (de), "Die besondere Bedeutung des historischen Ansatzes in interkulturellen Programmen"/ & Baric D. "Schlaglichter auf den binationalen Masterstudiengang Tours/Bochum", in: Choluj B. & Balfanz A. (Hrsg;), *Bilder eines Kaleidoskops, Interkulturalität und Wissensvermittlung. Didaktischer Umgang mit Differenzen*, Europa Universität Viadrina/ Collegium Polonicum, Frankfurt (Oder) /Slubice, 2017, p. 171-181.  
<https://opus4.kobv.de/opus4-euv/frontdoor/deliver/index/docId/243/file/Interkulturalitaet.pdf>.
- Girel, Sylvia. « Philippe Poirrier (dir.), La Politique culturelle en débat. Anthologie (1955-2012) ». *Lectures*, 19 juillet 2013.  
<http://journals.openedition.org/lectures/11946>.
- Giuliani, Jean-Dominique. « Fondation Robert Schuman : "La France, et non l'Allemagne, est le moteur politique du couple franco-allemand" ». *Atlantico.fr*, 17 février 2014.  
<http://www.atlantico.fr/decryptage/jean-dominique-giuliani-fondation-robert-schuman-france-et-non-allemande-est-moteur-politique-couple-franco-allemand-984267.html>.
- Goudin, Elisa. « La politique culturelle à Berlin : du système de la RDA au système démocratique de l'Allemagne unifiée (1957-1994) ». *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande* 49, n° 49-1 (16 juin 2017): 37-55.  
<https://doi.org/10.4000/allemande.519>.
- Groux, Gérard. « Abdallah-Preteuille (Martine), Porcher (Louis) — Éducation et communication interculturelle. » *Revue française de pédagogie* 123, n° 1 (1998): 153-54.
- Hadas Lebel, Raphaël. « Débats Télévision : Pour une culture " médiane " ». *Le Monde*, 21 avril 1994.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19940421·LM·333439>.

Harmant, Olivier. « Arte, ou l'ambition d'une télévision « déchaînée » ». *Les Echos (site web)*, 7 novembre 2017.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20171107·ECF·030838159864>.

Hartemann, Aline. « La réconciliation par les ondes ». *Revue d'études comparatives Est-Ouest*, n° 45 (2014): 177-204.

<https://doi.org/10.4074/S0338059914003076>.

———. « Les relations franco-allemandes au sein de la chaîne culturelle à vocation européenne ARTE. Dissensions et modes de résolution des conflits au prisme de l'analyse stratégique et de la sociologie des organisations ». *Trajectoires. Travaux des jeunes chercheurs du CIERA*, n° 5 (16 décembre 2011).

<http://journals.openedition.org.proxy.scd.univ-tours.fr/trajectoires/818>.

Haupt, Ulrike. *Interkulturalität Mögliche Ursachen und Konsequenzen am Beispiel des Deutsch-Französischen Interaktionsprozesses im Management*, Diplomarbeit, Universität Mannheim, Diplomarbeiten Agentur, 1998.

<https://www.diplom.de/document/216582>.

Henric, Lise. « Le docufiction entre création originale et documentaire ». *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 12 (1 janvier 2018).

<https://doi.org/10.4000/rfsic.3537>.

Herbet, Dominique. « Émergence d'une politique étrangère transnationale et opinion publique germanophone ou européenne ? Le couple franco-allemand au prisme des médias européens pendant la crise en Ukraine ». *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande* 48, n° 48-2 (28 décembre 2016): 305-16.

<https://doi.org/10.4000/allemande.422>.

Hielscher, Helge. « Arte : Zwei Kulturen. Ein Programm? Die europäische Medienpolitik seit den 80er Jahren und die Projekte Eurikon und Europa-TV/ », 31 juillet 2017.

[http://www.uni-weimar.de/~hielsch1/arte/arte-europ\\_Medienpolitik.html](http://www.uni-weimar.de/~hielsch1/arte/arte-europ_Medienpolitik.html).

Humblot, Catherine. « Arte, la télé-Maastricht au quotidien ». *Le Monde*, 19 février 1996.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19960219·LM·438028>.

