



**HAL**  
open science

# Télévisions régionales en Europe - Evaluation des contenus européens produits par les télévisions publiques régionales aux frontières en France et en Allemagne

Anne-Coralie Bonnaire

## ► To cite this version:

Anne-Coralie Bonnaire. Télévisions régionales en Europe - Evaluation des contenus européens produits par les télévisions publiques régionales aux frontières en France et en Allemagne. L'Europe 7 et 10 ans après, May 2014, Cluj-Napoca, Roumanie. hal-02651541

**HAL Id: hal-02651541**

**<https://hal.science/hal-02651541>**

Submitted on 29 May 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Anne-Coralie Bonnaire**

## **Télévisions régionales en Europe**

**Evaluation des contenus européens produits par les télévisions publiques régionales aux frontières en France et en Allemagne**

***Abstract :** In the French and German media system, regional televisions play a key role in the information close to the viewers. Yet in regions close to the borders, the information should be more broadcasting news about the european neighbours. Two regional medias are analysed thanks to a structure and a content hermeneutical analyses in both France and Germany, in the first one in the North of France, neighbouring Belgium and the UK and in Central and East Germany, close to Poland and the Czech Republic. The regional televisions do produce European content and even show a will in « doing European », but they locally tend to adopt the viewers' negative approach towards the EU. The maps of the regions or the countries play a didactic role for the viewers. Nethertheless, the qualitative approach of this research shows an actual will to promote a positive EU image amongst regional viewers, especially regarding cross-border cooperation.*

***Key-words :** regional television ; European Union ; European discourse ; cross-border medias ; Neighbours' image*

***Bio :** Anne-Coralie Bonnaire est doctorante en cotutelle franco-allemande à l'Université de Leipzig et l'Université Paris-Descartes. Outre la France et l'Allemagne, elle a étudié et travaillé en République Tchèque et en Bulgarie à des projets de coopération européenne. Ses recherches portent sur l'intégration et l'identité européens, de même que sur l'usage des médias numériques et l'éducation par les médias.*

Notre recherche s'intéresse à l'image de l'Europe dans les médias régionaux, à l'exemple de deux télévisions régionales françaises, *France 3 Nord-Pas-de-Calais* et *France 3 Picardie*, et du « troisième programme » de la

« région » d'Allemagne Centrale *Mitteldeutscher Rundfunk* (abrégé MDR).<sup>1</sup> Cet article présente les résultats basés sur deux exemples significatifs de l'analyse de deux télévisions en France et en Allemagne dans le cadre de notre doctorat en cotutelle franco-allemande.<sup>2</sup>

Le pont entre ces deux « régions » de recherche est le fait qu'elles se trouvent toutes deux à la frontière des pays dont elles dépendent, mais aussi elles sont au cœur de l'Europe. Ainsi, le Nord-Pas-de-Calais et la Picardie sont-elles voisines de la Belgique et dans une certaine mesure du Royaume-Uni ; la Saxe-Anhalt, la Thuringe et la Saxe, de la Pologne à l'Est et de la République Tchèque au Sud.<sup>3</sup> Notre question de recherche consiste à comprendre l'image de l'Union Européenne que renvoient les médias régionaux, avec l'idée que, situées à la frontière, ces régions ont tout intérêt à s'informer de ce qui se passe chez leurs voisins, donc dans d'autres pays européens. L'idée que les médias régionaux, et en particulier les télévisions,

---

<sup>1</sup> Le terme de « région » est à prendre entre guillemets en ce qui concerne l'Allemagne Centrale parce qu'il ne s'agit effectivement pas d'une région équivalente à ce qu'on entend par là en français ; au contraire, le *Mitteldeutscher Rundfunk* couvre trois *Länder* : la Saxe-Anhalt, la Saxe, et la Thuringe. Dans le système fédéral allemand, les *Länder* sont des gouvernements régionaux, plus ou moins équivalents à nos régions, possédant leurs propres constitutions. De même, la grande « région » française qui fait l'objet de notre recherche, la Picardie et le Nord-Pas-de-Calais, est-elle constituée de deux Régions au sens administratif, « région » qui fait plutôt sens au niveau territorial, historique et linguistique, comme l'affirment les Kean Birch et al., et ce contrairement aux décisions récentes prises par le gouvernement français en matière de réforme territoriale. Nous employerons donc « région » avec guillemets et sans majuscule pour désigner notre terrain, et Région avec une majuscule et sans guillemets pour désigner les régions administratives françaises. Voir Birch Kean, MacKinnon Danny et Cumbers Andrew, « Old Industrial Regions in Europe: A Comparative Assessment of Economic Performance », *Regional Studies*, n° 44/1, 2010, p. 35-53 et Biseau Grégoire et Vincendon Sibylle, « 2015 : François Hollande rebat la carte », *Libération*, Mardi 3 juin 2014.

<sup>2</sup> Préparé en cotutelle à l'université Paris-Descartes et l'Université de Leipzig depuis 2011/2012.