- . « Du haut de ses dix ans, Arte pense à son avenir ». *Le Monde*, 1 juin 2002.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news-20020601-LM-834113>.
- Hüser, Dietmar et Pfeil, Ulrich, « Populärkultur und deutsch-französische Mittler / Culture de masse et médiateurs franco-allemands. Akteure, Medien, Ausdrucksformen / Acteurs, Médias, Articulations. », *Transcript*, 2015.  
<http://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3082-4/populaerkultur-und-deutsch-franzoesische-mittler-/culture-de-masse-et-mediateurs-franco-allemands>.
- Ina.fr, Institut National de l'Audiovisuel-. « Démarrage Arte ». Ina.fr.  
<http://www.ina.fr/video/CAC92037011>.
- . « Recherche Ina fr ». Consulté le 10 février 2018.  
<http://www.ina.fr/recherche/search?search=arte>.
- Isaak, Thomas. *ARTE - Europäische Tele-Kultur? Der Kulturbegriff in Deutschland und Frankreich am Beispiel vom TV-Kulturkanal ARTE*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller Aktiengesellschaft & Co. KG, 2008. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:101:1-2010072810053>.
- Jardin, Pierre. « Les relations franco-allemandes ». *Matériaux pour l'histoire de notre temps* 55, n° 1 (1999): 16-24.  
<https://doi.org/10.3406/mat.1999.405726>.
- « Jérôme Clément », *Les Échos*, 17 août 2006.  
[https://www.lesechos.fr/17/08/2006/LesEchos/19731-054-ECH\\_jerome-clement.htm](https://www.lesechos.fr/17/08/2006/LesEchos/19731-054-ECH_jerome-clement.htm).
- « Jérôme Clément, président-fondateur d'Arte », *Les Échos*, 17 août 2006.  
[https://www.lesechos.fr/17/08/2006/lesechos.fr/200080881\\_jerome-clement--president-fondateur-d-arte--17-08-2006-.htm](https://www.lesechos.fr/17/08/2006/lesechos.fr/200080881_jerome-clement--president-fondateur-d-arte--17-08-2006-.htm).
- Jost, François. « Peut-on parler de télévision culturelle ? » *Télévision*, n° 2 (2011): 11-24.
- . « Présentation du numéro ». *Télévision*, n° 2 (2011): 7-8.
- « Kanal für Blinde », *Der Spiegel* 19/1991  
<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-13487854.html>.
- Kilani-Schoch, Marianne. « La communication interculturelle : malentendus linguistiques et malentendus théoriques », *Bulletin VALS-ASLA, Association Suisse de Linguistique Appliquée*, 65/1997, 83-101, consulté le 18 avril 2019.
- Krüger, Udo Michaël et Media Perspektiven. « Télévision publique et privée en Allemagne. Y-a-t-il convergence ? Analyse des programmes de 1989 ». *Réseaux. Communication - Technologie - Société* 9, n° 44 (1990): 271-93.

<https://doi.org/10.3406/reso.1990.1808>.

« La chaîne franco-allemande Arte lance des programmes en anglais et espagnol ». *Europe 1*

<http://www.europe1.fr/medias-tele/la-chaine-franco-allemande-arte-lance-des-programmes-en-anglais-et-espagnol-2621867>.

Lauchaussée, Sébastien et Monjanel, Marta, « La coproduction franco-allemande », *Juritravail*, 15 octobre 2012.

[www.juritravail.com/Actualite/propriete-intellectuelle-ntic/Id/19212](http://www.juritravail.com/Actualite/propriete-intellectuelle-ntic/Id/19212).

« La commission Campet se penche sur le service public », *l'Humanité*, 23 septembre 1993.

<https://www.humanite.fr/node/63939>.

« La situation de l'audiovisuel en 1992 – Rapport d'information de M. Jean Cluzel, fait au nom de la commission des finances n°86 (1992-1993), 8 décembre 1992 », Sénat.fr.

[https://www.senat.fr/notice-rapport/1992/i1992\\_1993\\_0086-notice.html](https://www.senat.fr/notice-rapport/1992/i1992_1993_0086-notice.html).

Larcher, Laurent. « La télévision a de l'avenir ». *La Croix*, 21 janvier 2010.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20100121·LC·12184847>.

———. « Dominique Wolton, directeur de recherche au CNRS : « La télévision de qualité est celle qui ouvre l'esprit ». » *La Croix*, 19 juillet 2008.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20080719·LC·9468430>.

Launet, Edouard, « Metropolis ne laisse pas. Pierre-André Boutang, coordinateur du magazine culturel d'Arte, défend ses choix à contre-courant. » *Libération*, 11 septembre 1999.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19990911·LI·158058>.

———. « «La culture est un marché à part.» Jérôme Clément (Arte) plaide pour une politique volontaire. », *Libération.fr*, 30 octobre 1999.

[https://www.liberation.fr/medias/1999/10/30/la-culture-est-un-marche-a-partjerome-clement-arte-plaide-pour-une-politique-volontaire\\_287663](https://www.liberation.fr/medias/1999/10/30/la-culture-est-un-marche-a-partjerome-clement-arte-plaide-pour-une-politique-volontaire_287663).

Lefort, Pierre. « La Sept et le projet de chaîne culturelle européenne ». *Relations internationales* n° 126, n° 2 (2006): 97-110.

<https://www.cairn.info/revue-relations-internationales-2006-2-page-97.htm>

Lemaire, Eva. « Approches inter, trans, pluri, multiculturelles en didactique des langues et des cultures ». *International Journal of Canadian Studies*, n° 45-46 (2012): 205.

<https://doi.org/10.7202/1009903ar>.

- « Le mythe du couple franco-allemand - Traité de l'Elysée » *Union Populaire Républicaine (UPR)*, 20 janvier 2013. <https://www.upr.fr/dossiers-de-fond/le-mythe-du-couple-franco-allemand-traite-elysee>.
- « Les Indiscrets- Médias/Culture ». *L'Express* n°2689, 16 janvier 2003.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20030116·EX·007428e>.
- Livian, Yves-Frédéric. « Le concept de compétence interculturelle est-il un concept utile ? » *Annales des Mines - Gérer et comprendre* 107, n° 1 (2012): 87.  
<https://doi.org/10.3917/geco.107.0087>.
- Livre blanc sur le dialogue interculturel «Vivre ensemble dans l'égalité », Lancé par les Ministres des Affaires Etrangères du Conseil de l'Europe lors de leur 118ème session ministérielle, Strasbourg, 7 le mai 2008, disponible à l'adresse suivante :  
[https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/source/white%20paper\\_final\\_revised\\_fr.pdf](https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/source/white%20paper_final_revised_fr.pdf)
- Lochard, Guy. « Jérôme Bourdon, Du service public à la télé-réalité. Une histoire culturelle des télévisions européennes, 1950-2010. Paris, INA Éd., coll. Médias Histoire, 2011, 247 p. » *Questions de communication*, n° 20 (31 décembre 2011): 408-10.  
<https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.2199>.
- Lüsebrink, Hans-Jürgen, et Reichardt, Rolf. « Histoire des concepts et transferts culturels, 1770-1815. Note sur une recherche ». *Genèses. Sciences sociales et histoire* 14, n° 1 (1994): 27-41.  
<https://doi.org/10.3406/genes.1994.1211>.
- « Manifeste de Peuple et Culture », *Peuple & Culture*, 29 avril 2014.  
<http://www.peuple-et-culture.org/spip.php?article48>.
- Mattelart, Armand, et Neveu, Érik. « II. Les années Birmingham (1964-1980) : le printemps des Cultural Studies ». *Reperes*, 2008, 27-47.  
<https://www.cairn.info/introduction-aux-cultural-studies--9782707154262-page-27.htm>.
- . *Introduction aux cultural studies*. La Découverte, « Repères », 2008.  
<https://www.cairn.info/introduction-aux-cultural-studies--9782707154262.htm>
- Ménudier, Henri. « CITOYENNETÉ ET NATIONALITÉ EN FRANCE ET EN ALLEMAGNE (R. Brubaker) ». *Encyclopædia Universalis*.  
<http://www.universalis-edu.com.proxy.scd.univ-tours.fr/encyclopedie/citoyennete-et-nationalite-en-france-et-en-allemande/>.
- Merkens, Hans, et Demorgon, Jacques. « Les Cultures d'entreprise et Le Management Interculturel. », s. d., 153.



<https://www.ofaj.org/media/n-16-les-cultures-d-entreprise-et-le-management-interculturel.pdf>.

Meurice, Jean-Michel. « La véritable histoire des origines d'ARTE par l'un de ses créateurs ». *Télévision*, n° 2 (2011): 35-51.

<https://www.cairn.info/revue-television-2011-1-page-35.htm>.

Milot, Olivier. « Aux origines d'Arte...était la Sept » *Télérama.fr*, le 06 avril 2011.

<https://www.telerama.fr/television/aux-origines-d-arte-etait-la-sept,67589.php>.

Moeschler, Olivier. « Allers-retours. Les usages des cultural studies par la sociologie ».

*SociologieS*, 7 mars 2016.

<http://journals.openedition.org/sociologies/5323>.