<sup>3</sup> Roose Jochen, « In nächster Nähe so fern? Grenzübergreifende Regionalberichterstattung als Aspekt von europäischer Integration », *Zeitschrift für Soziologie*, 37, août 2008, p. 321-341 et aussi Barna Radu, « Die Rolle der regionalen Identität auf dem europäischen Binnenmarkt », in Paun Nicolae (ed.), *Studia Universitatis Babeş-Bolyai. Studia Europaea*, Cluj-Napoca, Université Babeş-Bolyai, 2008, p. 177-188.

devaient, d'une manière ou d'une autre, refléter cette situation géographique spécifique a été le point de départ de notre recherche. En outre, on constate de plus en plus de désintérêt de la part des habitants de l'Union européenne pour cette construction politique unique au monde ; ceci se voit entre autres choses aux résultats des *Eurobaromètres* sur le sentiment d'appartenance à l'Union en constante diminution et les résultats aux élections européennes faisant la part belle aux partis europhobes.<sup>4</sup>

La question de l'Europe est un vaste sujet ; dans cet article, nous souhaitons considérer l'Europe à la fois comme synonyme de l'Union européenne, donc comme l'Europe des 28, et en même temps comme l'espace symbolique du continent européen, un peu comme la définition gaullienne s'arrêtant à l'Oural. Il s'agirait ainsi d'un espace symbolique médiatique, se basant, pour notre recherche, sur le concept d'espace public, développé en premier lieu par Jürgen Habermas, repris en Allemagne entre autres par Neidhardt et Gerhards<sup>5</sup>, et en France par Arnaud Mercier,<sup>6</sup> Bernard Miège<sup>7</sup> et Dominique Wolton<sup>8,9</sup>.

---

<sup>4</sup> L'*Eurobaromètre Standard* de l'automne 2013 révèle que 59% de la population européenne déclare se sentir européenne, mais 47% se déclarent de leur nationalité et européen, et 42% uniquement de leur nationalité. Voir Commission Européenne, *Eurobaromètre Standard 80. La Citoyenneté européenne. Rapport*, Bruxelles, Direction de la Communication, 2013, pp. 29 et suivantes. Taux de participation lors des élections européennes du 25 mai 2014 : 43,09% (<http://www.resultats-elections2014.eu/fr/election-results-2014.html>, accès le 20 juin 2014), incluant 24 députés Front National pour la France. La montée des partis europhobes est un constat indéniable. Voir par exemple l'article de Gatinois Claire, « Le fil rouge de la montée des partis europhobes. Analyse », *Le Monde*, Dimanche 15 juin - Lundi 16 juin 2014 et aussi Ungureanu Georgiana-Irina, « Is there a Democratic Deficit in the European Union? », in Paun Nicolae (ed.), *Studia Universitatis Babeş-Bolyai. Studia Europaea*, Cluj-Napoca, Université Babeş-Bolyai, 2007, p. 171-184, et Demeter Attila, « The European Nation? », in Paun Nicolae (ed.), *Studia Universitatis Babeş-Bolyai. Studia Europaea*, Cluj-Napoca, Université Babeş-Bolyai, 2013, p.103.

<sup>5</sup> Gerhards Jürgen et Neidhardt Friedhelm, *Strukturen Und Funktionen Moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen Und Ansätze*, Berlin, WZB, Abt. Öffentlichkeit und Soziale Bewegung, 1990.

<sup>6</sup> Mercier Arnaud (ed.), *Vers un espace public européen ? Recherches sur l'Europe en construction*, Paris, Budapest, Torino, l'Harmattan (coll. « Communication et civilisation »), 2003.

<sup>7</sup> Miège Bernard, *L'espace public contemporain. Approche info-communicationnelle*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble (coll. « Communication, médias et sociétés »), 2010.

<sup>8</sup> Wolton Dominique, *Penser la communication*, [Paris], Flammarion (coll. « Champs »), 1997.

Nous nous intéressons en premier lieu à la télévision comme média le plus utilisé en Europe. Ainsi, « 87%55 disent la regarder tous les jours ou presque » et « 98% des Européens la regardent au moins une fois par semaine », que ce soit sur un poste de télévision ou sur internet.<sup>10</sup>

Les programmes qui font l'objet de ma recherche sont les chaînes de télévision publiques régionales des deux « régions » évoquées plus haut, la Picardie et le Nord-Pas-de-Calais d'un côté, et l'Allemagne Centrale de l'autre. *France 3* et le *Mitteldeutscher Rundfunk* sont des chaînes de télévision publiques, qui ont toutes les deux le devoir d'éducation et d'information envers leurs spectateurs.<sup>11</sup> Il est nécessaire ici de faire une digression pour présenter les paysages médiatiques en France et en Allemagne. En France, *France 3* est une chaîne nationale dédiée aux régions, c'est-à-dire que, réparties sur tout le territoire français et d'outre-mer, les différentes rédactions régionales produisent des journaux télévisés par exemple, et des magazines, qui sont des décrochages d'un même programme national.<sup>12</sup> En revanche, en Allemagne, suivant le système politique allemand, l'audiovisuel public y est organisé sur un modèle fédéré – « cadeau » des alliés après la fin de la Deuxième Guerre mondiale.<sup>13</sup> Ce système, instauré dès 1945 dans les zones occupées, a contribué à un maillage médiatique du territoire allemand. À l'époque, seule la RFA est concernée, la zone occupée à l'Est par les Russes se dotant très vite d'un système central unique. Leipzig se trouvant en ancienne RDA, le *MDR* n'existe, en tant que tel, que