Monnard, Chrystel. « Le débat sur la chaîne franco-culturelle : " L'enfant mal-né " a gagné sa légitimité ». *Le Monde*, 4 octobre 1993.

<https://nouveau-europresse-com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19931004·LM·306811>.

Mousseau, Jacques. « La politique audiovisuelle de la communauté européenne - Persée », 1989.

[https://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_1989\\_num\\_81\\_1\\_1119](https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1989_num_81_1_1119).

———. « La télévision en République fédérale d'Allemagne ». *Communication & Langages* 77, n° 1 (1988): 84-101.

<https://doi.org/10.3406/colan.1988.1058>.

———. « Vive la télévision de masse : Dominique Wolton : *Eloge du grand public. Une théorie critique de la télévision* » in *Communication et Langages*, n°86, 4<sup>e</sup> trimestre 1990, pp126-127.

[https://www-persee-fr.proxy.scd.univ-tours.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_1990\\_num\\_86\\_1\\_2272\\_t1\\_0126\\_0000\\_5](https://www-persee-fr.proxy.scd.univ-tours.fr/doc/colan_0336-1500_1990_num_86_1_2272_t1_0126_0000_5).

Münchow, Patricia von. « Direkte und indirekte Rede in deutschen und französischen

Fernsehnachrichten ». In *Télévision et Internet : le parlé et l'écrit*, édité par Irmtraud Behr.

Monde germanophone. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle, 2018.

<http://books.openedition.org/psn/6441>.

Nègre, Fabien. « La communication interculturelle chez Ladmiral et Lipiansky ». *Quaderni* 22, n° 1 (1994): 183-88. <https://doi.org/10.3406/quad.1994.1554>.

« Netflix va préfinancer des séries d'Arte ». *AFP - Journal Internet AFP (français)*, 14 septembre 2017.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20170914·ZK·doc-sf46o>.

- Nicklas, Dr Hans. « Du quotidien, des préjugés et de l'apprentissage interculturel », *Textes de travail*, n°1, OFAJ, s. d., 17, 1994.
- Noiriel, Gérard, et Michel Espagne. « Transferts culturels : l'exemple franco-allemand. Entretien avec Michel Espagne ». *Genèses. Sciences sociales et histoire* 8, n° 8 (1992): 146-54.  
<https://doi.org/10.3406/genes.1992.1127>.
- Nowicki, Joanna. « Gérer l'interculturel alibi ? Mode ou illusion ? », *Communication et organisation* [En ligne], 22 | 2002, mis en ligne le 27 mars 201  
<https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.2719>.
- Olivési, Stéphane. « Arte: les deux images de la culture ». *Quaderni* 19, n° 1 (1993): 5-12.  
<https://doi.org/10.3406/quad.1993.985>.
- Orr, Andrew, et Dominique Barneaud. « Rendre la télévision au peuple ». *Libération*, 13 février 2008.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20080213·LI·0lia82081bc-d9a0-11dc-ba42-679b75e9d387>.
- Pasquier, Dominique. « La « culture populaire » à l'épreuve des débats sociologiques ». *Hermes, La Revue* n° 42, n° 2 (2005): 60-69.  
<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2005-2-page-60.htm>
- Pavis, Patrice. *Le théâtre au croisement des cultures / Patrice Pavis*, 1990.  
<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k3376142s>.
- Perraud, Antoine. « Jérôme Clément: «Je suis le premier à regretter que la culture ne figure pas au cœur du projet socialiste» ». Mediapart.  
<https://www-mediapart-fr.proxy.scd.univ-tours.fr/journal/culture-idees/070709/jerome-clement-je-suis-le-premier-regretter-que-la-culture-ne-figure-pa>.
- Petitjean, Carine. « Le sous-titrage, un mode de déplacements ». In *Télévision et Internet : le parlé et l'écrit*, édité par Irmtraud Behr. Monde germanophone. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle, 2018.  
<http://books.openedition.org/psn/6443>.
- Poirrier, Philippe. « L'État culturel en débat (1981-1995) ». Billet. *Politiques de la culture* (blog).  
<http://chmcc.hypotheses.org/1627>.
- Poncet, Emmanuel. « “Cent chaînes, pour quoi faire?”. Dominique Wolton, sociologue, défend les généralistes face aux thématiques. » *Libération*, 3 novembre 1997.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19971103·LI·99150>.