---

<sup>9</sup> Schuster Christian, « Die europäische Öffentlichkeit - Ein Konstrukt der Massenmedien? », in Paun Nicolae (ed.), *Studia Universitatis Babeş-Bolyai. Studia Europaea*, Cluj-Napoca, Université Babeş-Bolyai, 2007, p. 45-56.

<sup>10</sup> Commission Européenne, *Eurobaromètre Standard 76. L'Opinion publique dans l'Union Européenne*, Bruxelles, 2011, p. 140.

<sup>11</sup> Brosius Hans-Bernd, Fahr Andreas et Vlastic Andreas, *Die Dritten Programme der ARD. Entwicklung, Angebotsstruktur und Nutzung : Studie*, Berlin, Vistas, 1999, p. 20.

<sup>12</sup> Comme le rappelle Gontrand Gireaudau, journaliste de France 3 Picardie en entretien le 29 mai 2013.

<sup>13</sup> Dörr Dieter, « Unabhängig und gemeinnützig. Ein Modell von gestern? », in Voß Peter (ed.), *50 Jahre ARD. 1950-2000*, Baden-Baden, Nomos, 2000, p. 12-22. Comme le rappellent Brosius, Fahr et Valsic, *op. cit.*, p. 17.

depuis 1991.<sup>14</sup> Le *Mitteldeutscher Rundfunk* est ce qu'on appelle en allemand un *Drittes Programm*, c'est-à-dire une chaîne publique régionale.<sup>15</sup> Cette chaîne produit à Leipzig pour les trois *Länder* de Saxe, Saxe-Anhalt et Thuringe, et dans les capitales de région des programmes et JT régionaux.<sup>16</sup> Le MDR est une chaîne publique financée par des fonds publics (la contribution à l'audiovisuel), les médias étant une compétence qui relève, en Allemagne, des *Länder*.<sup>17</sup> De part leur ancrage territorial et leurs contenus, de part la situation géographique et économique (par exemple, la dominance de l'agriculture et l'industrie de services, les anciennes industries lourdes en reconversion, le taux de chômage élevé) constituent des points communs entre les deux « régions » de recherche qui favorisent la comparaison.<sup>1819</sup>

De part leur ancrage dans le direct et la région, les journaux télévisés des chaînes ont été sélectionnés pour notre analyse, ainsi que certains magazines d'information, afin d'obtenir un large spectre des programmes produits et à titre de comparaison. Pour obtenir une sélection suffisamment aléatoire et en même temps représentative, une semaine artificielle au sens de Daniel Riffe a été reconstituée.<sup>20</sup> Cette méthode permet de « choisir » des

---

<sup>14</sup> Früh Werner et Stiehler Hans-Jörg, *Fernsehen in Ostdeutschland. Eine Untersuchung zum Zusammenhang zwischen Programmangebot und Rezeption*, Berlin, Vistas (coll. « Schriftenreihe der AML »), 2002.

<sup>15</sup> Qui arriva en troisième dans l'histoire des télévisions publiques allemandes, d'où son nom de « troisième programme ».

<sup>16</sup> Respectivement Dresde, Magdebourg et Erfurt.

<sup>17</sup> Les Ministres-Présidents (Présidents des gouvernements de *Länder*) signent ainsi une convention commune pour la création du *Mitteldeutscher Rundfunk*, qui doit préserver pour chaque *Land* son identité et produire un programme commun. Voir Brosius Hans-Bernd, Fahr Andreas et Vlastic Andreas, *op. cit.*, p. 14.

<sup>18</sup> Birch Kean, MacKinnon Danny et Cumbers Andrew, *op. cit.*.

<sup>19</sup> Brenke Karl, « 20 ans après l'Unité : regards sur l'économie dans l'Est de l'Allemagne », *Regards sur l'économie allemande [En ligne]*, 98-99, 2010.

<sup>20</sup> C'est-à-dire en enregistrant le lundi la première semaine, le mardi la deuxième semaine, le mercredi de la troisième semaine jusqu'au dimanche de la septième semaine. Voir Riffe Daniel, Aust Charles F. et Lacy Stephen R., « Effectiveness of Random, Consecutive Day and Constructed Week Sampling », in Krippendorff Klaus et Bock Mary A. (eds.), *The content analysis reader*, Thousand Oaks, Calif, Sage Publications, 2009, p. 54-59.

jours tout en recueillant des données diverses, évitant ainsi de se retrouver avec des contenus trop identiques d'une semaine sur l'autre.<sup>21</sup> Les chaînes de télévision ont ainsi été enregistrées en parallèle en France et en Allemagne depuis octobre jusque décembre 2013.<sup>22</sup> Des entretiens d'experts ont en outre été effectués en parallèle, avec des journalistes et des décideurs en matière de médias et de politique européenne dans les régions. Ces entretiens ont eu lieu entre juin 2013 et juin 2014.<sup>23</sup>

La première méthode d'analyse des programmes a été choisie pour sa capacité à se prêter à une comparaison au-delà des langues : il s'agit de l'analyse de structure des programmes, systématique, telle que présentée par Klaus Merten<sup>24</sup>, Knut Hickethier<sup>25</sup> et Werner Faulstich<sup>26</sup>.

Le livre de codes a été construit en deux parties, une première série de variables présentant l'émission même (niveau d'analyse générale) et une deuxième partie détaillant chaque unité de sens de l'émission, permettant ainsi de reconstituer la structure de l'émission.<sup>27</sup> Le premier questionnement concernant d'abord l'émission d'une manière générale fournit des données codées en variables telles que durée, type d'émission, nombre d'unités de sens, nombre d'unités parlant d'Europe, chaîne de

---

<sup>21</sup> Riffe Daniel, Aust Charles F. et Lacy Stephen R., *op. cit.*.

<sup>22</sup> Cette période avait pour but d'obtenir un corpus de temps dit « normal », c'est-à-dire sans grand événement à portée nationale (comme les élections municipales de mars 2014) ou européenne (élections du Parlement européen le 25 mai 2014).

<sup>23</sup> Bogner Alexander, Littig Beate et Menz Wolfgang (eds.), *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2002 et Maindok Herlinde, *Professionelle Interviewführung in der Sozialforschung. Interviewtraining : Bedarf, Stand und Perspektiven*, Pfaffenweiler, Centaurus (coll. « Reihe Sozialwissenschaften »), 1996.

<sup>24</sup> Merten Klaus, *Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis*, Opladen, Westdt. Verl., 1995.

<sup>25</sup> Hickethier Knut, *Film- und Fernsehanalyse*, Stuttgart, J.B. Metzler (coll. « Sammlung Metzler »), 2001.

<sup>26</sup> Faulstich Werner, *Grundkurs Fernsehanalyse*, UTB (coll. « utb.de Bachelor-Bibliothek »), 2008.

<sup>27</sup> Les unités de sens suivent un découpage thématique, tenant compte du texte dit et montré et des images.

diffusion,<sup>28</sup> donnant par là le pays de production. Le deuxième niveau d'analyse s'intéresse ensuite aux contenus, présentant le résumé de l'unité, la durée et le type d'unité (reportage, discussion plateau, modération...), et si oui ou non celle-ci parle d'Europe, sous quelque forme que ce soit. De là découlent les questions présentant la qualité de l'information européenne (simple mention, portrait, comparaison, regard sur le pays voisin). Enfin, s'intéressant à la présence de l'Europe à l'écran, le type d'élément européen est qualifié, afin de déterminer s'il s'agit d'une information majeure, comme d'un portrait par exemple, ou d'une simple mention, ainsi que la qualité de l'information diffusée (positive, négative, informative, et ceci en tenant compte du contexte, du vocabulaire utilisé, des images diffusées). Pour finir, de très grandes catégories d'informations déterminent le contexte dans lequel l'Europe apparaît.<sup>29</sup>

Une deuxième phase d'analyse consiste en l'observation de manière plus herméneutique, plus proche des méthodes françaises d'analyse du film, des programmes dont les thématiques se rapprochent sur les chaînes françaises et allemandes.<sup>30</sup> De cette observation sont tirés les deux exemples qui servent ici de base à notre démonstration.

Dans un premier temps, nous avons constaté une utilisation intéressante des cartes et autres visualisations géographiques, à peu près à même proportion, sur les deux chaînes étudiées. Ce phénomène sera visible dans les deux exemples présentés ici, et nous commenterons les cartes qui y sont employées à ce moment-là. Celles-ci servent en effet pour le spectateur à se repérer, à visualiser les sites et les lieux, entre autres choses la « région » dont il est en train de regarder la chaîne. Ces cartes jouent un rôle

---

<sup>28</sup> En voici la liste exhaustive : *France 3 Nord-Pas-de-Calais*, *France 3 Picardie*, *France 3 National*, *MDR Sachsen*, *MD Sachsen-Anhalt*, *MDR Thüringen*.

<sup>29</sup> Économie ; Politique ; Migration ; Éducation, société ; Sécurité ; Agriculture, Environnement ; Sport ; Faits divers ; Culture (dans un sens très, très large, comprenant aussi les médias et l'histoire).

<sup>30</sup> Vanoye Francis et Goliot-Lété Anne, *Précis d'analyse filmique*, Paris, Armand Colin (coll. « 128 »), 2005.