- Popineau, Joëlle. « Traduire les jeux de mots et calembours de journaux satiriques – Le Canard enchaîné et Private Eye ». *Traduire. Revue française de la traduction*, n° 232 (15 juin 2015): 41-55.  
<https://doi.org/10.4000/traduire.694>.
- Poujol, Geneviève. « Éducation populaire : une histoire française ». *Hermes, La Revue* n° 42, n° 2 (2005): 126-30.  
<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2005-2-page-126.htm>.
- « Projet de loi de finances pour 2018 : Médias, livre et industries culturelles : Audiovisuel et avances à l’audiovisuel public ».  
<http://www.senat.fr/rap/a17-112-41/a17-112-414.html>.
- Psenny, Daniel. « 30 mai 1992 : Arte emménage dans le PAF ».  
[https://www.lemonde.fr/economie/article/2012/06/04/30-mai-1992-arte-emmenage-dans-le-paf\\_1712249\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2012/06/04/30-mai-1992-arte-emmenage-dans-le-paf_1712249_3234.html).
- . « Arte se prépare à une année « difficile et agitée » dans un paysage audiovisuel recomposé ». *Le Monde*, 30 janvier 2009. [http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20090130·LM·0q3001\\_1831880](http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20090130·LM·0q3001_1831880).
- . « Les adieux du pape Clément ». *Le Monde*, 24 mars 2011.  
[http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20110324·LM·0q2403\\_333292](http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20110324·LM·0q2403_333292).
- Rapport, Michel. « La radio, la télévision et l’histoire ». *Le Monde*, 20 février 1995.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19950220·LM·376111>.
- « Rapport annuel 2017 du Conseil supérieur de l’audiovisuel (CSA) ». *La Correspondance de la Presse*, 15 juin 2018.  
[http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20180615·SGC·qp20180615a007\\_1](http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20180615·SGC·qp20180615a007_1).
- « Rede von Joschka Fischer über die Zukunft Europas und die deutsch-französische Partnerschaft (Freiburg, 30. Januar 2001) ». *cvce.eu*, 4 mars 2014.  
[https://www.cvce.eu/de/obj/rede\\_von\\_joschka\\_fischer\\_uber\\_die\\_zukunft\\_europas\\_und\\_die\\_deutsch\\_franzoesische\\_partnerschaft\\_freiburg\\_30\\_januar\\_2001-de-19480146-ae28-4934-bf58-87a2f7a4fe67.html](https://www.cvce.eu/de/obj/rede_von_joschka_fischer_uber_die_zukunft_europas_und_die_deutsch_franzoesische_partnerschaft_freiburg_30_januar_2001-de-19480146-ae28-4934-bf58-87a2f7a4fe67.html).
- « Revue de presse européenne sur Arte.tv ». *Le Monde*, 10 août 2007.  
[http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20070810·LM·0q1008\\_1549950](http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20070810·LM·0q1008_1549950).

- Richter, Susanne. *Der europäische Fernseh-Kulturkanal ARTE - Konzept, Organisationsstruktur und Erfolgsrezept*. München: GRIN Verlag GmbH, 2007. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:101:1-2010082213483>.
- Robert, Valérie. « Les médias à Berlin, au centre des conflits ». *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande* 49, n° 49-1 (16 juin 2017): 117-31.  
<https://doi.org/10.4000/allemande.529>.
- . « L'audiovisuel public, entre autonomie et dépendance. », *La revue des médias, INA*, 06 janvier 2016.  
<https://larevuedesmedias.ina.fr/laudiovisuel-public-allemand-entre-autonomie-et-dependance>.
- . « Staatsfreiheit ou intervention de l'État ? Le modèle allemand de l'audiovisuel public. » *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, Vol 2, n°2, mis en ligne le 15 décembre 2013.  
<http://surlejournalisme.com/rev>
- Roth, Catherin et Wilhelm, Carsten. « Médias culturels et Interculturalité : regards croisés France-Allemagne ». *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 9 (1 septembre 2016).  
<https://doi.org/10.4000/rfsic.2451>.
- « Rundfunk: „ARTE ist das Gegenteil von Infotainment“ ». *Medienpolitik.net*, 20 août 2014.  
<http://www.medienpolitik.net/2014/08/rundfunk-arte-ist-das-gegenteil-von-infotainment/>.
- « Satellites : l'insuccès du programme TDF1 - TDF2 ». *Les Échos*, 25 juin 1992.  
[https://www.lesechos.fr/25/06/1992/LesEchos/16166-025-ECH\\_satellites---l-insucces-du-programme-tdf1---tdf2.htm](https://www.lesechos.fr/25/06/1992/LesEchos/16166-025-ECH_satellites---l-insucces-du-programme-tdf1---tdf2.htm).
- Schlesinger, Philip. « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme ». *Rezeaux* n° 51, n° 1 (1992): 75-98.  
<https://www.cairn.info/revue-rezeaux1-1992-1-page-75.htm>.
- Stark, Hans. « France-Allemagne : entente et mésententes ». *Politique étrangère* 58, n° 58 (1993): 989-99. <https://doi.org/10.3406/polit.1993.5905>.
- Steinle, Matthias. « La Grande Guerre dans la série télévisée “« Trente ans d'histoire »” (1964). Un projet de réconciliation franco-allemand au sein d'une commémoration gaulliste », s. d., 16.  
<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01538838/document>.
- Thomann, Laurence. « Arte: l'Europe, “un terrain de jeu très excitant” pour les séries ». *AFP Doc*, 18 avril 2018.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20180418·AFD·doc-14270j>.