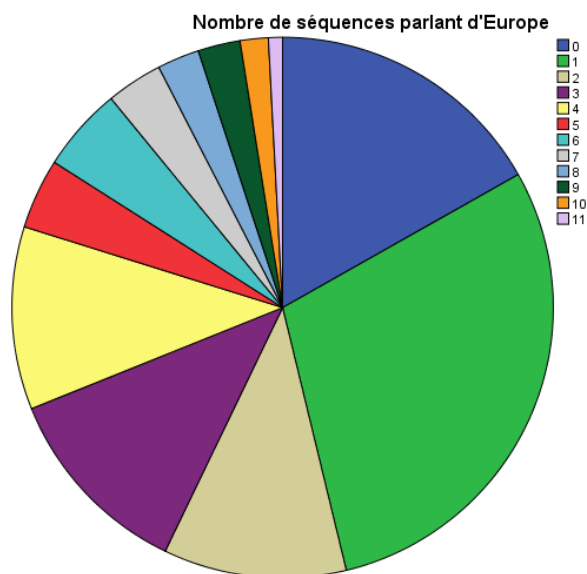
didactique indéniable, mais en même temps, celles que nous avons observées offrent souvent une vision « seule au monde » de la région concernée : en effet, au lieu de présenter par exemple la Région Nord-Pas-de-Calais entourée de la Belgique et de l'Angleterre (et de la Picardie au Sud), celle-ci est isolée, seule colorée sur fond blanc. Sur le *Mitteldeutscher Rundfunk*, les cartes employées, pour les prévisions météo mais aussi et souvent pour les JT et un jeu de *Hier ab Vier*,<sup>31</sup> les trois *Länder* sur lesquels portent notre analyse sont toujours clairement déterminés ; la Pologne à l'Est et la République Tchèque au Sud restent souvent sous forme de magma flou, voire les frontières de ces deux pays ne sont pas représentées du tout et seuls la Saxe, la Saxe-Anhalt et la Thuringe sont visibles. Ceci peut être interprété de deux manières : ou bien cela présuppose que le spectateur connaît la géographie de sa région – et donc ses voisins – ou bien, la chaîne les ignorerait pour ne s'intéresser qu'au pays dont elle se fait l'écho. En tous les cas, cela laisse sceptique quant à l'usage de la géographie par les télévisions régionales. Le reste de nos constatations est plus positif quant au rôle qu'elles peuvent jouer dans l'éducation à l'Europe.

De ces analyses structurelle et herméneutique et des entretiens avec des experts, il est possible de confirmer l'hypothèse énoncée au début de cet article et de prouver que les chaînes de télévisions régionales parlent bel et bien d'Europe. Sur plus de 45 heures de programmes en français et en allemand analysés, avec une moyenne de durée des émissions de 22 minutes environ (durée minimum d'une minute et demie et maximum d'une heure et 45 minutes), et sur un total de 1571 unités de sens, ce sont 326 unités qui parlent d'Europe, soit un cinquième des contenus. Il convient pour autant de distinguer le type d'information diffusée, allant de la simple mention au reportage dans un pays européen.

---

<sup>31</sup> L'émission de divertissement produit à Leipzig par le MDR propose chaque après-midi de découvrir un lieu de la « région » d'Allemagne Centrale. Pour gagner un lot, le spectateur qui appelle doit replacer le lieu en question sur une carte muette pixelisée de carrés colorés. Une utilisation tout à fait originale de la géographie régionale, donc.

La majorité des émissions ne présente qu'une mention unique, comme le montre le diagramme suivant :



**Figure 1 :**  
nombre de mention de l'Europe dans les émissions.<sup>32</sup>

Représentatifs de cette situation de « regard sur le pays voisin » sont les

reportages diffusés d'un côté par *MDR-Aktuell*, un magazine d'actualité du *MDR*, présenté trois fois par jour au cours du bloc d'informations de soirée, et de *France 3 Nord-Pas-de-Calais*. Diffusé deux fois, l'une à midi et l'autre dans le JT de 19h, ce reportage s'intègre dans une série de portraits des Roms en Roumanie. Suite à la dissolution d'un camp Rom à Lille-Fives au début du mois de décembre 2013, les journalistes du JT de *France 3 Nord-Pas-de-Calais* ont en effet fait la démarche d'aller visiter la Roumanie et de retrouver une famille Rom qui avait vécu à Lille quelques années auparavant. Le reportage est présenté de manière didactique, avec une carte qui indique en orange la destination et la ville où l'on a retrouvé la famille. Cette carte permet au spectateur de situer la Roumanie, et de visualiser la ville en question sur la carte du pays, mais en même temps, il est important de noter quelques détails géographiques notables : la Roumanie porte mention de ce pays, de sa capitale ainsi que de ses voisins, mais la Bulgarie, au Sud, ainsi que la Mer Noire, à l'Est, sont absentes. En

<sup>32</sup> Extrait de SPSS.

outre, les frontières des pays voisins ne sont que liserées en blanc sur fond bleu ; la Roumanie apparaissant avec une ombre, en blanc au milieu de ces nuances de bleu. Cela donne l'impression que ces pays aux confins de l'Europe restent confondus dans un ensemble indéterminé ; on ne peut pourtant pas vraiment accuser les journalistes de leur négligence, ni même la rédaction, car il semblerait que ce soit plutôt le graphisme de la chaîne qui donne son côté « isolé » au pays ou aux régions considérés, car ce sont les mêmes types de carte qui servent à montrer les « régions » de diffusion, comme on l'a évoqué plus haut.

Pour autant, au lieu d'une image critique et déprimante de la Roumanie, comme c'est souvent le cas dans les clichés traditionnels, c'est plutôt une image assez positive qui ressort de ce reportage. La démarche des journalistes est en effet assez unique, et le discours des interviewés est très positif : les jeunes filles de la famille, par exemple, répètent en français à plusieurs reprises qu'elles étaient heureuses en France parce qu'elles pouvaient aller à l'école, et aussi le père raconte en roumain qu'il a toujours été bien traité en France, et qu'il y avait du travail.

Cet exemple trouve écho dans un reportage de *MDR-Aktuell* en date du 5 décembre 2013, reportage qui s'intéresse à la situation d'un village du Nord de la Bohême, dont la maire a travaillé, main dans la main avec la population Rom, à son intégration. Ce reportage est d'autant plus intéressant qu'il commence par « le regard vers nos voisins de l'Est, chers téléspectateurs, est une habitude pour vous » et finit par « la meilleure façon de s'entendre, c'est encore de parler ensemble ».<sup>33</sup> Ces deux reportages offrent donc des thématiques proches et une volonté de compréhension au-delà des clichés ; il convient de noter cependant quelques divergences dans leur production. Le programme français, en effet, est inclus dans un journal télévisé, lui donnant ainsi plus de spectateurs potentiels, alors que le reportage allemand est issu d'un magazine d'informations (de qualité) ; pour autant, le programme

---

<sup>33</sup> *MDR-Aktuell*, Leipzig, MDR Fernsehen, jeudi 2013 à 17:45h.

allemand fait preuve d'une véritable démarche de regard positif alors que le programme français arrive à une conclusion positive en allant à la recherche de l'information.

Il est intéressant de noter que le regard sur le pays voisin, qui est, en qualité, l'unité la plus intéressante pour notre recherche, sert souvent d'« alibi informationnel », c'est-à-dire qu'il sert à répondre à des interrogations concrètes des journalistes français sur une question qui concerne la situation en France. Ce reportage est inclus dans une partie hebdomadaire du JT de *France 3 Nord-Pas-de-Calais* consacrée à « l'Europe d'à côté » (nom de la séquence). En effet, tous les samedis, la rédaction de Lille réalise un tour d'Europe des informations, en fonction de l'actualité française. Inclus dans le JT de 19 heures de *France 3 Nord-Pas-de-Calais* du 23 novembre 2013, l'introduction au reportage tourné à Bruxelles, en Belgique, illustre bien cette situation : « Comme chaque samedi, l'Europe d'à côté. La réforme fiscale est à l'ordre du jour en France ; on évoque la possibilité d'une retenue de l'impôt à la source. Ce système est appliqué dans la quasi-totalité des pays du monde. Alors comment les contribuables le ressentent-ils ? Un exemple en Belgique avec ce reportage de *France 2* - François Beaudonnet. »<sup>34</sup> En outre, le décor du plateau est, pendant cette séquence, très parlant : sur les écrans du fond, où sont d'ordinaire diffusés les reportages, flottent deux drapeaux européens, si bien que le spectateur est conquis par le bleu avec des étoiles jaunes qui domine l'image.

Cette séquence dédiée à l'Europe est aussi alimentée par un « Eurozapping », qui reprend des reportages des chaînes de télévisions des pays voisins dans le cadre d'un accord informel entre les télévisions du borinage, en Belgique, et du Kent, au Royaume-Uni.<sup>35</sup> Par exemple, la reprise d'un reportage, qui relève somme toute de l'anecdote de *Télé-Mons* implique l'utilisation d'une carte montrant l'emplacement d'Honnelles, où

---

<sup>34</sup> France 3 Nord-Pas-de-Calais, *Le 19/20*, Lille, France Télévision (coll. « L'Europe d'à côté »), 2013, de 7:40 à 9:46min.