Toubon, Jacques. « POINT DE VUE : GATT et culture Laisser respirer nos âmes ! » *Le Monde*, 1 octobre 1993.

<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19931001·LM·306552>.

UNESCO. « Construire la paix dans l'esprit des hommes et des femmes – La mission de l'UNESCO », 16 juillet 2015.

[https://fr.unesco.org/70years/construire\\_paix](https://fr.unesco.org/70years/construire_paix).

Utard, Jean-Michel. « Arte. L'invention d'une télévision européenne. », Strasbourg : Presses Universitaires de Strasbourg, 2004.

———. « ARTE : une télévision de la « société civile » ? », *Les enjeux de l'information et de la communication*, n°07/2 2006.

<https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2006/supplement-a/33-arte-une-television-de-la-societe-civile>.

———. « Des médias européens ? L'exemple d'Arte », INA, Bry-sur-Marne (FRA), n° 12 (2004).

Vaillant, Jérôme. « La coopération franco-allemande à l'épreuve du traité de l'Élysée. » *Revue internationale et stratégique*, n° 48 (2002): 23-30.

<https://doi.org/10.3917/ris.048.0023>.

Vaïsse, Maurice. « La réconciliation franco-allemande : le dialogue de Gaulle-Adenauer ». *Politique étrangère* 58, n° 4 (1993): 963-72.

<https://doi.org/10.3406/polit.1993.5871>.

Vatter, Christoph. « La recherche interculturelle. État des lieux en Allemagne ». *Questions de communication*, n° 4 (1 décembre 2003): 27-41.

<https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.4527>.

Vernier, Jean-Marc. « Trois ordres de l'image télévisuelle ». *Quaderni* 4, n° 1 (1988): 9-18.

<https://doi.org/10.3406/quad.1988.1867>.

Vianna, Nahima. « Culture et télévision en Europe : le cas d'Arte ». *Communication et organisation*, n° 17 (1 mai 2000).

<https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.2376>.

Voirol, Olivier. « La Théorie critique des médias de l'École de Francfort : une relecture ». *Mouvements* n° 61, n° 1 (9 février 2010): 23-32.

- Vowe, Gerhard et Henn Philipp pour bpb.de. Bildung, Bundeszentrale für politische.  
« Leitmedium Fernsehen? », Bundeszentrale für politische, CC BY-NC-ND 3.0 DE.  
<http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/172063/leitmedium-fernsehen>.
- Vulser, Nicole, « Satellites : l'insuccès du programme TDF1 - TDF2 », Rapport de 1992 présenté dans *Les Echos* le 25 juin 1992.  
[https://www.lesechos.fr/25/06/1992/LesEchos/16166-025-ECH\\_satellites---l-insucces-du-programme-tdf1---tdf2.htm](https://www.lesechos.fr/25/06/1992/LesEchos/16166-025-ECH_satellites---l-insucces-du-programme-tdf1---tdf2.htm).
- Weill, Nicolas. « Quand la communication menace la démocratie ». *Le Monde*, 21 mars 1997.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19970321·LM·505479>.
- Wolton, Dominique. « DÉBATS Audiovisuel ARTE, la culture et la télévision ». *Le Monde*, 23 septembre 1992. <http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19920923·LM·258095>.
- . « Les leçons d'Arte ». *Le Monde*, 1 juin 2002.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·20020601·LM·834118>.
- . « Pivot recadre la télé ». *Le Monde*, 30 janvier 1998.  
<http://nouveau.europresse.com.proxy.scd.univ-tours.fr/Link/butours/news·19980130·LM·559529>.