<sup>35</sup> Entretien d'expert avec Jean-Jacques Regibier, Rédacteur-Adjoint à la rédaction de *France 3 Nord-Pas-de-Calais*, Lille, le 12 juin 2014.

a lieu l'évènement. L'écran est alors divisé en deux, et à droite, le générique de *Télé-Mons* est repris par *France 3*, à gauche la carte est présentée, là encore, la Belgique est bleue sur fond blanc ; seul le Nord-Pas-de-Calais est présent sur la carte de France, même s'il n'est pas nommé ; les Pays-Bas et l'Angleterre sont bleu clair, l'Allemagne et le Luxembourg bleu foncé. Encore fois, la prédominance du bleu mérite d'être notée.<sup>36</sup>

On note ainsi une véritable démarche d'informations des JT français, mais il est important de noter que ce sont surtout les JT de *France 3 Nord-Pas-de-Calais* qui parlent d'Europe avec cette démarche appuyée ; *France 3 Picardie* ne fait, bien souvent, que de simples mentions de l'Europe, ou alors dans un contexte négatif, notamment dans le cadre de reportages sur l'agriculture. De même, la rédaction de *France Côte d'Opale* présente-t-elle un reportage très critique sur la régulation sur la pêche de l'UE, qui se conclue par une phrase cliché dont le sème s'arrête à la petitesse des pêcheurs de Boulogne-sur-mer, qui sont étouffés par et ne font pas le « poids » face aux grands de Bruxelles. Comme le mentionnait Bernard Seitz en entretien, les « gros » sujets européens sont traités à Lille, voire à Bruxelles, et les reportages qui parlent d'Europe préparés par la rédaction de la Côte d'Opale se placent du point-de-vue du spectateur pour qui, selon le journaliste, l'Europe se résume au Tunnel sous la Manche à Calais, aux ressortissants Anglais installés sur la côte, et aux migrants qui veulent traverser vers l'Angleterre.<sup>37</sup> Il semblerait donc qu'il existe un décalage entre les programmes produits à Lille, issus d'une véritable démarche de travail sur l'image de l'Union européenne qui s'inscrit dans la situation particulière de la capitale du Nord, « Eurorégion » avec le Sud de la Belgique, et les rédactions d'Amiens et de Boulogne, plus éloignées de la frontière et des préoccupations politiques européennes, plus proches de la vision négative des habitants du territoire.

---

<sup>36</sup> France 3 Nord-Pas-de-Calais, Le 19/20, *op. cit.*.

<sup>37</sup> Entretien d'expert avec Bernard Seitz, le 13 juin 2014 à Boulogne-sur-mer.

Une même démarche d'éducation et de « positivisation » de l'Europe est effectuée par le *MDR*, essentiellement par le canal de la Saxe. Ainsi le directeur de la *Landesfunkhaus* de Dresde, la rédaction locale du *MDR* pour la capitale de région, nous présentait-il, en juillet 2013 dernier, la toute dernière version de la ligne éditoriale du JT du *MDR Sachsen*, le *Sachsen-Spiegel*. Dans cette ligne éditoriale, il est fait mention d'une démarche qui se doit d'aller vers l'autre, donc de se tourner vers la Pologne et la République Tchèque, pour travailler à éliminer les préjugés. La démarche de Sandro Viroli est unique par rapport aux éditions d'Erfurt et de Magdebourg (respectivement Thuringe et Saxe-Anhalt), qui, elles, s'intéressent bien moins aux voisins européens, et encore moins d'en donner un regard positif.<sup>38</sup> Cette ligne éditoriale, même si elle témoigne d'une véritable démarche européenne, reste très nouvelle – tout juste signée avant notre entretien le 25 juillet 2013 – et d'après nos constatations, elle n'est pas encore tout à fait mise en place. Par exemple, pour la période d'octobre à décembre 2013, un reportage positif sur un projet commun d'assainissement de l'eau avec la Pologne a été dénombré, mais aussi un reportage sur les vols, entre autres de véhicules, dans la région frontalière du Sud-Est de la Saxe, mettant en lumière l'inquiétude des habitants depuis l'ouverture des frontières avec la Pologne et la République Tchèque.

Pour autant, il est important de noter une démarche évidente et une intention plutôt positive de la part des rédactions dans les deux pays, et ce malgré la diversité des systèmes médiatiques considérés. L'Europe d'une manière générale et l'Union européenne en particulier, est bel et bien présente dans les télévisions générales publiques ; celle-ci ayant dans leurs cahiers des charges une obligation d'éducation, elles oscillent pourtant entre une démarche positive et une image de fait négative. Le rôle des

---

<sup>38</sup> Entretien avec Sandro Viroli, directeur de la *Landesfunkhaus* de Dresde, Dresde, le 25 juillet 2014.

cartes présentées et leur rôle éducatif dans la construction d'une identité européenne commune n'est pas à sous-estimer.

## **Bibliographie**

*MDR-Aktuell*, Leipzig, MDR Fernsehen, jeudi 2013 à 17:45h.

Alami Sophie, Desjeux Dominique et Garabuau-Moussaoui Isabelle, *Les méthodes qualitatives*, Paris, Presses Universitaires de France (coll. « Que sais-je »), 2009.

Barna Radu, « Die Rolle der regionalen Identität auf dem europäischen Binnenmarkt », in Paun Nicolae (ed.), *Studia Universitatis Babes-Bolyai. Studia Europaea*, Cluj-Napoca, Université Babes-Bolyai, 2008, p. 177–188.

Birch Kean, MacKinnon Danny et Cumbers Andrew, « Old Industrial Regions in Europe: A Comparative Assessment of Economic Performance », *Regional Studies*, n° 44/1, 2010, p. 35–53.

Biseau Grégoire et Vincendon Sibylle, « 2015 : François Hollande rebat la carte », *Libération*, Mardi 3 juin 2014

Bogner Alexander, Littig Beate et Menz Wolfgang (eds.), *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2002.

Bonnaire Anne-Coralie, « Rapport de stage au Mitteldeutscher Rundfunk. Du 1er juillet au 31 août 2009 », dans le cadre du master "Médias - Communication - Culture", Europa-Universität Viadrina, 2009.

Brenke Karl, « 20 ans après l'Unité : regards sur l'économie dans l'Est de l'Allemagne », *Regards sur l'économie allemande [En ligne]*, 98-99, 2010.

Brosius Hans-Bernd, Fahr Andreas et Vlastic Andreas, *Die Dritten Programme der ARD. Entwicklung, Angebotsstruktur und Nutzung : Studie*, Berlin, Vistas, 1999.

Commission Européenne, *Eurobaromètre Standard 76. L'Opinion publique dans l'Union Européenne*, Bruxelles, 2011.

Commission Européenne, *EU Citizenship Report 2013*, 2013.

Demeter Attila, « The European Nation? », in Paun Nicolae (ed.), *Studia Universitatis Babes-Bolyai. Studia Europaea*, Cluj-Napoca, Université Babes-Bolyai, 2013, p.103.

- Dörr Dieter, « Unabhängig und gemeinnützig. Ein Modell von gestern? », in Voß Peter (ed.), *50 Jahre ARD. 1950-2000*, Baden-Baden, Nomos, 2000, p. 12–22.
- Faulstich Werner, *Grundkurs Fernsehanalyse*, UTB (coll. « utb.de Bachelor-Bibliothek »), 2008.
- France 3 Nord-Pas-de-Calais, *Le 19/20*, Amiens, France Télévision (coll. « L'Europe d'à côté »), 2013.
- Früh Werner et Stiehler Hans-Jörg, *Fernsehen in Ostdeutschland. Eine Untersuchung zum Zusammenhang zwischen Programmangebot und Rezeption*, Berlin, Vistas (coll. « Schriftenreihe der AML »), 2002.
- Gerhards Jürgen et Neidhardt Friedhelm, *Strukturen Und Funktionen Moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen Und Ansätze*, Berlin, WZB, Abt. Öffentlichkeit und Soziale Bewegung, 1990.
- Habermas Jürgen et Buhot de Launay, Marc, *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot (coll. « Critique de la politique »), 1988.
- Hickethier Knut, *Film- und Fernsehanalyse*, Stuttgart, J.B. Metzler (coll. « Sammlung Metzler »), 2001.
- Mercier Arnaud (ed.), *Vers un espace public européen ? Recherches sur l'Europe en construction*, Paris, Budapest, Torino, l'Harmattan (coll. « Communication et civilisation »), 2003.
- Merten Klaus, *Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis*, Opladen, Westdt. Verl., 1995.
- Miège Bernard, *L'espace public contemporain. Approche info-communicationnelle*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble (coll. « Communication, médias et sociétés »), 2010.
- Prejmeran Mihaela C. et Vasilache Simona, « The European Integration of the Germans, between Pride and Trust », in Paun Nicolae (ed.), *Studia Universitatis Babeş-Bolyai. Studia Europaea*, Cluj-Napoca, Université Babeş-Bolyai, 2009.
- Riffe Daniel, Aust Charles F. et Lacy Stephen R., « Effectiveness of Random, Consecutive Day and Constructed Week Sampling », in Krippendorff Klaus et Bock Mary A. (eds.), *The content analysis reader*, Thousand Oaks, Calif, Sage Publications, 2009, p. 54–59.



Roose Jochen, « In nächster Nähe so fern? Grenzübergreifende Regionalberichterstattung als Aspekt von europäischer Integration », *Zeitschrift für Soziologie*, 37, août 2008, p. 321–341.

Schuster Christian, « Die europäische Öffentlichkeit - Ein Konstrukt der Massenmedien? », in Paun Nicolae (ed.), *Studia Universitatis Babes-Bolyai. Studia Europaea*, Cluj-Napoca, Université Babes-Bolyai, 2007, p. 45–56.

Vanoye Francis et Goliot-Lété Anne, *Précis d'analyse filmique*, Paris, Armand Colin (coll. « 128 »), 2005.

Ungureanu Georgiana-Irina, « Is there a Democratic Deficit in the European Union? », in Paun Nicolae (ed.), *Studia Universitatis Babes-Bolyai. Studia Europaea*, Cluj-Napoca, Université Babes-Bolyai, 2007, p. 171–184.

Viroli Sandro, *Leitlinien für die Programmgestaltung des MDR 2013*, Dresden, 2013.

Wolton Dominique, *Penser la communication*, [Paris], Flammarion (coll. « Champs »), 1997.